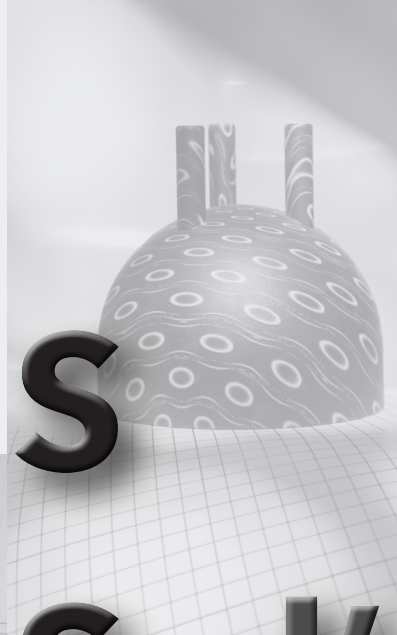




ESSAIS A i S d'

premiers écrits des élèves de design de l'ensad

ESSAIS A i S

légendes des images de couvertures ?

*Corpus de textes écrits depuis 2011
chaque année
par les élèves de troisième année design objet de
l'EnsAD*

*Ouvrage compilant une sélection de ces textes,
résumant l'évolution des préoccupations des
étudiants*

imprimé en 2019

E S S

A i S d'

premiers écrits des élèves de design de l'ensad

E S S

A i S

i n t

r o d

pédagogie de l'essai

u c t

essais concluants

i o n

pédagogie de l'essai

Anna Bernagozzi —

Enseignante en théorie et histoire du design de la
spécialisation design objet

légendes des images choisies

Les designers sont des « agents de changement ».

« Agents » car ils doivent être capables d’agir, de façon systémique, dans un contexte où ils auront préalablement identifié et analysé une problématique bien précise.

« De changement » car ils doivent toujours opérer dans une logique proactive de développement durable en partant des ressources humaines, naturelles et matérielles disponibles in situ et en se projetant dans une dynamique souhaitable pour le plus grand nombre d’individus.

Leur action sera toujours rigoureuse et ciblée, qu’elle soit tangible ou fictionnelle.

Pour atteindre cette précision et assumer leur rôle d’« agents de changement » les étudiants en cursus de Design objet à l’EnsAD doivent commencer, depuis la première année de leur formation, à questionner le monde et à comprendre l’étendue de leur futur métier. Cet questionnement transdisciplinaire est essentiel pour forger leur capacité d’analyse critique qu’ils développeront et approfondiront par la suite tout le long de leur cursus scolaire grâce, entre autres, à l’offre exceptionnelle de cours de sciences humaines disponible au sein de l’école.

La question la plus cruciale à laquelle les écoles de design devront faire face dans les années à venir est celle d’offrir aux futurs designers la capacité de comprendre

la complexité de notre société en profonde mutation, d'éveiller et nourrir leur esprit critique et de créer des outils et des objets « bons » qui permettront à chacun d'entre nous de vivre demain dans un monde plus souhaitable et durable. Les élèves devront savoir développer un éventail diversifié de compétences transversales qu'ils pourront appliquer dans des contextes très divers. Les étudiants, nous enseignants le savons, sont naturellement désireux de coopérer, d'interagir les uns avec les autres, d'enrichir leurs connaissances avec d'autres disciplines et d'adopter naturellement une approche plus holistique de la société.

Je suis convaincue que l'affirmation de leur posture critique par l'écriture constituera demain leur fer de lance dans un contexte historique de plus en plus fragile, où il est à mon sens nécessaire et urgent de remettre en question de façon plus ou moins spéculative le monde qui nous entoure, mais aussi le cadre académique du design « pour le changement ».

C'est dans cette optique que, à partir de 2011, sept ans après mon arrivée à l'EnsAD, j'ai décidé de réunir les écrits passionnants que les étudiants de troisième année fournissaient régulièrement dans le cadre de mes cours, dans un ouvrage annuel co-conçu et co-édité avec eux, un ouvrage capable de réfléchir leurs intérêts et leurs préoccupations mais aussi leur état d'esprit et leur

début de posture par rapport à leur futur métier, dans une période historique caractérisée par des mutations politiques, sociales, technologiques, environnementales, religieuses mais aussi existentielles sans précédents. Cet ouvrage, que j'ai appelé « ESSAI D'ESSAIS », afin de ne pas bloquer les esprits les plus timides, présente par ailleurs l'intérêt de stimuler leur appétit pour l'écriture et de les aider à assumer une posture critique vis-à-vis de la pensée, des actes, de l'héritage et, plus généralement, des grands défis contemporains. Il s'agit de développer et structurer leur capacité et leur envie de se positionner dans un contexte de recherche, facultés qu'ils devront de toute façon développer en première année de master lors de la rédaction de leur mémoire.

L'édition que vous avez entre les mains est une sélection des meilleurs articles des sept éditions annuelles publiées à ce jour, effectuée avec la complicité et le regard attentif et critique d'Anne-Marie Fèvre, journaliste indépendante et militante. Dans les sept éditions annuelles les articles, volontairement non académiques, contenaient deux articles maximum par élève et étaient choisis par un comité de rédaction composé par l'ensemble de la classe. La sélection des articles, issue d'un brainstorming et d'un exercice de cartographie collective et évolutive à la fin de chaque cours théorique, se voulait mettre en valeur leur propre capacité de réflexion et de projection dans

un instantané qu’immortalise les préoccupations et les aspirations des futurs designers appartenant à la génération Y. L’approche systémique que j’ai choisi d’adopter pour la rédaction leur a permis de réfléchir à la cohérence, d’analyser les correspondances de leurs propositions, d’établir des connexions et de questionner leur pertinence par des confrontations et des débats parfois très animés. La mise en page de l’ouvrage était proposée et finalisée par un volontaire ou un ensemble de volontaires de la classe.

La conception et l’enseignement doivent à mon sens toujours se traduire par une activité productive qui engendre une action positive sur le monde, comme théorisait en 1971 Ivan Illich dans « De la nécessité de déscolariser la société ». Selon Illich « le savoir n’est pas un produit mais un élément concret, irremplaçable et surprenant de la vie de l’homme. Le savoir est la compréhension par l’homme du contexte dans lequel il situe l’information qui lui est fournie. La prise de conscience de la signification de ce contexte est la sagesse qui établit un lien entre lui et sa communauté. C’est le résultat d’un développement personnel autonome ».

L’objectif du cours théorique qui est à l’origine de cet ouvrage est de former des étudiants capables de

comprendre le système hybride d'interactions sociales et économiques qui nous entourent et les changements qui les ont provoqués afin qu'ils puissent par la suite développer des outils, produits ou services capables d'établir une relation plus souple, durable, personnalisée et diversifiée avec les futurs usagers de leurs créations. En s'appuyant sur des concepts, idées, processus et en tenant compte des développements parallèles des sciences humaines, cognitives et sociales, le « bon design » s'est historiquement toujours inscrit dans une action bienveillante sur notre environnement et une recherche certaine d'empathie.

Les rapides changements sociaux, environnementaux, géopolitiques et économiques nous font comprendre de l'urgence et de l'importance vitale d'agir pour et avec le monde, de questionner ce cadre et de forger de nouvelles écologies de pratiques.

L'objet « durable » de demain sera le fruit d'une fertilisation croisée de différentes disciplines, vecteur d'innovation sociale et sujet d'une économie universelle nouvelle qui privilégie le lien social, l'échange, le partage de l'expérience et une plus grande prise de conscience des ressources naturelles environnantes.

La capacité de se projeter par leur textes dans des scénarii plus ou moins spéculatifs permettra aux étudiants de sortir des sentiers battus pour créer et co-crée des objets

et outils de conception capables à l'avenir d'améliorer la qualité de vie dans des contextes de développement local, de mobilité urbaine, d'économies d'énergie, d'agriculture durable, d'infrastructures territoriales, de planification de communautés nouvelles, d'emploi des jeunes et de soins aux personnes âgées mais aussi d'appropriation de la part de la société civile d'innovations technologiques et sociales, par une remise en question identitaire des devises, des symboles ou encore des monuments et des bâtiments publics.

Je suis convaincue que la pensée se clarifie en la posant sur papier et en instaurant un processus constant de remise en question et de dialogue avec ses pairs. Je peux vous assurer que les élèves l'ont bien compris, s'enrichissant du précieux outil de l'écriture et continuent pour la plupart à l'utiliser dans leurs pratiques une fois sortis de l'école. L'approche systématique de ce type d'écriture, à la fois réflexive et personnelle mais encadrée et rythmée par un cours théorique et des débats réguliers, les aide à élargir l'étendue de leurs horizons mais aussi à préciser la portée de leurs actions et créations futures et à développer des approches courageuses et précurseuses dans des territoires jusqu'ici inexplorés.

Comme dirait Hannah Arendt, les élèves deviennent ainsi « des participants actifs à l'interrogation, à la négociation

du monde ».

Ce n'est pas un hasard si leur profil de designer s'est construit, pour un bon nombre d'entre eux, autour de ces précieux débuts de réflexions et de positionnement. Ces exercices d'écriture parfois passionnés et idéalistes mais aussi pragmatiques et réalistes montrent la volonté d'action, de prise de responsabilité et d'ouverture au monde de leur génération et contribuent à enrichir la pensée d'un design contemporain nécessaire et consciencieux.

Leur design sera constitué d'objets médiateurs ou acteurs, capables de contribuer à une histoire plurielle, riche et sensible, dans laquelle on se reconnaîtra, et qui faciliteront notre compréhension du monde. Ces étudiants seront le témoin d'un design contemporain sans frontières où l'apport de chacun sera plus que jamais nécessaire et précieux.

Un design pour un changement souhaité et souhaitable.

essais concluants

Anne-Marie Fèvre —

légendes des images choisies

En journaliste curieuse, j'ai beaucoup visité les écoles d'art françaises pour voir ce qui s'y tramait, se pensait « du côté du design ». Il y a encore vingt ans, les étudiants écrivaient assez peu, sauf leur mémoire de diplôme, ou dans des revues de post-diplôme. Ils se concentraient le plus souvent sur l'objet ou le meuble, sa forme, sa fonction, son histoire, sa poésie, son contexte, sa communication. En lisant les Essais d'essais consacrés au design d'objet qui ont éclos à l'École nationale supérieure des Arts Décoratifs de Paris, dite les « Arts Déco », j'ai constaté à quel point les préoccupations, les rêves et les frayeurs de ces élèves ont complètement muté.

De 2011 à 2017, les étudiants en 3e année de l'EnsAD ont lu, réfléchi et écrit des textes, nourris par le cours de « Design théorique » d'Anna Bernagozzi, mais aussi aiguisés par leurs interrogations personnelles. Les variations de titres de ces livres - Essais ou Essais d'Essai, ou encore Essais d'Essais selon les années - expriment un tâtonnement salutaire, une remise en question des évidences. Écrire pour un jeune créateur est vital, c'est déjà préfigurer un possible mémoire de diplôme, c'est aller en curieux vers la recherche, l'expérimental.

Que nous racontent ces élèves en une presque décennie ? Tous se situent dans le monde. Dans un monde « à sauver », aux prises avec sa propre autodestruction, son néo-libéralisme exacerbé, la standardisation de sa création,

son ultra-consommation, ses injustices, ses délires... Un monde devenu hybride, virtuel, rapide, incontrôlable, surveillé... Ces designers ou futurs designers passent au crible toutes les données de ce monde où ils cherchent à ébaucher le design de demain. Les élèves s'exercent ici à la critique.

Alors ils nous parlent de lenteur à reconquérir, de nature inspiratrice, de mutation écologique, de la simplicité à retrouver, d'éthique à exiger, de sciences nourricières, de maîtrise énergétique, d'ateliers collaboratifs, de culture partagée, de dimension locale, de hackers sauveteurs... D'échanges toujours, numériques et/ou humains. S'ils se réfèrent encore aux grands courants critiques historiques portés par des designers - William Morris, Andréa Branzi, Ettore Sottsass, Victor Papanek, Ezio Manzoni... - aujourd'hui, ce sont d'autres théoriciens comme Carl Honoré, Bernard Stiegler, John Thackara... qui nourrissent leurs quêtes. Sur l'évolution du travail, la relation homme/machine, le rapport à la nature, sur le trop-plein d'objets... Impératifs auxquels s'ajoutent des ferments plus personnels, littéraires, philosophiques, artistiques - Jean Baudrillard, Milan Kundera, Georges Perec, Henry-David Thoreau, Piet Mondrian, Jacques Demy, Gilles Deleuze, Italo Calvino... Car certains élèves ont le don et les mots pour parler d'amour, d'humour, de vide, d'odeur, de troc, de mauvais goût, de bonheur, de

doute, d'amateur, d'immatériel, de « machin »...

Tous ces jeunes designers cherchent à élargir le champ du design, l'hybrident avec les urgences politiques, sociales, économiques et culturelles de ce début de XXI^e siècle. Ils reprennent la question souvent délaissée de la « responsabilité » du designer, de son rôle de médiateur entre industrie/artisanat et société/usagers. Pour (re) créer des liens sociaux, des idées et du plaisir, avec des passerelles entre les différentes disciplines. Dans une intelligence qu'ils voudraient collective, en quête de « commun ». Sans trop se leurrer, sans utopie débridée, pragmatiques, ils ouvrent des pistes, parfois ténues parfois têtues, pour faire apparaître les chantiers majeurs du design. Pour mieux chercher et trouver où se trouve leur aventure créative personnelle. Certains, certaines, déjà diplômé(e)s, ont déjà bien esquissé leurs démarches. La présente édition d'Essais d'essais, avec un tel florilège, rend bien compte du rôle d'incubateur d'une école telle que l'EnsAD !

E S S

A i S d'

E S S

A i S

s o

m m

a i

r e

introduction

- p.6 — pédagogie de l'essai
Anna Bernagozzi
- p.14 — essais concluants
Anne-Marie Fèvre

2011

- p.14 — entrez lentement
Amandine Lagut
- p.14 — design, sciences et éthique, aujourd'hui et demain
Sébastien Tardif
- p.14 — maîtrise énergétique et surconsommation
Mathieu Corticchiato
- p.14 — le design pour la résilience
Lucas Dauvergne

2012

- p.14 — lentement, vers un design sans entraves
Mehdi Vilquin
- p.14 — enjeux énergétiques
Cédric Tomissi
- p.14 — le design dans les pays émergents
Lionel Dinis-Salazar
- p.14 — fab labs, vers une autre production d'objets
Mehdi Vilquin

2013

matière à cultiver — p.14

Maureen Barbette

le prix du bien-être — p.14

Anne-Charlotte Piot

le design : bonheur ou gaspillage ? — p.14

Michela Aragni

odeur du temps — p.14

Anne-Charlotte Piot

2014

welcome back to basis : une nouvelle conception p.14

du progrès —

Florian Dach & Dimitri Zéphir

le design, un outil de contrôle social — p.14

Louis Charron

les objets en forme d'objets — p.14

Geoffrey Hillereau

innovation à outrance — p.14

Gaëlle Rolet

hipsterisme — p.14

Dimitri Zéphir

2015

l'open source, alternative vers plus de liberté ou p.14

révolution ultralibérale ? —

Auguste Hazemann

l'amour par un vieux de 25 ans — p.14

Florent Lenormand

p.14 hacker v.s maker ? —

Sophia Taillet

p.14 vers un design de la médiation —

Nicolas Verschaeve

2016

p.14 — design + mauvais goût

Erwan Péron

p.14 — slow meat design

Manon Véret

p.14 — le storytelling en design, une nécessité ?

Clara Kernreuter

p.14 — derrière le vide. rien

Arthur Ristor

p.14 — éloge de l'amateur

Arthur Ristor

2017

p.14 — le design pour l'innovation sociale

Oriane Lesaffre

p.14 — bio-co : les enseignements des systèmes

de collaboration dans la nature

Oriane Lesaffre

p.14 — les objets bavards

Maurine Rolland

p.14 — la mécanisation de l'esprit

Antoine Pintout

p.14 — des objets et des genres

Talita Otovic



ESSAI D'ESSAIS

de théorie du design

légendes des images choisies

École
nationale
supérieure
des Arts
Décoratifs

2011
Design objet
3e année





entrez lentement

amandine lagut

design, sciences et éthique, aujourd'hui et demain

sébastien tardif



maîtrise énergétique et surconsommation

mathieu corticchiato

le design pour la résilience

lucas dauvergne

entrez lentement

Amandine Lagut —

portrait

Née en 1986, diplômée en 2013.

Avec sa collègue et ancienne camarade de promotion Charlotte Thon, Amandine Lagut est persuadée qu'il est nécessaire de se réapproprier l'espace urbain et de remettre au goût du jour le concept de convivialité. Ainsi, en binôme pour leur projet de diplôme, elles ont d'abord mis au point la « Cheminambule », une cheminée sur tricycle qui déploie tables, bancs et grand parasol afin d'inviter les passants à s'arrêter dans la rue et partager un repas. Dans ce même esprit, elles ont ensuite développé la « Bibliambule », une bibliothèque sur tricycle qui déploie sept hamacs tout autour d'elle, invitant ainsi les passants à la lecture. Leur concept de « Z'Ambules » propose des objets ambulants innovants pour l'espace public. Pour Amandine Lagut, le design « est resté un outil politique ».

Slow (Design). À lire lentement, pour bien s'imprégner de l'essence de cette mouvance !

En 1986, à Rome, un énième McDonald tenta de s'implanter sur la place d'Espagne, au cœur du centre historique. Devant ce qu'il considéra comme une avancée agressive de la malbouffe en terre d'Italie, le chroniqueur gastronomique Carlo Petrini et ses collègues de la société gastronomique italienne Arcigola jetèrent alors les bases du mouvement Slow Food.

Le concept du mouvement était de redonner la priorité au goût, sans homogénéiser les saveurs, et de prendre le temps d'apprécier son repas... D'abord reçue comme une boutade, un clin d'oeil philosophique, l'idée fit si bien son chemin que Slow Food devint en 1989 une organisation internationale à but non lucratif.

Ses activités sont variées : soutien aux petits producteurs et développement d'une agriculture durable, implication dans les décisions politiques agricoles, promotion et sauvegarde des traditions culinaires et des produits locaux, mise en place de réseaux de distribution courts, communication et formation auprès du public et des institutions, etc. Mais surtout Slow Food est une véritable invitation à prendre son temps pour préparer, vivre et partager ses repas. Redonner aux consommateurs le goût du plaisir de manger, eux qui se sont habitués à expédier en quelques minutes leur repas, le percevant uniquement

comme un acte naturel et non plus comme un ensemble complexe de composantes physiologiques, sociales, relationnelles et symboliques, nécessitant du temps pour être apprécié et vécu.

Prendre le temps de produire, prendre le temps de consommer, redécouvrir le plaisir de « donner du temps au temps », a depuis inspiré l'émergence d'autres mouvements Slow dans bien d'autres disciplines, de la politique... jusqu'au sexe !

Ainsi, après la Slow Food, voici le Slow Travel pour voyager en prenant son temps. Vous voici à l'étranger pour quelques semaines de vacances. À la place du train, faites du stop ! Bien sûr, le train vous emmènerait directement à votre destination, mais le stop vous offrira de l'étonnant, du surprenant, de l'insolite, de l'original, de l'inédit ! Avec le stop, vous serez vite surpris par les rencontres et découvertes de lieux inattendus que vous ferez en cours de route. Bannissez également les agences de voyages qui vous offrent toutes les coutumes locales sur un plateau ; laissez-vous plutôt guider par l'autochtone qui connaît la région mieux que votre carte touristique ! La difficulté dans le Slow Travel réside sans doute dans une seule chose : savoir faire confiance et savoir improviser.

Le mouvement Slow, c'est l'art de prendre son temps. Et dans un monde où tout doit aller très vite, cela est devenu un luxe !

Le mouvement Slow a aussi, depuis peu, imprégné la sphère du design, au point d'influencer parfois radicalement le point de vue de certains designers dans leur pratique. En 2004, Alastair Fuad-Luke, universitaire anglais, repère et théorise le Slow Design. Le bilan qu'il fait de l'état du monde n'est pas nouveau, ayant déjà été théorisé dans d'autres champs : développement durable (rapport Brundtland) et décroissance (Nicholas Georgescu-Roegen). Mais le principal mérite de Fuad-Luke est d'adresser ce discours aux designers, qui ont été pendant si longtemps les alliés naturels de l'industrie et de la société de consommation. Fuad-Luke pointe le rôle prééminent que joue encore aujourd'hui l'esthétique dans le design et rappelle qu'il se traduit le plus souvent par une stratégie d'obsolescence esthétique programmée... appelée mode. Au contraire, le Slow Design, précise-t-il, met au centre l'équilibre de l'homme et de son environnement et rompt avec la consommation de masse. Il s'inscrit dans la perspective du long terme et privilégie la durabilité, la qualité, la satisfaction d'un besoin réel et, bien sûr, l'attitude contemplative devant un objet. Car, en effet, à quoi sert de créer un objet de plus ? Un nouveau produit doit-il radicalement se différencier des autres ? Et, plus globalement, à quoi sert le design en définitive ? Pour caricaturer quelque peu, disons que nous vivons

constamment entre deux mondes de design. Le premier permet de modifier son environnement comme bon nous semble, avec des objets de courte vie et donc un intérieur changeant au fur et à mesure du temps. Des objets peu chers (petites chaises rouges en PVC avec table basse en contreplaqué laqué noir) qui pourront facilement être remplacés par un autre mobilier à l'occasion du prochain déménagement. Nouvel appartement, nouveaux meubles, nouvelle déco !

Le second est celui du rétro, ou plutôt du rustique : commode en beau bois légèrement égratigné, lampe métallique usée qui rappelle l'esthétique industrielle, tous objets fabriqués aujourd'hui en Chine mais dont la patine artificielle donne inconsciemment l'impression au consommateur qu'ils ont défié le temps grâce à la qualité de leurs matériaux et de leur fabrication. Car chacun a un rapport affectif avec les objets qu'il possède. On aime qu'ils aient une histoire, ou qu'ils nous rappellent un souvenir, par leur texture, leur odeur ou leur motif.

Nous ne sommes plus dans les années 1930 où le designer « relookait » les objets pour relancer la consommation. Après la crise de 1929, les gens n'achetaient plus, il fallait profiter des progrès techniques et scientifiques pour redonner l'envie au consommateur d'acheter même s'il n'en avait pas besoin. L'achat pour le beau.

Aujourd'hui, le designer doit penser autrement. C'est lui qui pourra œuvrer à modifier les rapports sociaux, réapprendre à partager, à prendre le temps d'apprécier les belles choses, à lâcher prise. Le designer doit se forcer à sortir de son rôle d'expert artiste technicien pour occuper une position politique décisive permettant une nouvelle intelligence collective. Ou, a minima, il doit s'autoriser à imaginer un avenir aux objets au-delà du système économique, technologique et politique actuel pour sortir de la crise de sens que traverse la société.

Ainsi se positionnèrent les 5.5 Designers, cinq jeunes gens impertinents qui, en août 2003, fraîchement diplômés, décidèrent de se réunir autour d'un projet commun. Leur idée : prêter mains fortes et belle attention aux objets malades, vieilliss, usés, abandonnés et en passe de finir à la casse ou au recyclage... Oui, il est question de s'occuper de la destinée de ces objets négligés, délaissés. Il est question de prolonger la vie d'objets décrétés inaptes et inutiles. La problématique est donc d'aider à prolonger la vie de l'objet : sa forme, sa symbolique, sa fonction, son histoire...

Loin d'être réactionnaire, le mouvement Slow se fonde sur une observation des formes de vie traditionnelles, antérieures ou étrangères à la société de consommation, car elles sont nécessaires à notre bien-être. Il faut désapprendre ce que le capitalisme nous a inculqué : un

homme dans un parc un après-midi de semaine n'est pas forcément un chômeur ou un étudiant. Les entreprises qui instaurent la sieste au travail ne sont pas composées de paresseux ! Cela a été prouvé : un peu de repos rapporte beaucoup en termes de productivité, de bonne humeur et diminue le stress.

C'est ainsi qu'un programme pilote a été mis en place par le maire de New York. Son but : contrôler les flux de la circulation à Times Square. En envahissant la rue de chaises de jardin, il ferme Broadway à la circulation. Les passants peuvent enfin profiter de tout ce qui les entoure, s'arrêter et se détendre, surpris de voir la rue la plus embouteillée de Manhattan se transformer en gigantesque terrasse : ils se parlent et se socialisent davantage. Notre société occidentale ne deviendra durable que si elle arrive à nous restituer le temps...

Influencée par le Mouvement Slow, j'ai moi-même travaillé l'an passé au concept d'un hamac urbain. En m'inspirant de l'omniprésence du hamac au Vietnam, j'ai imaginé apporter dans notre société occidentale, en France, à Paris, un peu de cette culture. Les hamacs sont en effet omniprésents dans la société vietnamienne : dans l'espace public, dans les foyers comme les cafés ou les entreprises. Pour nous Européens, le hamac fait référence aux vacances. Alors pourquoi ne pas proposer le hamac

dans nos espaces publics ? Ce hamac urbain, je le conçois comme un objet politique qui dénonce notre mode de vie à grande vitesse et prône les vertus du repos, à l'image du mouvement Slow, que Carl Honoré, journaliste canadien et auteur de *L'Éloge de la lenteur*, définit ainsi : « Après cent cinquante années d'accélération, nous sommes arrivés à un point où la vitesse fait plus de mal que de bien. Je pense que cette culture de la vitesse porte préjudice à notre santé, à notre alimentation, à nos relations sociales, à la qualité de notre travail, à notre environnement, et à notre créativité. On se rend compte que notre société a créé un tabou très puissant autour de l'idée de la lenteur. Le mot "lent" est devenu un mot sale dans notre culture. Il est associé à la fainéantise, au manque de productivité. Mais le mouvement Slow est tout à fait à l'opposé de ces qualificatifs. Car quand vous ralentissez au bon moment, vous êtes à l'opposé de la paresse, vous avez plus d'énergie, vous êtes plus précis et plus productif. En fait, c'est être plus efficace sur le long terme. »

Le designer doit imaginer des objets en lien avec son époque et je trouve important, aujourd'hui, de créer un objet pour lutter contre cette société qui prône le travail comme unique valeur : « Travailler plus pour gagner plus ! ». Ce hamac, situé au cœur de Paris, sur les quais du Louvre, devrait être accessible à tous les travailleurs du centre-ville. Entre le bruit de la circulation, la

surpopulation, le surplus d'images et de sollicitations et... la douceur de la Seine, qui coule lentement, et sur laquelle les bateaux circulent avec lenteur. Le design de cet objet doit faire appel à l'inconscient collectif. L'innovation de mon projet se situe donc au niveau de cette démarche.

Le Slow Design n'est pas une utopie. Il ne propose pas un futur alternatif, mais un contrepoids nécessaire à la vitesse qui caractérise nos sociétés. La lenteur n'ayant de sens que par rapport à la vitesse et vice-versa, la « slow life » ne saurait se substituer complètement au rythme du progrès. Le Slow Design demande simplement à coexister avec les formes de vies actuelles, car nous avons besoin « d'îles de lenteur dans un océan de vitesse » selon les mots de Ezio Manzini.

Bibliographie

Manzini Ezio, La matière de l'invention, Paris, Éditions du Centre Georges Pompidou, 1989.

Fuad-Luke Alastair, "Slow Design: Eco-Efficiency", in The Eco-Design Handbook, London, Thames & Hudson, 2002.

Webographie

[http ://www.passeportsante.net/fr/Actualité/Dossiers/ArticleComplementaire.aspx?doc=slow_food_def_do](http://www.passeportsante.net/fr/Actualité/Dossiers/ArticleComplementaire.aspx?doc=slow_food_def_do)

[http ://slowmouvement.wordpress.com/slow-sexe/](http://slowmouvement.wordpress.com/slow-sexe/)

[http ://slowmouvement.wordpress.com/slow-travel/](http://slowmouvement.wordpress.com/slow-travel/)

<http://lestudioblog.blogspot.com/2008/03/slow-design.html>

<http://lucileee.blog.lemonde.fr/2007/03/13/les-55-designers-durabilité-programmee-des-objets/>

[http ://ny.20minutes-blogs.fr/archive/2009/07/02/times-square-zone-pieton.html](http://ny.20minutes-blogs.fr/archive/2009/07/02/times-square-zone-pieton.html)

[http ://www.ddmagazine.com/333-Eloge-de-la-lenteur-slow-movement.html](http://www.ddmagazine.com/333-Eloge-de-la-lenteur-slow-movement.html)

design, sciences et ethique, aujourd'hui et demain

Sébastien Tardif —

portrait

Né en 1988, diplômé en 2013.

À sa sortie de l'EnsAD, Sébastien Tardif travaille à son compte pour divers agences, ateliers et clients. Création, conception, fabrication..., il touche à tout, en quête de diversité, d'expériences, mais surtout de nouveaux défis. En 2015, il fonde le studio FURN, agence d'architecture d'intérieur, avec Barbara Balland (Design objet EnsAD) et Laurent Courcoux (Centrale Lyon). Avec pour spécialité la création et la production de mobilier pérenne, en petite série ou sur-mesure, nourrie par une longue expérience en ateliers, l'agence crée des intérieurs uniques et dédiés.

Aujourd'hui, il existe beaucoup de solutions pour résoudre les problèmes de tout un chacun. L'apparition d'internet, il y a maintenant presque vingt ans, permet de mettre en relation la personne en difficulté avec celle ayant la solution. C'est une bonne chose pour régler la question de la communication à l'échelle mondiale.

Cependant, la toile a aussi ses défauts. Elle ne permet pas seulement aux détenteurs de savoir ou d'information de s'exprimer mais offre aussi à tout le monde de le faire, et ce sans aucune difficulté. Lorsqu'on cherche une réponse, on se retrouve ainsi face à une multitude de réponses, on ne sait pas forcément trier le vrai du faux, la fiction du réel. Internet, qui était le vecteur potentiel le plus fort et le plus efficace d'une communication à grande échelle, est ainsi devenu le colporteur d'avis innombrables mais d'une crédibilité incontrôlable.

Les questions auxquelles le design contemporain est confronté, qu'elles soient économiques ou écologiques, trouvent souvent écho dans les recherches scientifiques présentes ou passées. Ainsi le jeune designer Mathieu Lehanneur est-il un exemple assez connu qui illustre bien cette méthodologie. Il a travaillé en partenariat avec un laboratoire de recherche afin de concevoir ces plantes-objets « dépolluantes » qui nettoient l'air de nos maisons. Celui-ci serait, selon des recherches scientifiques récentes,

saturé de gaz toxiques. Lehanneur a créé un dispositif qui enferme la plante dans une bulle ouverte à moitié. Cela sert selon lui à mieux aérer la plante et ainsi à augmenter sa capacité à nettoyer l'air de ces gaz nocifs.

Autre exemple, l'« effet feuille de lotus » : cette plante parvient à repousser l'eau et sans être jamais « mouillée ». Depuis l'Antiquité, cette particularité a longtemps intrigué nombre de scientifiques. Il y a une dizaine d'années, des recherches ont permis de découvrir que sa surface était en fait couverte de nanostructures repoussant l'eau. Cela permet au lotus de nettoyer constamment la surface de ses feuilles et d'augmenter sa capacité de photosynthèse. Dans les nouvelles technologies du bâtiment, on trouve aujourd'hui des matériaux ou des peintures hydrophobes qui reproduisent cette capacité de la feuille de lotus. Ces peintures et matériaux servent notamment en architecture pour réaliser des surfaces murales d'extérieur qui ne se salissent jamais. Cette propriété du lotus peut être aussi appliquée au textile, aux tentures et aux vêtements. Elle pourrait même bientôt être expérimentée sur des éléments de mobilier urbain, les protégeant ainsi de toute humidité ou saleté.

Cette manière de créer en se référant à la science peut être extrêmement efficace. L'utopie d'un carrefour des connaissances est plus que jamais attendue aussi bien par

la communauté scientifique que par les industriels, les créatifs ou les ingénieurs. L'industriel belge Gunter Pauli illustre parfaitement l'idée de convergence des savoirs. Il a demandé à ses chercheurs de trouver des propriétés de la nature pouvant mener à des applications simples. Résultat : il a pu, très rapidement, tirer 100 applications potentielles de recherches effectuées sur la faune ou la flore. Par exemple, si un zèbre est rayé de blanc et de noir, c'est dans l'unique but de se réchauffer. Les bandes noires chauffant plus que les blanches, un courant d'air se crée et le zèbre gagne 9° C sur ses homologues de la savane. A première vue, l'idée paraît fantasque. Mais ce type de détail pourrait bien nous permettre plus tard de consommer moins d'énergie et ainsi de réduire notre impact sur l'environnement.

Dans le même ordre d'idée, le scientifique Alain Berthoz voit un autre défi à relever. La science, tous domaines de recherches confondus, a tendance, par le vocabulaire spécifique ou les méthodes de représentations qu'elle utilise, à rendre les choses plus compliquées à comprendre qu'elles ne le sont réellement. C'est en prêtant un regard attentif au monde qui l'entoure, aussi bien l'infiniment petit que l'infiniment grand, que Berthoz a mis au point sa théorie de la simplicité. Il a identifié, à différentes échelles, des systèmes très simples qui sont pourtant les bases du fonctionnement de la mémoire, de la construction

atomique, de la capacité du cerveau humain à apprendre, analyser, réagir, commander, créer. Ainsi, avec cette théorie, il arrive à ouvrir les esprits sur le monde dans lequel ils évoluent tout en leur apprenant à le comprendre. Son but n'est pas spécialement de trouver des applications à ses théories mais plus de remettre en question la science et la manière de l'enseigner, de la partager, afin de faciliter sa communication, sa compréhension. Ainsi, il espère voir fleurir les nouveaux concepts et applications issus de cette vision sans précédent de la science.

Les conférences et l'éthique de l'entreprise de Gunther Pauli, qu'il ne se lasse de faire partager, font également parti de ces actions de communication nécessaires aujourd'hui. On n'en perçoit pas toujours encore la finalité ou l'utilité, mais ces bases auront demain une importance non négligeable dans l'ensemble de notre société. L'écologie est une notion très jeune dans le monde et nombreux sont ceux qui n'en comprennent pas la réelle importance encore aujourd'hui. Il est donc logique, pour les personnes cherchant à améliorer le monde qui les entoure, de tenter d'instruire ceux qui ferment les yeux sur leur responsabilité vis à vis de l'environnement, qu'il soit naturel ou non. Le designer de demain devra être conscient de ces impératifs et se devra d'être l'ambassadeur de cette évolution, quel que soit son statut. Encore aujourd'hui, le design a souvent du mal à se faire connaître du monde de

l'entreprise, la nécessité de communiquer sur ce dernier est donc toujours un impératif. Il faut en plus sortir du contexte actuel où le design est, trop souvent hélas, utilisé et considéré uniquement comme un élément de pur marketing.

Cette importance de la communication a toujours été inhérente au design. Raymond Loewy, dans les années 1950, a fait découvrir à nombre d'entreprises l'existence mais aussi la nécessité de la profession de designer dans un monde où naissait la consommation. Encore aujourd'hui, le design doit être en perpétuelle communication sur son éthique, son utilité, ses qualités, non pas pour se faire une place dans le monde du travail mais pour exprimer la réelle finalité de son action, sur le plan social, éducatif, écologique. C'est ce que fait l'Human Centered Design Institute de Boston qui transmet aux entreprises une vision positive du design aujourd'hui. Leur philosophie est que le design est un art social. Il doit servir à résoudre toutes sortes de problèmes, en tenant compte d'un maximum de paramètres afin d'offrir à l'homme la meilleure réponse possible à chaque fois. Ils ont ainsi développé un réseau efficace et mondial qui profite à l'ensemble du milieu du design.

Le designer ne doit cependant pas s'enfermer dans un axe de recherche ou dans un idéal de ce qu'est le

design. Il doit constamment faire évoluer son point de vue et son positionnement par rapport à la société. Dans le cas contraire, son positionnement, vu la vitesse à laquelle évolue notre société, deviendrait très rapidement obsolète. Par exemple, dans le but de réduire leur impact écologique, de nombreuses personnes se limitent à n'utiliser qu'une certaine quantité d'objet (souvent une centaine). Ils tiennent, en ligne via un blog, un journal de bord de leur expérience de vie à travers ce défi. Ils communiquent ainsi leur démarche et leur opinion sur la question du surnombre d'objets qui inonde notre société, suite à un demi siècle d'habitude à une consommation sans grande responsabilité.

Cette initiative très récente soulève nombre de questions qui remettent clairement en question le design d'aujourd'hui : le design a en effet longtemps été une discipline visant à inventer de nouveaux objets, à parfois, même souvent, créer de nouveaux besoins ou donner une énième réponse à un problème sans qu'elle soit réellement plus pertinente que la précédente. Le design doit remettre son statut et son utilité en question réfléchir à l'utilité et la pertinence qu'aura sa création par rapport à celles déjà existantes. C'est aussi important d'un point de vue écologique, que le choix des matériaux qu'il emploie, leur durabilité, ou l'impact environnemental de cet objet.

Un objet peut-être entièrement “bio“ dans sa fabrication et sa composition, il ne sera pas pour autant écologique si il n’est pas réellement indispensable à notre vie.

Il est important de comprendre qu’ajouter un objet sur le marché implique invariablement la responsabilité de l’impact que celui-ci aura, tant sur l’environnement que sur le consommateur. Occupant une position centrale dans le processus de création d’objet, industriel ou non, et face à une responsabilisation naissante envers la production, le designer va devoir obéir à une éthique stricte et exigeante envers les objets qu’il crée. Il devra aussi savoir choisir avec intelligence ses partenaires. Cela fera, et fait même déjà, parti de son travail et de son rôle de moteur dans l’évolution des processus industriels. Le partage d’objets comme les outils de jardin entre voisins ou le co-voiturage permet d’observer que la population attend cette évolution et cherche des solutions pour économiser de l’argent et moins polluer.

C’est donc au designer que revient la tâche d’amorcer cette évolution, ce changement des modes de consommation et de production. Sa position complexe, au carrefour des compétences et des connaissances, lui permet d’avoir un regard global sur les problématiques qui l’entourent. Il pourra ainsi créer des liens entre différents corps de métiers, revaloriser des pratiques ou

des artisanats en déclin voire oubliés, amener l'industrie à avoir une éthique au niveau de sa production... En bref, dans un futur proche, le designer, de par son statut et ses connaissances (aussi bien techniques, que sociologiques), occupera une position centrale dans cette évolution vers une consommation plus responsable.

Bibliographie

Berthoz Alain, La simplexité, Paris, Odile Jacob, 2009.

Goleman Daniel, Lane Allen, Ecological Intelligence, London, Penguin Random House, 2009.

Hopkins Rob, Manuel de Transition – de la dépendance au pétrole à la résilience locale, 2008.

Loewy Raymond, La laideur se vend mal, Paris, Gallimard, 1990.

Pauli Gunter, Croissance sans limites, objectif zéro pollution, Croissance économique et régénération, de la nature, Aubagne, Quintessence, 2007.

Webographie

www.mathieulehanneur.com

http://wikipedia.org/wiki/Effet_lotus

[http://wikipedia.or/Gunter Pauli](http://wikipedia.or/Gunter_Pauli)

maitrise énergétique et surconsommation

Mathieu Corticchiato —

portrait

Né en 1988, diplômé Design objet à l'EnsAD en 2013 et diplômé SciencesPo Paris en communication en 2017.

Mathieu Corticchiato a d'abord intégré l'agence de communication digitale Publicis-Sapient. Depuis deux ans, il a fondé avec son ancien camarade Lucas Dauvergne, l'agence STU-DIO hébergée aux Grands Voisins. Leur projet « Domo-Derme », isolation décorative en tissu recyclé par Emmaüs, les a fait repérer. Leur objectif est d'inventer et/ou détourner des techniques de transformation de la matière à partir de déchets. Les gravas de chantier et le marc de café deviennent matières premières pour fabriquer de la céramique, les épiluchures de légumes des ressources pour réaliser des impressions shibori.

Tout est parti d'une discussion avec un ami de longue date lors d'une soirée plus que tardive. Cela fait maintenant quatre ans qu'il travaille dans le bâtiment. Par un biais plus ou moins détourné, nous en venons à parler de l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie). Il me confie qu'il aimerait y travailler afin d'évoluer dans une formation écologie/environnement. Suite à cet aveu, nous débattons de l'énergie et de sa consommation par la société actuelle.

Nous passons du pétrole à l'électricité puis au nucléaire. Pour moi, il ne fait aucun doute que le nucléaire n'est pas une solution durable. Même s'il est vrai qu'aujourd'hui, en terme de rendement à la production, ce moyen reste le plus avantageux, il est vrai aussi que la quantité de déchets générés par cette technique et l'incapacité totale de les recycler en font une des activités les plus polluantes. À ma grande surprise, mon ami m'explique qu'on lui enseigne l'exact contraire. Il est convaincu que le nucléaire est aujourd'hui la manière la moins polluante de produire de l'énergie. J'essaie de lui expliquer que les déchets radioactifs ont une durée de vie plus longue que trois générations et que nous en produisons plus vite qu'il n'en peut se dégrader. Si la génération actuelle ne trouve pas le nucléaire polluant, c'est uniquement parce que nous n'avons pas les moyens ni le recul pour juger de cette pollution. Le débat se prolonge tard dans la nuit

mais je ne parviens pas à le faire changer d'avis.

Le lendemain, le débat de la veille continue à piquer ma curiosité. Je me rends compte avec effroi qu'au sein même de l'éducation supérieure, qui plus est dans une branche qualifiée « d'environnementale », on apprend aux étudiants que le nucléaire ne pollue pas. En admettant que mon ami rentre à l'ADEME avec de telles idées, comment ne pas se poser des questions quant à notre avenir ?

Bien que ma réaction ait été un peu excessive, elle m'a amené à formuler une problématique de design volontairement radicale : l'énergie et son utilisation au quotidien à travers n'importe quel objet est-elle réellement nécessaire ? À l'heure des énergies « renouvelables », pourquoi ne pas réintroduire l'énergie humaine, la seule réellement inépuisable ?

La source du problème aujourd'hui est que nous n'avons eu de cesse d'augmenter le niveau de confort, lequel est en grande partie fondé sur l'utilisation d'énergie (fossile et depuis peu « verte ») afin d'économiser l'énergie humaine : automatisation, propulsion... Le dilemme auquel nous nous confrontons est de sauvegarder, voire de continuer à augmenter le niveau de confort et son accessibilité tout en changeant le système de consommation et de production. Néanmoins ces nouveaux moyens de production restent encore minoritaires et quasi au stade expérimental. Leur

utilisation reste donc hésitante et les agences comme l'ADEME qui promeuvent certaines initiatives restent assez frileuses. Son action demeure cependant essentielle dans un contexte de transition obligatoire.

Par ailleurs, on considère la problématique du confort comme étant toujours fondée sur le concept d'innovation, dans un contexte de grande consommation. La plupart du temps, un nouveau projet n'est plus jugé sur son bien-fondé mais uniquement du fait de sa nouveauté. Cela touche particulièrement les objets universels ayant très peu évolué comme les brosses à dents avec gadgets ou les rasoirs à lames multiples, vibrantes, lubrifiées... et que sais-je encore !

Un autre exemple est l'iPhone©, exemple parfait de l'effet dit « couteau suisse ». Ne pouvant innover sans cesse sur l'utilisation elle-même de l'objet (demandant bien plus de réflexion), ses concepteurs ont accumulé services et « utilités » au sein d'un seul objet. La mise à disposition de tous ces services donne à l'utilisateur une impression de confort et de pouvoir. Bien qu'une étude récente prouve que 80 % des utilisateurs n'utilisent que 20 % des fonctions de leur téléphone, cette concentration provoque une véritable addiction chez l'utilisateur. Le phénomène de mode accentue cette frustration qui, dès qu'elle est comblée, se fixe sur un autre objet. Ainsi Serge Latouche, économiste et théoricien de la décroissance,

pense-t-il que les pays, dits du « Tiers Monde », sont passés du niveau de pauvreté à celui de la misère. On leur a vendu du rêve occidental tout en leur expliquant qu'ils ne pourront jamais le posséder.

De fait, je m'aperçois que j'évoque la décroissance. Pourquoi donc ne pas ouvrir une parenthèse sur ce concept ? Le mot décroissance est plus un slogan qu'un véritable message. Pour être tout à fait correct, il faudrait utiliser le terme d'« accroissance » avec un « a » privatif. Car la planète possède des ressources limitées et nous les consommons plus vite qu'elles ne se régénèrent. Souvenons-nous de l'enquête menée il y a quelques années montrant que si la population mondiale vivait comme un Français, il faudrait l'équivalent de trois ou quatre Terre ! Par conséquent, un changement s'impose dans notre manière de vivre et de consommer et, peut-être encore plus important, au niveau des systèmes de production.

Un des problèmes majeurs de la société dans laquelle nous vivons est son système de valeurs incohérent. L'humain ne se trouve plus au cœur de la société mais travaille pour ne pas perdre son emploi, tributaire malgré lui d'un système qui le maltraite. Parallèlement à la confiscation des pouvoirs par une élite, l'objectif assigné à l'individu est de s'enrichir. Le but de cette accumulation

est uniquement de s'auto-entretenir au dépens du plus grand nombre.

Dans sa mise en application de la décroissance, Serge Latouche explique qu'il faudrait réduire le temps de travail de moitié pour à la fois multiplier les emplois mais, surtout, laisser à tous le temps de se consacrer à l'épanouissement personnel. Il faudrait ajouter à tout cela le retour à une vraie citoyenneté au sens antique du terme. Une implication de chacun dans la vie de la cité correspond à une vraie responsabilité politique.

Tel est le principe, mais qu'en est-il de la réalité ? Notre système capitaliste/consumériste a pour principale qualité de pouvoir se schématiser sous forme de cercle ou de boucle. Par conséquent comment l'attaquer ? Tout ce qui est créé en son sein est absorbé et tout ce qui tente de le changer devient source immédiate de blocage. Dans une volonté de transition, plus réaliste, le système s'auto-protège.

Ce n'est pas le seul obstacle au changement. Nous avons aujourd'hui des capacités exceptionnelles pour anticiper les catastrophes et la dégradation de l'écosystème. Néanmoins l'homme aujourd'hui (mais peut être durant toute l'Histoire) n'est capable d'agir directement qu'à l'échelle de son existence. Autrement dit, prendre des décisions de transition qui n'auraient de sens qu'au titre de première étape d'une série ; d'autres seraient plus

difficiles à faire accepter, surtout dans un environnement politique où la règle est de critiquer plutôt que de proposer et donc de prendre des risques.

Le mouvement de décroissance a pour fondement l'être humain alors que l'évolution de la société ne lui est profitable en rien, qu'il n'en tire aucun bonheur. On peut espérer que tous s'en rendent compte, encore faut-il avoir une vraie connaissance des enjeux et un véritable avis dans un monde où la personnalité tend à être de plus en plus annihilée.

Le salut pourrait venir d'un nouveau mode de consommation fondé sur l'échange (de biens comme de connaissances) et l'humain. Sortir d'un modèle mondial pour redonner toute sa valeur au savoir-faire et aux qualités personnelles de chaque individu. Chacun s'ouvrirait à tout type de créativité, mentale ou physique (design ou artistique). Permettre à tous de connaître ce qu'ils achètent, d'échanger toutes ces connaissances pour redécouvrir son voisin, son immeuble, son quartier, sa ville. Ce changement doit également passer par la manière de penser le design. Il ne faut plus essayer de réduire à zéro tout effort et infantiliser l'utilisateur. Mais redonner tant que possible à chaque objet une gestuelle d'utilisation. Qui ne soit pas « gratuite » mais au contraire conduise l'utilisateur à mieux comprendre son objet, à l'apprécier

davantage et le conserver plus longtemps. Utiliser la main plutôt que l'électricité sans rendre l'effort insurmontable ajoute également une plus-value au résultat final.

Mieux connaître pour mieux vivre son objet me semble être un aspect important d'une évolution qui va de pair avec l'amélioration de la société. Redonner à l'utilisateur la volonté d'apprendre et comprendre passe par le fait de recréer un rituel d'utilisation. Simplifier les systèmes tout en gardant la même efficacité pour faire sortir le design de sa dimension élitiste et ne pas avoir peur de montrer le comment à l'utilisateur me semble être un enjeu plus qu'intéressant.

Pour arriver à un changement radical des mœurs, il faut procéder par étapes pour responsabiliser l'utilisateur et lui rendre son autonomie vis-à-vis de l'objet. Cette idée est nouvelle pour moi comme elle semble l'être aussi pour la société. Telle est la raison pour laquelle je me l'approprie comme ligne directrice.

Bibliographie

Bernays Edward (préface de Normand Baillargeon), *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, Paris, La Découverte, 2007.

Latouche Serge, *Survivre au développement : de la décolonisation de l'imaginaire économique à la construction d'une société alternative*, Paris, Mille et Une Nuits, 2004.

Latouche Serge, *Petit traité de la décroissance sereine*, Paris, Mille et une Nuits, 2007.

Jordan Chris, *Intolerable Beauty: Portraits of American Mass Consumption*, 2005.

le design pour la resilience

Lucas Dauvergne —

portrait

Né en 1988, diplômé en 2013.

Après son Grand projet de diplôme, Ménageons nos déchets, très remarqué pour son approche intuitive et frugale en matière de design durable, Lucas Dauvergne a travaillé avec l'artiste Yann Kersalé pendant près de deux ans. Il développera ensuite, pour SENSOMI, un design de service autour de la réparation : le Repair Café à Marseille qui, grâce au soutien de la région PACA et à une démarche de contribution, fonctionnera de façon autonome. Ce financement lui a permis de mettre en place le projet d'isolation par la décoration, DomoDerme, avec Mathieu Corticchiato. Avec son camarade d'école, il a monté STU-DIO, une structure sociale et solidaire tournée vers la valorisation locale par le design de matières et de savoir-faire sous-exploités. Le duo a récemment développé pour l'association parisienne Les Grands Voisins un système de production ultra-local de germoirs muraux capable de valoriser la terre du chantier limitrophe ainsi que le marc de café du restaurant.

De 1890 aux années 1970, un nouveau grand courant du design apparaissait pratiquement chaque décennie. Puis beaucoup de mouvements vinrent alimenter notre quête du bon objet design, le plus célèbre d'entre eux étant sans conteste le design émotionnel soutenu par Philippe Stark. Il serait dommage par ailleurs d'oublier le minimalisme et le design écologique, reflétant les désirs de notre civilisation, entre demande de confort, de modernité, de sensibilité, mais aussi du respect de notre environnement. Mais le design, par définition, ne devrait-il pas répondre à toutes les exigences de notre société à la fois ? Comment explique-t-on le manque d'engouement et le manque d'unité dans les concepts, comme l'absence d'une réelle vision d'ensemble sur ce que devrait être le design contemporain ?

Prise de conscience

Nous voilà entrés depuis dix ans dans le troisième millénaire ; le moins qu'on puisse dire est que cette première décennie fut le théâtre d'une prise de conscience planétaire, d'un bon nombre de remise en questions. Nous sommes en train de réfléchir au nouveau paradigme qui sera celui du xxie siècle.

Dans le domaine de l'industrie, depuis l'invention du

taylorisme, nous nous sommes efforcés de multiplier notre productivité, entraînant la baisse continue du prix de revient des produits, et de rendre accessible le design au plus grand nombre. Ce au détriment, envisagé sciemment, de la qualité de vie des ouvriers. Nos objets ont même une durée de vie calculée, destinée au rachat d'une gamme plus récente du même modèle, seule la série ayant changée. Nous n'achetons plus un produit mais un concept, un modèle propagé par la publicité et l'image de marque, sans avoir conscience des réalités de la production en série.

Dans le domaine de l'agriculture, cette construction fondée sur une consommation fantasmatique, s'applique aussi ; on essaye de nous vendre un fruit parfait, sans aucune détérioration animale, aux couleurs sublimes et au parfum évocateur... Mais il ne s'agit que du modèle, dans la série, si le fruit est beau, il contient un nombre de composants chimiques impressionnant. À tel titre que des scientifiques se demandent s'il ne vaudrait mieux pas pour la santé manger un bol de pâtes plutôt qu'une tranche de saumon : le blé ne contient presque aucun résidu chimique, alors qu'un saumon ingurgite toute sa vie des poissons déjà intoxiqués, ou a reçu une quantité impressionnante d'antibiotiques et d'aliments transgéniques. La laitue n'a pas le goût d'une salade mais l'image d'un produit sain, bien qu'il en soit tout autrement... Et pour réduire

encore plus les coûts, pour que nos agriculteurs nationaux puissent vivre correctement, nous les subventionnons, à tel point qu'il vaut mieux, en Europe, via la PAC, faire pousser une plante très demandeuse en eau dans une région aride, à grand renfort d'eau courante et d'engrais puissant, plutôt que des tubercules s'adaptant aux pires des conditions.

Dans le domaine de l'économie, pire encore, la finance semble évoluer dans une même illusion, avec des conséquences pour le moins dévastatrices : plus des deux tiers du mouvement monétaire mondial ne se fait pas dans les échanges de biens mais dans ceux d'actions ! Je n'irais pas jusqu'à dire que la spéculation boursière ne serait que du vent sans intérêt, comme l'est le modèle face à la série, mais sa valeur a été au cours du temps décuplée, jusqu'à devenir absurde. S'il faut certainement récompenser la prise de risque, elle est aujourd'hui minime dans le monde spéculatif, les prêts de capitaux sont en effet orchestrés par ceux-là même qui profitent des mouvements boursiers. Alors que le capital des entreprises devient toujours plus virtuel, le risque pour les employés de subir la baisse voire la chute de leur niveau de vie grandit d'autant. Au gré des crises récentes, la finance a parfaitement étendu son emprise sur les nations.

La santé est une autre victime du concept illusoire de modernité. L'allégorie en serait une femme, blanche,

excessivement mince, aux cheveux auburn, cadre supérieure, pratiquant le yoga, mangeant des yaourts natures 0 % et suivant un régime aux céréales... Quelle est la réalité derrière cette image de magazine ? Après avoir défini des critères de beauté et de santé, nous avons, afin de dynamiser le secteur de la santé, donné des clefs pour les atteindre : manger moins gras, moins salé, moins sucré, bio, dix fruits et légumes par jour, s'inscrire dans un club de gym. De fait, le sucre et le gras sont des carburants essentiels, mais peut-être s'en sert-on de moins en moins et avons-nous oublié comment le faire. La masse musculaire de l'être humain diminue d'année en année : les Américains n'effectuent plus que 650 mètres de marche par jours ! Nous prenons la voiture, l'ascenseur et le métro dès que possible et restons assis toute la journée. Les clubs de gymnastique ne servent en réalité qu'à détenir une carte de membre pour se déculpabiliser, au détriment du porte-monnaie ; il n'y a aucune raison pour qu'un tel lieu change en quoi que ce soit notre comportement qui vise au moindre effort.

Une telle prise de conscience est récente : à force de segmenter les corps de métiers, de spécialiser les savoirs, nous avons perdu la vision globale des choses. Il nous faut un médiateur, cet épistémologue devra faire ce qui relève déjà du design, à savoir synthétiser la sociologie, la technique, l'économie, le sens et le sensible pour en faire

un tout simplexe.

Changer de paradigme

Et si notre problème n'était-il pas tout simplement de devoir redéfinir des concepts socialement admis mais devenus aujourd'hui nocifs ?

Penser progrès et non évolution : inter à SUPPRIMER !

Le premier d'entre tous ne pouvant plus perdurer me semble être celui de l'évolution. Nous fondons nos créations sur cette idée de (re) nouveau, de changement permanent et non plus de progrès. Toute évolution est bonne à prendre pour vendre le maximum d'un produit sans le modifier à grands frais : une simple signature d'artiste, un coloris inédit... Et si le but d'une entreprise était non pas d'évoluer, par une hausse du cours de l'action ou une recapitalisation, mais de progresser, d'offrir de nouvelles perspectives à notre société, de voir le revenu des employés augmenter ; quelle est son influence auprès des autres acteurs du marché ? L'actionnariat étant plus une charge pour une compagnie qu'un véritable avantage, le mieux serait de s'en dispenser. Si l'on prend l'exemple d'Apple, l'action ne valait il y a cinq ans qu'une vingtaine d'euros, alors que l'iPod, l'iPhone et le Mac Intel étaient déjà présents dans le marché. Mais les investisseurs ont

attendu la première crise boursière du nouveau millénaire pour investir dans « la pomme », dès lors considérée comme une valeur sûre. L'action passa à 80 \$ puis, lors du second choc, à 190 \$, pour enfin dépasser, depuis les déboires de la Grèce, les 300 \$. Ces fluctuations n'ont pas vraiment partie liée avec la sortie d'un nouveau produit/concept, mais plus avec la fluctuation boursière mondiale. C'est pourquoi qu'Apple n'a jamais versé de dividendes aux actionnaires ; son but est avant tout d'investir dans le progrès, pour renforcer sa notoriété et, du coup, forcer les traders à investir. L'entreprise maîtrise le marché, proposant du progrès quand les autres parlent d'évolution, ce qui lui permet de ne pas tomber sous le dictat de l'évolution permanente ; par exemple en ne sortant rien de nouveau pendant plusieurs mois, alors qu'un concurrent produira une création toutes les semaines. Apple profite des évolutions technologiques bien après les autres, préférant attendre que celles-ci permettent un progrès et non une simple évolution technologique sans applications cohérentes. Les actions ne sont utiles que lorsqu'il s'agit de lever des fonds pour la création ou la refonte d'une entreprise, mais ne doit pas devenir une fin en soi. Peut-être vaudrait-il mieux ne pas rentrer dans les mœurs de la finance, et garder les dividendes au sein de l'entreprise, au risque de se faire mal voir des investisseurs, jusqu'au moment où la cohérence des productions de la société

finit par séduire les investisseurs.

Penser durable à SUPPRIMER

Il semble que nous n'avons pas pris la définition de durable dans le bon sens, plus dans le sens de la résistance à l'usure et aux changements de mœurs que dans une approche écologique. On nous répète sans cesse qu'il faut économiser l'eau domestique et l'éclairage, acheter un meuble en aggloméré plutôt qu'en bois exotique. Mais, sachons-le, la part de la consommation en eau par le particulier et sa municipalité ne représente que 10 % de la consommation mondiale, contre 21 % dans l'industrie, et 69 % dans l'agriculture. Les mêmes disparités concernent la consommation d'électricité.

On nous sensibilisera aussi sur l'économie du bois mais, si nous avons tendance à acheter un meuble en kit plutôt qu'en bois brut, nous nous retrouvons obligés de le changer tous les trois ans, le meuble ayant vieilli prématurément ; alors qu'il y a à peine un siècle, une table de campagne pouvait perdurer des dizaines de générations. Nous ne consommons pas forcément trop mais surtout mal ! Si nous réduisions la fréquence de nos achats sporadiques au bénéfice d'objets conçus pour durer à un prix conséquent, nous nous dirigerions peut-être vers une voie plus pérenne économiquement, parce que fondée sur la qualité et le progrès et, sociologiquement, sur la

sauvegarde de savoirs artisanaux et une valorisation du travail de l'ouvrier.

Bien entendu, notre planète se porterait mieux si nous limitions le renouvellement des objets, nous affranchissant de fait d'un certain nombre de problèmes écologiques. De plus, les productions durables peuvent remettre au goût du jour le marché déprécié de l'occasion ; si nous voulons renouveler notre intérieur, il nous suffirait alors de « troquer » nos meubles par de nouveaux.

L'écologie

Nous gérons mal nos ressources naturelles. Des signes montrent l'aggravation constante de l'état de notre écosystème. Mais n'oublions pas une chose essentielle : « Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme. » (Antoine Lavoisier). Il ne faut pas, dans le mot « écologie » ne retenir que « éco » mais plutôt, à mon sens, se concentrer sur la logique. Je vais donc, par des exemples, essayer de tracer quelques pistes pouvant nous mener vers une meilleure gestion de nos ressources.

Mon père me fit état récemment de la réaction perplexe qu'avait eu le fermier de son village d'enfance lorsqu'il apprit que l'on élevait aux États-Unis des centaines de bovins en même temps, nourris aux céréales : « Mais

comment espèrent-ils gagner de l'argent avec toutes ces installations, alors que nos prairies satisfont toutes nos attentes en matière d'infrastructure ?

Une vingtaine d'années plus tard, de grands agronomes se demandent si, finalement, ce fermier n'avait pas raison. Qui dit agriculture intensive de bovins dit aussi grands locaux, besoins en eau et en céréale phénoménaux, vitamines et antibiotiques coûteux pour compenser la faiblesse des animaux en surnombre et contrer la forte mortalité. Si l'on revenait à des exploitations plus modestes, nous supprimerions nos besoins en locaux techniques, en eau et électricité, en céréales, antibiotiques et compléments alimentaires : un boeuf issu d'une agriculture plus raisonnée serait ainsi bien plus rentable que celui issu d'une filière classique.

Comme pour les bovins, qui dit agriculture intensive, dit moyens déployés pour fortifier l'élément cultivé, largement fragilisé par le surnombre. Lorsque l'on souhaite développer la viticulture, il faut utiliser des désherbants, des fongicides, des insecticides, exploiter un terrain pendant une durée limitée, celui-ci devenant rapidement stérile. Le terrain étant débarrassé de toutes vie extra-viticole, il ne peut s'aérer naturellement, la terre est si dense que l'eau n'arrive plus à y pénétrer, ravinant le sol, en entraînant avec elle le peu de minéraux encore contenu dans le sol, transformant le terreau de

l'exploitation en matière sablonneuse. Lorsque les plantes ne trouvent pas les éléments nécessaires à leur survie, il faut leur donner des compléments artificiels adaptés et les surprotéger contre les insectes. Alors qu'en agriculture raisonnée, le désherbage est mécanique et non chimique, les lombrics et autres aérant la terre et transformant les déchets organiques en composte. Les besoins en eau sont bien moins importants en raison de la perméabilité du sol, tandis que les insecticides peuvent se limiter au simple sulfate de cuivre, les plants étant nettement plus résistants qu'en agriculture intensive.

Depuis le début de l'industrialisation, nous nous sommes efforcés de segmenter nos domaines de compétence, pour en approfondir le contenu, résoudre nos problèmes de façon plus pointue. Mais il existe un revers à la médaille, si l'on reprend les exemples juste ci-dessus ; une chose est remarquable : nous voulions un meilleur rendement, l'industrialisation nous a apporté les infrastructures nécessaires. Cette densité de production fragilise les plantes, les agronomes ont apporté la chimie nécessaire à leur survie. Les productions sont toxiques, les médecins soignent nos cancers. À chaque problème, sa solution. Mais les secteurs étant totalement segmentés, chacun apporte sa solution dans son domaine, rarement avec une vue globale du problème. Nous sommes dans un immeuble en feu : les scientifiques tentent de nous rendre insensibles

au feu, les ingénieurs réfléchissent à comment solidifier la structure pour l'ignifuger mais personne ne pense à éteindre les flammes. Il faudrait peut-être d'abord penser à l'éradication du problème plus qu'au colmatage auquel nous avons tendance à nous soumettre trop facilement. Le *Less is More* caractérise le design de ces dernières décennies, toujours plus épuré, à tel point qu'une mode du « personnalisable » prend de l'ampleur chez les consommateurs. Il est certes très important, et notre prise de conscience écologique nous y encourage, de penser à l'économie de moyens, de ne pas tomber dans la décoration excessive et de prendre en compte l'esthétique des consommateurs. Mais, à force d'épurer la forme, la matière et la couleur pour plaire au plus grand monde, à force d'acculturer la forme, nous tombons dans des styles neutres, sans intérêt, sympathiques au début, mais si pauvres qu'ils finissent par se faire oublier. Il nous faut vite personnaliser l'objet en question, ou même en acquérir un autre. Le problème ne tient pas tant à la sophistication de la forme qu'au « caractère » de l'objet. Nous ne comprenons pas entièrement les éléments naturels. Si nous apprécions l'esthétique d'un paysage, nous ne l'expliquons pas entièrement, et c'est sûrement pourquoi nous pouvons difficilement nous en lasser. Le fait de rendre une esthétique trop évidente tend à appauvrir le rapport que l'utilisateur entretient avec son

objet. Si l'on fait un inventaire des courants du design qui ont du succès encore aujourd'hui, tous ont un vrai parti-pris. Les designers ont donné une forte personnalité à leur objet, ce qui les a rendus indémodables et respectables. Aujourd'hui la tendance est plutôt au dépouillement de la forme et à la monochromie, alors que les magasins parisiens de design contemporain ferment, et que des antiquaires spécialisés dans le design des années 1920 à 1970 fleurissent dans tout Paris. Faut-il y voir un lien ?

Le design de demain

Nous avons fondé notre civilisation sur la technique de la taille : celle de la pierre afin de bâtir des églises, celle de l'animal pour nous procurer de la viande. Nous avons découvert plus récemment la mécanique qui, associée à la chimie, nous permet d'accéder à l'automatisation. Depuis quelques décennies, nous apprivoisons le modulable, la logique automatisée, en soit, l'informatique. Mais nous entrons dans un univers bien plus passionnant, celui du biologique. Nous n'allons plus couper des arbres pour en débiter des planches et faire des meubles, mais construire ceux-ci par assemblage savant de molécules, agglutinées les unes aux autres jusqu'à former un ensemble cohérent. Nous n'aurons plus besoin de motoriser un objet pour

que celui-ci puisse se mouvoir, les matériaux qui le composeront se déformeront à façon, à la manière d'une cellule musculaire. Si nous savons transformer tous nos matériaux, et cela au niveau moléculaire, nous pourrions accéder à une gestion bien plus évidente de nos ressources. Tout ceci peut sembler un peu abstrait et optimiste, mais l'ère biologique, ou l'ère nano technologique, est déjà en marche, comme on peut voir ci-dessous quelques applications pionnières.

En alliant du nickel et du titane, et par un procédé spécifique de fonderie, nous sommes capables aujourd'hui de fabriquer des alliages à mémoire de forme, avec des métaux capables de se déformer puis de reprendre leur forme initiale par une légère augmentation de température, ou un faible courant électrique, tout en dégageant une force considérable pour retrouver sa forme de fonderie. Nous utilisons déjà ces alliages dans la fabrication de relais, de vérins et d'agrafes chirurgicale se serrant lorsqu'elles sont fixées à un os, atteignant dès lors plus de 35°, température à laquelle elle retrouve sa forme de fonderie.

Une entreprise américaine produit chaque jour dans ses laboratoires plusieurs centaines de milliers de véhicules de taille nanoscopique qui, à terme, pourront suivre des marqueurs radioactifs qui les conduiront à l'emplacement exacte d'une tumeur, d'un caillot dans une artère, pour ne détruire que l'élément problématique.

Les traitements de surface connaissent une véritable révolution même s'il existe depuis plusieurs décennies déjà des verres qui peuvent, selon un champ électrique, devenir soit transparent, soit opaque, voire réfléchissant. Nous savons aussi, grâce aux oxydes de titane, créer des surfaces autonettoyantes, du moins lorsqu'elles sont exposées à un ensoleillement correct.

Nous commençons à chercher à agir directement sur le matériau pour qu'il puisse acquérir des fonctions supplémentaires, simplifiant les infrastructures, comme avec l'effet lotus : lorsqu'une feuille de lotus, de capucine, de chou, et bien d'autres, sont en contact avec de l'eau, celle-ci ne peut que ruisseler sur la plante, de microscopiques poils de cire recouvrant la feuille, la rendant super hydrophobique. Une couche d'air se formera donc toujours entre la surface de la plante et l'eau qui la recouvre, transportant avec elle toutes les saletés. Si tous nos revêtements recréaient l'effet lotus, nous n'aurions pratiquement jamais besoin de les nettoyer, ils seraient presque insalissables. Nous sommes aussi capables de créer des matières changeant de couleur en fonction de la chaleur, d'autres antimicrobiennes ou supraconductrices : nous approchons de la logique du vivant, chaque élément composant un objet sera peut-être en mesure à l'avenir de se modifier, de s'adapter par lui-même à son milieu.

Si nous passons en revue tout ce que nous venons de

voir, il apparaît que pratiquement tous nos problèmes peuvent se résoudre par la mise en place d'une éthique forte, accompagnée d'une vision d'ensemble, sensible et conceptuelle. Ces qualités caractérisent le design qui, à mes yeux, deviendra primordial parce qu'il ne se cantonnera pas au design de produit mais, comme il le fait déjà, s'orientera aussi vers le service. Le design va remplacer, ou tout du moins s'intégrer aux services marketing, d'urbanistes, etc. Le design va s'imposer comme le « métier de synthèse ». Nous avons compris que la croissance ne se fait pas sur une évolution du capital, mais plus sur un progrès, une avancée qui se vendra bien parce qu'elle est utile et esthétique. Il va devenir de plus en plus difficile de communiquer sur un objet ou un service incomplet car le consommateur tend à devenir de plus en plus expert. Grâce à la démocratisation d'Internet, les nouvelles générations ont accès à un savoir inégalé jusqu'à présent, de façon quasi immédiate, depuis son téléphone ou son ordinateur. Si nous segmentons et spécialisons nos corps de métiers, nous évoluons parallèlement vers les « amateurs experts ». L'accès immédiat au savoir, au fonctionnement d'une partie des techniques, peut nous permettre de déjouer les pièges des spécialistes. Le marketing de demain s'oriente déjà vers de nouveaux supports, la publicité traditionnelle étant d'un moindre impact et bien plus coûteuse qu'une performance sensible

dans un lieu public. Les retombées seront bien plus importantes, et l'image de la marque se verra renforcée. Si cela reste un peu à la marge aujourd'hui, ce phénomène va devoir se démocratiser. Durant les années 1990, la finance était reine, le trader sublimé, le design émotionnel et le marketing adulés. Aujourd'hui, la tendance s'inverse : nous voyons de plus en plus les logiques marchandes de manière péjorative, les écologistes gagnent en notoriété. Il y a vingt ans, la personnalité favorite des Français était Bernard Tapie, aujourd'hui c'est Nicolas Hulot. Toutes ces nouvelles technologies et prises de conscience devraient permettre aux designers de mener à bien nos aspirations, par une gestion plus conforme de nos ressources, un choix de matériaux adaptés et une esthétique significative. Notre rôle de futur designer est peut-être d'imposer nos idées, notre vision globale, à l'instar de Philippe Stark, en servant de précurseur, « d'influenceur ». Et si nos idées sont appréciées, peut-être d'aider à l'élaboration de notre nouveau millénaire.

Bibliographie

Barthes Roland, Mythologies [1957], Paris, Point Essai, n° 10, 2014.
Baudrillard Jean, Le système des objets [1968], Paris, Tel Gallimard, 1978.
Bourdieu Pierre, Raisons pratiques [1994], Paris, Seuil Essais, 2014.
Moholy-Nagy Lázlò, Peinture photographie [1925], Paris, Folio Essais, 2007.
Orsenna Erik, Voyage aux pays du coton, Paris, Lgf, 2007.

Filmographie

Jaud Jean-Paul, Nos enfants nous accuseront, 2009.

Vidéothèque

Robin marie-Monique, Le monde selon Monsanto, Paris, ARTE Vidéo, 2016
Schirman Danielle et Kendall Anna-Celia Kendall, Design, saison 1 et 2, Paris, ARTE Vidéo.
???, Les nanotechnologies, Paris, ARTE Vidéo, ???

ESSAIS

Design Objet 2012

légendes des images choisies



2

lentement, vers un design sans entraves
mehdi vilquin

0

enjeux énergétiques
cédric tomissi

1

le design dans les pays émergents
lionel dinis-salazar

2

fab labs, vers une autre production d'objets
mehdi vilquin



lentement, vers un design sans entraves

Mehdi Vilquin —

portrait

Né en 1989, diplômé en 2014.

Pour son diplôme, Mehdi Vilquin questionne les modèles de gouvernance politique projetés dans une fiction intitulée L.A.S.T.S. for Large Anthropological simulation Trial, installation artistique mêlant fiction et débat, projet exposé à la Biennale internationale du design de Saint-Étienne en 2015. Il poursuit sa recherche en design pour le WBS (Web Sharing Département) avec Bog Data, Mutation of Work, Mêmes, Disputes and Ecosophy, publié à la Cité du design de Saint-Étienne, en collaboration avec Madeleine Aktypi. En 2016, il développe en collaboration avec Pablo Hnatow un apprentissage des codes GUI (Graphical User Interface) et expose Digital Labor, des courts-métrages interrogeant le langage informatique comme une représentation non humaine du réel, sélectionné à la Biennale internationale du design de Saint-Étienne 2017 et à la Triennale de Milan. Cette même année, il commence à travailler pour Use Design, une agence spécialisée dans les interfaces et interactions hommes machines (IHM : Interaction Human Machine).

« Mets de la lenteur pour aborder une entreprise, mais le travail commencé, poursuis-le avec énergie. » Bias de Priène, vie siècle avant Jésus-Christ

Avant de parler du Slow Design, j'aimerais évoquer mon expérience personnelle pour justifier le choix de cette thématique et montrer l'intérêt certain qu'elle représente pour moi dans la pratique du design, ou plutôt comme forme de design que je souhaiterais envisager. En repensant à mon parcours scolaire et aux choix que j'ai dû et pu faire pour mon orientation, je me rends compte que celle-ci est la résultante d'une accumulation d'expériences diverses, d'une succession d'activités sans réelle logique, parfois inachevées, incomplètes, abordées en surface ou sans vraiment se ressembler. Elles révèlent une inconstance ou un manque d'investissement dû à un sentiment de désorientation constant, de sentiment « d'arraché », d'anonymat ou seulement de lassitude et de fatigue. À partir de cette prise de conscience, il est évident de se poser une question : « Comment puis-je trouver mon équilibre dans ce maelstrom d'activités ; comment vais-je réussir à m'épanouir dans mon métier ? » Le rythme de mon époque me paraît trop rapide ; dans ce cas, pourquoi considérer le temps comme enjeu essentiel à mes activités ? N'est il pas plus bénéfique de prendre son temps ? Le bénéfice de la lenteur s'impose comme force

de sagesse par rapport au regard que je peux avoir sur mon temps. Mon arrivé aux Arts décoratifs a renforcé mon impression du manque de temps. Je dois gérer ma vie de designer à la sortie de l'école, ma vie actuelle d'étudiant, mes projets, ma vie en dehors de l'école, culturelle ou sociale, ma vie familiale et, bien entendu, mes désirs et pulsions du moment. Il en résulte une difficulté à organiser ce temps malgré les plannings, mes plans, les prévisions que je fais de ce temps. Pourtant une étude récente m'a choqué. Elle montrait clairement que nous disposons de plus de temps que nos parents pour nous organiser, par une équation simple : la réduction du nombre d'heures passées aux travail plus la modernisation significative des transports en commun ou des modes de transport n'ont fait qu'améliorer notre cadre de vie. Et pourtant je continue de penser que cela ne reste pas objectif contre le sentiment que je ressens, qui persiste, d'être constamment désorienté. Peut-être que le temps que nous semblons avoir en plus par rapport à nos aïeux a-t-il subi une perte de qualité dans sa « prise ». Ainsi le design semble-t-il parfait par rapport à cette problématique du temps puisqu'il se décrit en partie comme une intervention intellectuelle dans la production d'« artefacts » qui modifient une situation donnée en une situation préférable. Est-il capable dans ce cas là de produire des situations, des contextes, des comportements susceptibles de répondre à une meilleure

prise de ce temps ? Pour répondre à cette question, je souhaiterais passer par un certain nombre d’auteurs qui se sont déjà posés la question du temps et de la lenteur par rapport à notre société, permettant d’appuyer une certaine forme de réponse pour cette problématique de temps dans notre société.

Éloge de la lenteur

Dans *Éloge de la lenteur*, Carl Honoré explique en partie ce « refus de conscience » comme une forme de déni de la lenteur qui se caractérise avant tout par un état d’esprit urbain, progressivement homogène dans sa manière de fonctionner par la jouissance, combinant toujours plus d’activités, dont l’emballement constitue une forme de jubilation. Comme le dit Milan Kundera : « La vitesse est une extase ». En dépit de l’usure des nerfs et d’une surconsommation d’intelligence, l’esprit arrive à endurer cette « allure ». Il est sans cesse sollicité, stimulé par les successions d’images, de nouveaux visages, de nouvelles sensations ; toutes nos affaires se concluent par un rythme accéléré. Acheter et vendre, compter ou évaluer, jusqu’aux conversations de comptoirs ! Cette accélération se caractérise aussi par l’ambition d’atteindre un certain confort de vie, vis-à-vis de son environnement. On

accélère son temps, on le densifie sur certaines activités pour en rajouter d'autres, nous créons une sorte de culture de l'urgence. Pourquoi sommes- nous si pressés ? Notre obsession du temps nous rejette finalement hors du temps présent par le décalage entre ce que nous attendons de la vie et ce que nous prévoyons. Bientôt plus de 7 milliards et demi d'humains sur terre dont le rythme de vie ne cesse de s'accélérer ? Dans ce cas là, le designer ne peut-il pas « réduire » ou penser les choses concentrées pour les rendre plus essentielles ?

Des objets consommés vite fait bien fait

Dans *Cradle to Cradle: Remaking the Way we Make Things*, William McDonough et Michael Braungart abordent la notion de cycle d'un objet. Ils posent la question de son usage et de son utilisation par rapport à son obsolescence programmée : mécanique, technologique, affective, psychologique... Nous nous projetons dans les objets que nous consommons. Les objets qui nous entourent sont des membres, des greffes ; nos voitures sont des habitacles que nous gouvernons, que nous conduisons. Les objets deviennent petit à petit des membres artificiels, une forme de prolongation corporelle car ils sont pensés en amont en vue d'une ergonomie à notre « image ». Nous voulons

qu'ils vivent avec nous, qu'ils nous appartiennent. Nous souhaitons et nous aimons acheter des produits « neufs », flamboyants, car nous les voyons comme des produits vierges, dits « purs » ou encore « immaculés ». Ils sont intacts et encore innocents dans leur utilisation avant qu'on les assimile. Ainsi « ouvrir » un nouveau produit revient en sorte à une « défloration » métaphorique : « Ce produit vierge est le mien ». J'en aurai fini avec lui quand il ne m'intéressera plus ou quand il sera tombé en désuétude. Nos produits répondent à un schéma archétypale, qui s'explique grâce à la psychanalyse : un produit neuf, et plus encore le fait qu'il puisse répondre à une norme, crée ou réponds à une pulsion de désir, de nouveauté. On va de l'avant en acquérant celui-ci et on prend plaisir dans son utilisation car il est une forme de réponse, de témoin de notre actualité vitale par rapport à notre « temps », à mon « temps ». L'objet prend part à une période de ma vie et, en soit, sert de réceptacle à un nombre d'expériences et de souvenirs. L'objet typique en serait le portable. Véritable instrument et objet de sociabilité, il prend part à mes liens, à mes discussions, il est l'intermédiaire idéal de mes échanges instantanés, il me permet d'immortaliser un certain nombre de ces moments par ses autres fonctions (appareil photo, mémo vocaux, musiques, etc.). Ses fonctions ne cessent de s'intensifier, ou plutôt de se densifier en vue de sa petite taille, toutes

les fonctions actuelles deviennent presque nécessaires à mon épanouissement, Apple l'a bien compris. Ainsi Al Gore parle-t-il de civilisation dysfonctionnelle : notre société est soumise de plus en plus fortement à l'habitude de consommer des quantités toujours plus importantes chaque année, de matières premières, d'énergie, d'eau et d'air purs que nous transformons en objets, en produits dont nous pensons pour beaucoup d'entre eux avoir réellement « besoin » pour nous épanouir. Cette production d'objets divers prend son contrepoint dans son processus d'industrialisation, par des effets « non nécessaires » issus de leur production : pollution, obsolescence, surplus sériels, défauts de fabrication et, surtout, publicité en masse pour légitimer leur production, leur apparition dans le paysage des objets actuels en vue d'imposer un standing socio-économique. Le mode de production capitaliste est soucieux de nous perdre dans ces rituels de production abusifs au détriment de notre vie spirituelle. Le designer ayant pour rôle d'interface entre la production et la consommation, en plaçant au centre de son intérêt l'humain et l'usage, selon les dires de Norman Potter, ne peut-il remédier à ce cycle de vie des objets en un cycle plus vertueux, pour l'homme et son environnement ?

Comment définir le rôle du Slow Designer

Au siècle de la production de masse, où tout doit être planifié et étudié, le design est devenu « un outil à modeler les outils », qui permet à l'homme de transformer son environnement et, par extension, sa personnalité. Cela exige de la part du designer un sens aigu des responsabilités morales et sociales. En ce cas, quels sont les enjeux actuels de notre société quand toutes les approches du marketing post industriel continuent d'imposer leurs lois ? Certains designers se montrent en réalité plutôt pessimistes, comme Raymond Loewy, par rapport au « public » et à l'impact réel du designer sur son comportements : « Le goût du public adulte n'est pas nécessairement assez mûr pour accepter les solutions logiques et leur éthique si ces solutions impliquent une trop grande innovation (sociale, technologique ou culturelle) par rapport à ce que l'acheteur a l'habitude de considérer comme la "norme" ». Ce regard sur l'impact de notre société actuelle sur l'environnement, en dépit d'initiatives écocitoyennes, paraît assez réaliste et donc pessimiste. Mais peut-on vraiment parler de « refus de conscience » ? Si Marx écrit que la marchandise est la réification des rapports sociaux, Alastair Fuad-Luke soutient, lui, que les rapports sociaux peuvent être modifiés par le design. On le voit, la responsabilité que fait peser le Slow Design sur le designer semble écrasante. Le Slow Design n'est

pourtant pas une utopie. Il ne propose pas un avenir alternatif mais un contreponds nécessaire à la vitesse qui caractérise nos sociétés. La lenteur n'ayant de sens que par rapport à la vitesse et vice-versa, la Slow Life ne saurait se substituer complètement au rythme du progrès. Le Slow Design demande simplement à pouvoir coexister avec les formes de vie actuelles, car nous avons besoin « d'îles de lenteur dans un océan de vitesse » selon les mots de Ezio Manzini dans Design pour innovation sociale. Fuad-Luke pointe l'importance du Slow Design dans l'équilibre de l'homme et de son environnement en rompant avec la consommation de masse pour s'inscrire plutôt dans la perspective du long terme. Ainsi la création d'un nouvel objet lui apparaît-elle comme une vraie responsabilité pour le designer : un objet va-t-il vraiment changer ou plutôt améliorer le quotidien de tel ou tel personne ? En somme, un nouveau produit doit-il vraiment être différent de ses compères pour exister ?

Le Slow Design contre une industrie de la contrainte

Je voudrais montrer que le Slow Design est une forme de design contre la « contrainte ». Mais pourquoi la contrainte alors que ce terme me semble le mieux pouvoir désigner la manière dont nous vivons et nous nous comportons. Cette

industrie de la contrainte, cette société de la contrainte renvoient plus ou moins directement à la définition littérale du mot : « Violence exercée contre quelqu'un, une entrave à la liberté d'action. » Ainsi, la volonté du Slow Design serait pour moi de rentrer « en opposition » contre cette contrainte industrielle car, selon la formule de Clausewitz : « L'opposition est un acte de violence destiné à contraindre l'adversaire à exécuter notre volonté ». Le Slow Design serait capable lui aussi de contraindre notre mode de fonctionnement, de consommation, afin d'en adopter de nouveaux liés à cette nécessité de ralentir. Sans pour autant rentrer dans une opposition, dite « violente », l'objectif serait de mettre au point des objets durables : ils seraient vecteurs d'innovations, privilégiant les liens sociaux et l'échange d'expériences pour une plus grande conscience de nos ressources. Pour que l'individu conserve son libre arbitre face au marketing prônant un mode de consommation « type ». Actuellement, la même logique de production des objets se poursuit, dans leur utilisation et leur obsolescence. Pour se donner bonne conscience, tant le producteur que le consommateurs se contentent de matériaux de substitution avec un label « écologique ».

Les objectifs du Slow Design

Le Slow Design souhaite rompre avec la logique consumériste et mettre au centre des préoccupations du design l'équilibre de l'homme et de son environnement, face à l'urgence climatique et la déliquescence de nos sociétés de masses. Le modèle capitaliste étant plus qu'épuisé voire périmé, il est grand temps de quitter le navire.

Le Slow Design veut :

- remodeler des structures industrielles par la restructuration du parcours des objets à l'état mondial pour en limiter l'impact environnemental.
- Changer notre mode de vie consumériste car les produits que nous consommons vont au-delà d'une complexité industrielle menant à une obsolescence programmée. Le mouvement Slow, l'attitude Slow répondent à la volonté de prendre son temps, de ne plus parler de temps qui passe mais plutôt de temps qui « dure ». Ainsi en 1986, à Rome, après l'ouverture d'un McDonald sur la place d'Espagne, certaines personnalités phares de la gastronomie italienne comme Carlo Pertini s'insurgèrent-ils. Ils mirent au point un manifeste qui devint l'étendard d'une nouvelle attitude gustative, en militant pour « la défense et le droit au plaisir de l'alimentation ».
- S'opposer aux effets dégradants de l'industrie et de la culture de la restauration rapide qui standardisent les

goûts.

- Défendre la biodiversité alimentaire au travers des projets de l'Arche du goût et des Sentinelles.
- Promouvoir les effets bénéfiques de la consommation délibérée d'une alimentation locale et de nourriture indigène,
- Promouvoir une philosophie de plaisir,
- Encourager le tourisme attentif et respectueux de l'environnement et les initiatives de solidarité dans le domaine alimentaire (voir aussi écotourisme).
- Réaliser des programmes d'éducation du goût pour les adultes et les enfants.
- Travailler pour la sauvegarde et la promotion d'une conscience publique des traditions culinaires et des mœurs.
- Aider les producteurs artisans de l'agro-alimentaire qui font des produits de qualité.

Quelques applications du Slow Design

Comme exemple d'attitude Slow, je parlerais du Slow Travel, avant tout le goût de l'aventure. Quitte à mettre un peu plus de temps pour se rendre à un endroit, autant s'offrir la possibilité d'une surprise en cours de voyage, en faisant du stop, du covoiturage ou un bout de chemin

à pied. Vous serez surpris des rencontres que vous pouvez faire, mais cela demande un peu de courage et de confiance dans les gens qu'on rencontre. Prendre son temps dans un monde où tout va toujours plus vite est devenu le summum du luxe.

Sachons être lent. On a tendance à voir la lenteur comme comportement péjoratif : « Il est lent, il est improductif, il est paresseux, etc. » Une étude récente prouve au contraire que les employés sont plus productifs, plus réactifs après une sieste juste après leur repas. « Travailler plus, pour gagner plus » serait plutôt à transformer en « Travailler moins pour travailler mieux ». Pour le designer, son statut d'« artiste-technicien » répondant à un cahier des charges en vue d'une nouvelle commercialisation d'un objet, est à prendre plutôt comme activisme politique. C'est le designer qui peut œuvrer à transformer les rapports sociaux, réapprendre à partager, et donc susciter de la confiance entre les gens en créant des situations favorables à l'échange, à la rencontre, à la discussion et à l'épanouissement personnel. La Slow Life n'est pas un mouvement réactionnaire, mais plutôt la volonté d'oublier ce que le capitalisme nous a appris dans notre rapport aux objets, mais aussi aux autres.

Bibliographie

Honoré Carl, *Éloge de la lenteur*, Paris, Poche Marabout, 2013.

Gaillard Frédéric, *Industrie de la contrainte*, Éditions L'échappé, coll. Négatif, Bagnole, 2011.

Mercier Antoine (dir.), avec Alain Badiou, Miguel Benasayag, Rémi Brague, Dany-Robert Dufour, Alain Finkielkraut, Élisabeth de Fontenay et al, *La décroissance : réflexions pour comprendre la crise... et en sortir*, Paris, Éditions Hermann, 2010.

Petrini Carlo, *Slow Food, manifeste pour le goût et la biodiversité : la malbouffe ne passera pas !*, Gap, Éditions Yves Michel, coll. Société, 2005.

enjeux énergétiques

Cédric Tomissi —

portrait

Né en 1989, diplômé en 2014.

Cédric Tomissi, designer d'objet, est un optimiste qui s'emploie depuis son départ de l'EnsAD à être un moteur d'innovation technologique générant de l'innovation sociale. Avec la startup Zéphyr Solar, qu'il a cofondée avec Julie Dautel, une ancienne camarade de l'EnsAD, il développe une gamme de produits innovants apportant des solutions concrètes d'électrification sur sites isolés. Avec ce projet né sur les bancs de l'école, il s'engage pour un futur meilleur en associant l'entrepreneuriat avec l'économie sociale et solidaire, grâce à l'approche systémique du designer.

Depuis la domestication du feu jusqu'à la maîtrise de l'eau et du vent, l'énergie tient une place prépondérante dans l'élaboration des sociétés humaines. L'utilisation des énergies fossiles dès le xixe siècle a marqué un tournant dans le devenir de la société et de la planète, en passant d'une production d'énergie par le bois à une production non renouvelable fondée sur le pétrole et le gaz. Cette révolution énergétique a mené à la révolution industrielle et a permis de construire notre société telle que nous la connaissons encore aujourd'hui. Cependant nous commençons à percevoir très nettement les limites de cette gestion énergétique, que ce soit par les pollutions engendrées, les risques sécuritaires ou la raréfaction des matières premières. À très court terme, il est donc impératif de faire évoluer la gestion énergétique et les habitudes de consommation à tous les niveaux, que ce soit domestique, infrastructurel ou industriel. La répartition énergétique mondiale est très inégale entre les pays industrialisés et les pays émergents. Aujourd'hui, un Américain consomme vingt fois plus qu'un Africain et près d'un milliard et demi de personnes n'ont pas accès à l'électricité. Pour tenir la distance, les pays industrialisés produisent de plus en plus d'énergie mais peinent à faire concorder cette production avec leurs besoins exponentiels. Nous consommons déjà la majeure partie de la production énergétique mondiale ; comment ferons-nous quand les pays émergents arriveront

à notre niveau de consommation ? Nous ne pouvons pas leur refuser l'accès à l'énergie dont nous avons nous même usé et abusé d'autant que les réserves s'épuisent à grande vitesse.

D'une part, les estimations scientifiques prévoient la fin du pétrole dans une quarantaine d'années, une cinquantaine pour l'uranium, une soixantaine pour le gaz naturel et moins de deux siècles pour le charbon. Nos ressources non renouvelables se tariront bientôt et il faudra trouver des alternatives efficaces pour changer nos habitudes de consommation énergétique en limitant les effets négatifs du choc pétrolier imminent. Les pays industrialisés redoutent dans le même temps le monopole énergétique des pays exportateurs de pétrole car ce sont eux qui possèdent la grande majorité des ressources fossiles et peuvent jouer sur l'inflation pour raviver leur économie. Les pays industrialisés recherchent donc l'indépendance énergétique, ils se doivent ainsi de répondre chacun à leur échelle à leur propre consommation.

D'autre part, notre planète arrive elle aussi à saturation. Après deux siècles d'exploitation fossile et d'émissions de gaz à effet de serre, les aspects négatifs se font de plus en plus visibles et commencent à changer la face de notre monde. Le réchauffement climatique associé aux désastres écologiques provoqués par l'industrie énergétique, mais aussi les accidents (marée noire, vétusté

des installations nucléaires, etc.) et la gestion des déchets du nucléaire commencent à peser sur les consciences. Il y a nécessité d'intervenir et de trouver de nouveaux horizons énergétiques rapidement.

L'avenir se tourne vers le développement et la démocratisation des énergies renouvelables que nous connaissons déjà comme le solaire, l'éolien, la géothermie, la biomasse (bois, biogaz et biocarburants) ou l'hydraulique mais aussi vers de nouvelles sources que nous ne connaissons ou n'utilisons pas encore. Le développement et l'optimisation de la pile à combustible pourront par exemple être une des révolutions que nous verrons prochainement arriver. Se posera alors la question de savoir si nous devons appliquer cette nouvelle forme d'énergie sur notre modèle précédent ou si nous devons en créer un nouveau intégrant une logique plus durable et ainsi adaptée à notre propre façon de consommer. Dans le cas du transport, on s'aperçoit que 25% de la consommation énergétique mondiale actuelle lui est consacrée. Faut-il garder son schéma de fonctionnement actuel et y appliquer une nouvelle technologie ou faut-il repenser plus largement notre façon de nous déplacer ? Le designer sera sensé intervenir à ce moment-là en travaillant de concert avec les industriels pour encourager de nouvelles habitudes face à une situation, en proposant un service ou

un objet qui modifiera le comportement du consommateur et l'impliquera dans le changement. L'habitat représente lui aussi un quart de notre consommation énergétique, aussi faudra-t-il favoriser un habitat passif et donc intégrer dès la construction ou rénovation d'un bâtiment une logique d'économie et d'autosuffisance en prenant en compte l'isolation thermique, la ventilation, le chauffage passif et l'intégration des énergies renouvelables pour à terme ne plus être dépendant à 100% du réseau électrique. Ce type d'initiative durable se retrouve dans le principe d'écoquartier où l'autonomie énergétique côtoie la mixité sociale et les commerces de proximité. L'autosuffisance énergétique et la durabilité devront être encouragées pour devenir la norme. Un autre quart de la consommation se joue dans l'industrie. Pour agir sur tous les fronts, il faut que les industriels montrent comment ils rationalisent leur consommation et luttent contre le gaspillage car on ne peut demander à la population d'être responsable si les entreprises ne le sont pas elles-mêmes. En effet, comment demander aux gens d'éteindre la veille de leur télévision quand on sait que 5% de l'électricité est perdue à cause de la vétusté des installations ? Comment peut-on alors réussir à assurer la transition entre nos habitudes de consommation et une société plus respectueuse de l'environnement ? Pour ce faire, il faut solutionner le stockage de l'énergie et investir dans le développement de nouvelles typologies

de batteries plus légères et non polluantes et développer la gestion, la production et la consommation en temps réel pour optimiser les systèmes de production et limiter les pertes. Avoir une consommation plus raisonnée sera le point de départ d'une modification de la gestion de l'énergie et devra se faire autant à l'échelle industrielle qu'à l'échelle domestique.

L'électricité étant invisible, on a tendance à oublier son existence et à la considérer comme acquise. L'exposition « So WATT ! » sur le design dans l'énergie, réalisée sous le commissariat de Stéphane Villard, designer à la R&D (recherche et développement) d'EDF, montre que le design peut aussi intervenir pour rendre visible l'électricité et responsabiliser l'utilisateur sur sa consommation en matérialisant par exemple les fuites énergétiques dues à la veille d'appareils par une multiprise lumineuse (projet de Gilles Belley) ou en permettant sa visualisation en temps réel. Ainsi les avantages sont communs : éviter la consommation inutile et des dépenses superflues. Pour les pays industrialisés cette transition devra se faire de façon douce car les populations sont plus difficilement prêtes à modifier leur rythme de vie. L'accent doit être mis sur la recherche et les projets menés sur la responsabilité mais qui ne devront pas perdre de vue l'aspect économique en cette période de crise. Pour être efficace, il faudra

agir sur tous les fronts et ne pas intervenir sur du local en ne prenant en compte qu'une partie des paramètres. Les pays émergents peuvent construire eux-mêmes leurs sociétés sur des principes durables plutôt que d'avoir à les transformer comme ce doit être notre cas, à nous de les aider dans cette voie. Les pays devront s'entendre pour mener à bien ces modifications sociétales et agir de concert ; en l'état actuel des choses et aux vues des guerres énergétiques récentes, nous pouvons nous demander si ce n'est pas utopique. À nous designers de faire en sorte que non.

Cette période de transition est charnière dans le devenir de notre société, la gestion des besoins et des ressources va se modifier et chacun devra être acteur de ce changement et plus responsable dans sa consommation. Le rôle du designer sera alors primordial car il permettra, en association avec les innovations technologiques et sociales, de réorienter les habitudes de consommation en proposant de nouveaux systèmes et moyens d'appréhender notre rapport à l'énergie et à la communauté.

Bibliographie

BP Statistical Review of World Energy, 2011.

« So WATT ! Du design dans l'énergie », Paris, espace EDF Electra, 2007.

Webographie

www.hespul.org , énergies et inégalités.

le design dans les pays émergents

Lionel Dinis-Salazar —

portrait

Né en 1988, diplômé en 2014.

Vers 8 ou 9 ans, Lionel Dinis Salazar a posé ses yeux pour la première fois sur la lunette d'un microscope. Il a été fasciné par le lien entre esthétique et fonctionnalité. Tourné vers le design de produit, après être passé par différents studios réputés, il s'approprie une pratique au-delà de la seule fonctionnalité. Une approche dans laquelle la technique et les sens se répondent, où la réinterprétation d'artefacts naturels sert des préoccupations sociologiques, anthropologiques et sémiotiques.

doppelstudio.fr

Le conflit, la contradiction : ces termes caractérisent le mieux la situation créée par la mondialisation. Une contradiction car nous cherchons toujours à nous rassembler pour nous renforcer alors que l'individualisme semble primer. Une contradiction car la culture industrielle est ancrée dans les pays, dits « industrialisés », alors que leurs techniques tendent à être délocalisées. Les pays en voie de développement, dits « émergents », sont utilisés comme arrière-base pour la fabrication essentiellement en raison du faible coût de la main-d'œuvre et non pour leur potentiel créatif. Pourtant, libres de préjugés économiques, ils peuvent offrir de nouvelles solutions dans leurs manières d'anticiper l'innovation et la création. Notre société imprégnée d'une culture de masse perçoit l'objet comme omniprésent : la marque prédomine et la mode priment sur la fonction tandis que le besoin réel de l'objet disparaît. Ces pays neufs ont une fraîcheur qui leur permet d'être plus ouvert vis-à-vis de la manière de percevoir le cycle de production, depuis le dess(e)in jusqu'à la fabrication.

Les BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine) sont les États devenus les principaux moteurs de la mondialisation. La Chine rachète les dettes américaines, Renault lance une de ses plus grandes campagnes de développement au Brésil. Économiquement plus libres, ils sont moins impliqués dans la spirale qui touche les pays de l'hémisphère Nord.

En dépit de leur importance dans le monde économique, ils ne restent encore pour la majorité qu'au stade de pays producteur. En manque de créativité il y a encore quelques années, ils voient la situation se retourner progressivement. L'innovation devient le facteur marqueur de différence. Elle s'installe comme outils. Pour créer cette effervescence, les entreprises développent des systèmes de recherche et développement (R&D). Mais la technologie seule permet-elle d'être un facteur motivant face aux défis sociaux, climatiques ou d'alimentation ? Le positionnement culturel peut-il marquer la différence dans le cadre de l'innovation ?

Les règles du carré sémiotique comme la formalisation d'une intention, l'étude et la compréhension de l'usage pour l'améliorer par le design, les évolutions sociales, l'appropriation des techniques et la durabilité constituent une démarche. Le facteur durable est aujourd'hui remis en question dans une période où la durée de vie de l'objet se voit écourtée, où l'obsolescence de l'objet est programmée pour permettre un renouvellement continu des tendances et ainsi amplifier la consommation. L'objet devient obsolète non pas en raison de sa technique mais de par son image. Le fonctionnement d'un téléphone portable actuel est quasi identique à celui d'il y a trois ans, mais une personne aura consommé trois appareils

durant ce laps de temps. Alors qu'à l'époque du streamline puis de l'école d'Ulm, le devoir du bon designer était de concevoir des objets pour tous, efficaces et pérennes. Mon envie, à travers cette étude, est de voir comment des pays moins organisés et avec moins de structures, peuvent innover avec le design comme moteur. En Afrique, dans une culture étroitement liée à la tradition, il faut que l'objet soit d'abord fabriqué pour susciter l'intérêt. Le design devient alors la valorisation d'un savoir culturel, il devient un enjeu national où chaque pays veut valoriser ses savoirs artisanaux. Récupérant nos voitures que la société de consommation juge démodées, ils leur offrent une deuxième vie. Cependant différents pays africains utilisent leur savoir-faire existant, entre l'art et l'industrie, pour développer sur place des objets en série.

Balthazar Faye, designer sénégalais formé en France, commente ce nouveau phénomène. D'après lui, l'artisanat représente le fort potentiel d'un savoir traditionnel où la matière devient une source de création. Il faut inventer une cohérence entre le matériau utilisé et le but. Mais dans un contexte où la matière se fait rare, on doit l'utiliser efficacement. Toutefois, les objets produits sont confrontés aux caricatures d'objets pour touristes. C'est donc l'innovation et la qualité du produit qui marquent bien la différence. La difficulté principale réside non pas

dans la qualité des produits mais dans celle de savoir comment faire passer le message du progrès. Il faut donner aux artisans une possibilité à laquelle ils n'avaient pas pensée : ne plus subir les créations occidentales mais devenir les propres acteurs de leur évolution. Comme liant, le design peut mêler différents savoirs dans la quête d'innovation. Cet assemblage représente le travail que le designer doit faire. Le partage, la sociabilité et les rapports humains deviennent les enjeux principaux d'un travail collaboratif. L'échange comme atout. Lorsque intervient toutefois la question de la série, les enjeux sont différents. La reproduction infinie d'une entité. L'idée de la série à modèle unique, selon lui, serait intéressante. Tout comme pour Gaetano Pesce, l'idée de créer une série d'objets imparfaits, tous un peu différents, reviendrait à valoriser ces savoirs. Il serait plus simple à mettre en œuvre, en écartant l'idée de clone parfait. Les outils technologiques, l'environnement actuel ne le permettent tout simplement pas ; le designer doit trouver d'autres moyens. On peut alors considérer l'Afrique comme terre d'accueil d'autres manières conceptuelles de produire. Ainsi, d'après Balthazar Faye, l'erreur, la main, le geste deviennent des atouts. La copie devient l'enjeu, elle représente alors non pas la technique mais le détournement comme concept. Des possibilités et des points de vue, permettant d'ouvrir des perspectives jusqu'ici non établies, naissent.

Le détournement participe alors à l'effervescence d'une Afrique moins soumise au diktat d'une société de masse, en empruntant des directions parallèles à la série parfaite qui ne doit pas être l'unique moyen de création. De ce fait, dans cette culture d'urgence, elle utilise la nature pour répondre aux besoins immédiats. L'Afrique fait souvent preuve d'ingéniosité, c'est dans ses actions qu'elle renoue avec son histoire. Les notions de confort, de plaisir et d'hygiène se développent petit à petit. Le design s'installe comme facteur innovant permettant de répondre aux évolutions sociales et sociétales. Il est aujourd'hui mis en péril car ces temps de crise remettent en cause son investissement.

« La crise financière et économique a encore accru l'importance de la créativité sociale et de l'innovation en général, comme facteurs de croissance durable, de création d'emplois et de renforcement de la compétitivité. » Ce système montre sa faiblesse aujourd'hui face à une tradition ancrée dans le concret. Il faudrait un changement qui reflète les transformations sociales et environnementales. Car ce sont les besoins des pays occidentaux et en développement qui polluent les pays sous-développés, entraînant une crise écologique, créant de nouveaux problèmes comme les migrants climatiques. L'urgence favorise l'émergence de nouveaux moyens alors en lien avec l'improvisation. Le développement de matières

nouvelles en Afrique est possible grâce au dynamisme engendré par ce désir d'innover. Ceci est possible par l'association de personnes désirant concevoir un modèle alternatif et durable. La coopération devient la matière des projets ou le collectif puise alors dans un cadre, un territoire, un réseau offrant une réponse efficace autour de compétences individuelles. Cette émergence témoigne d'une détermination collective pour trouver les réponses appropriées aux problèmes. La tradition et la modernité s'allient dans un objectif donné. On constate alors le réel potentiel de ces pays et de leurs démarches. Ces pays émergents sont un ressort de croissance économique qui nous inspire. Les BRIC peuvent grâce à leur cohésion être aujourd'hui décisifs. L'Occident n'a plus le monopole économique.

Lors du premier salon en 2010 du design africain sur le thème « Eco design pour un développement durable », on a pu vérifier leur modernité. Ce salon, conçu pour créer une effervescence entre une tradition des savoirs et des envies modernes, avait invité les créateurs les plus importants du continent ainsi que des industriels et des politiques. Les enjeux étaient alors essentiels, l'Afrique souhaitant participer à la culture mondiale, cet événement débattit d'actualités comme le statut de l'innovation, l'écodesign, le développement durable et le fait d'être designer en

Afrique, un statut en pleine mutation. Le design est donc reconnu pour la valeur ajoutée qu'il entraîne ; il est maintenant une arme stratégique. Pour les Occidentaux, le design doit faire face aux BRIC et leurs coûts moindres de production.

Les BRICS sont conscients de leur pouvoir actuel et l'entrée de l'Afrique du Sud montre une économie parallèle croissante. La triade en crise cède sa place. Car en qualité de producteur mondial, il ne leur manque plus que le savoir pour concurrencer nos produits. Le dessein devient l'enjeu. Ces pays vont donc faire appel à des créateurs occidentaux pour enrichir leur culture industrielle et développer par la suite leurs talents. L'Europe de l'Est et l'Asie entrent officiellement en concurrence avec nous, ils assument leurs créations, après tout liées à leur savoir technique industriel. La French Touch est-elle un style qui se perd ? L'Angleterre a par anticipation nettement abandonné son industrie pour ne valoriser qu'une culture du savoir designer. Ces pays qui veulent une qualité de vie similaire à la nôtre, font preuve d'un potentiel marketing auprès de nouveaux consommateurs. Selon eux le luxe est facteur d'innovation. Pour eux, vivre « à l'occidentale » reste un signe de modernité ; mais il serait impossible écologiquement que toutes ces personnes profitent des mêmes progrès. On ne peut pas non plus les en empêcher sous prétexte que nous avons déjà trop abusé

des ressources naturelles. La Terre est à tout le monde et tout le monde veut sa part du gâteau. Notre système démontre son inefficacité face à ces bouleversements. Mais plaçant l'homme au cœur du projet, il doit apporter une éthique. Le design doit être responsable dans un système mondial qui n'a plus de repères. La tradition peut ici faire la différence comme valeur ajoutée ; elle peut de même définir immédiatement des systèmes logiques de progrès. La définition du bon design est celui qui permet d'améliorer les tâches de la vie ; une définition qui peut sembler figée et archaïque mais l'essence même du design. Cette archaïsme naïf peut être le facteur qui nous fasse retourner à l'essentiel.

De nombreuses entreprises inconnues en Occident innovent dans les pays émergents, entrant en concurrence avec le marché occidental. Le processus de développement est plus rapide car il ne compte que deux phases au lieu de trois. Ils produisent, reproduisent leurs produits, ils ne sont plus des réalisateurs passifs. Le Brésil est aujourd'hui en pointe dans le domaine médical ; il tend même à empêcher ses cerveaux de partir en leur offrant les moyens techniques qu'ils souhaitent.

La force de l'émergence de ces pays tient à quelques points qui ont été développés de manières efficaces. Les facteurs majeurs de leurs réussites sont les suivants :

- la main d'oeuvre bon marché,
- des usines à la pointe des dernières innovations technologiques,
- la capacité à travailler sans support ou presque (système D),
- un enseignement supérieur développé.

La créativité devient un savoir exploitable (créativité dans la forme, les matières, la logistique ou le système de vente). Une approche centrée sur l'humain et l'innovation qui puise dans l'arsenal du concepteur à intégrer les besoins des personnes et la technologie. Cette approche, qui rappelle la pensée IDEO, rassemble ce qui est souhaitable humainement, techniquement et économiquement viable. Il permet aux personnes qui ne sont pas formées comme concepteurs d'utiliser des outils créatifs pour résoudre une vaste gamme de défis. Ce programme exploite des capacités mal exploitées par une organisation déficiente ; le Design Thinking s'inscrit alors comme une approche au cœur du processus de conception fondée sur l'inspiration, les idées et la mise en œuvre. La recherche des solutions comme processus créatif de réflexion et de synthèse suivi par la mise en œuvre devient l'étape finale du prototype. Une démarche qui est cohérente avec ces pays émergents.

« La désobéissance technologique n'est pas seulement le refus et la transgression de l'autorité des objets industriels

et des modes de vie qu'ils contiennent et projettent. Elle incarne surtout une déviation face aux aspérités économiques du contexte cubain. »

Face à la pénurie des biens de consommation due à l'embargo américain, les Cubains ont réinventé un système de création et de production d'objets industriels désuets en trouvant des moyens alternatifs pour les faire revivre au quotidien. À Cuba, rien ne se jette, tout peut resservir. En un lieu aussi remarquable s'exprime une créativité de la récupération. Le bricolage utile devient l'axe créatif d'une culture qui pousse le simple habitant à devenir designer. Il s'investit d'un esprit créatif où l'art d'assembler devient un art mis en avant par la designer Pénélope de Bozzi et Ernesto Oroza ; dans leur livre *Objets réinventés*, ils valorisant l'art de la refonte et montrent les Cubains comme des inventeurs du quotidien. L'état d'urgence montre l'efficacité du génie des gens. Les rebuts des sociétés modernes, déchets pour nous, deviennent des sources motivantes pour ces amateurs. Maya Pedal, jeune organisation guatémaltèque, utilise l'énergie de corps sur des vélos recyclés pour répondre à des besoins mécaniques. Ces machines hybrides accroissent l'énergie de l'homme sans aucun impact sur l'environnement ou la santé. Ces machines construites à partir de bicyclettes permettent de développer micro-agricultures et micro-entreprises. L'organisation répare et recycle des vélos

pour les revendre dans un but d'autofinancement ; elle fournit un service durable à très bas prix. Carlos, l'inventeur de nombreux prototypes, dessine tel un designer de nouveaux objets de service. Ils ont inventé une nouvelle vision du design car l'objet conçu offre un service finançable au propriétaire. Ce geste devient signe de bon sens. Par exemple, la famille Everilda, qui possède un élevage biologique, achetait une nourriture concentrée industrielle pour alimenter leurs animaux. Depuis trois ans, ils utilisent un vélo moulin pour broyer le maïs en grains et concocter leur propre nourriture biologique. Ils ont réussi à augmenter leur revenu de 50% en diminuant leurs dépenses. Ils conçoivent plusieurs vélos permettant d'effectuer une multitude de tâches comme une pompe à eau, une machine pour mouler des tuiles ou concevoir du shampoing. Ces machines offrent souvent des produits de meilleure qualité et moins chères. Ces alternatives prouvent leur efficacité en incluant l'homme dans le processus machinal. Ces machines hybrides exploitent l'homme de manière positive car il devient le maître de sa qualité de vie, comme le vélo générateur électrique. L'inventivité et l'initiative de cette organisation marquent un potentiel dans la création à venir de produits améliorant la qualité de vie de ces paysans. Le vélo deviendra peut-être un jour l'impulsion pour une révolution où chacun est maître de sa production ?

Maya Pedal vend bien plus qu'un objet selon moi : elle fournit un service écoresponsable qui éduque en améliorant la vie de dizaines de milliers de familles. Ce système peut donc servir de référence pour tous les pays émergents. Le microcrédit crée des initiatives similaires d'innovation et de progrès dans les pays pauvres ; certaines communautés montrent du bon sens et de la débrouillardise. Elles voient ce qui est nécessaire à leurs besoins. Il n'y a pas de fioriture, les savoir-faire locaux sont alors mis en avant par une pensée innovante. Il leur faut parfois juste un coup de pouce... Le design, facteur d'innovation et de progrès, dépend avant tout de l'image du pays qui le conçoit. Les produits Made in China refléteront une image négative, pleine de préjugés suivis d'une remise en cause de leur qualité. L'image du lieu de fabrication a autant d'impact que son lieu de conception, c'est-à-dire du dessin. Pourtant l'enseigne de marque peut facilement ôter ses préjugés. Combien d'objets de luxe sont-ils soustraits dans des pays émergents ? Un design intelligent et exercé avec finesse peut facilement devenir un facteur exponentiel d'innovation sociale et économique d'un pays. En peu de temps, un pays émergent peut devenir un acteur important dans l'économie mondiale. Chacun doit trouver son atout culturel ou territorial, sa valeur ajoutée pour évoluer et marquer sa différence. Cependant,

cette volonté de surabondance a eu des impacts négatifs et malsains dans la recherche d'un confort absolu pour une partie de la population. Le design, souvent considéré comme une valeur esthétique superflue, se voit attribuer un potentiel de bouleverser positivement des cultures sans entraver la santé ou l'environnement par une réflexion efficace. Le pouvoir collectif crée une effervescence qui contredit la vision d'un design capitaliste par un design pour tous, pour la communauté.

FAB LABS, vers une autre production d'objets

Mehdi Vilquin —

Les designers ont toujours été, plus ou moins, en relation avec le monde industriel, en quête d'une possible production sérielle pour un public de « masse ». Ainsi le designer du XXI^e semble encore asservi et dépendant des prérogatives mis en place par le système industriel. Cependant nous pouvons voir depuis quelques années la volonté d'un dépassement du rapport autoritaire de ces industries sur « l'objet » par l'apparition de nouvelles méthodes d'investigation du design : le Do It Yourself ou bien encore les réseaux de type Fabs Labs (contraction de l'anglais FABrication LABoratory, se traduisant par laboratoire de fabrication), mis en avant depuis peu par des organisations récentes comme la FING (Fondation Internet Nouvelle Génération). Cette démarche vient interroger la pratique du design de deux manières. Pour le Do It Yourself, c'est le rapport de l'utilisateur à l'objet qui est questionné. Quelle intervention l'utilisateur peut-il avoir dans la fabrication et la personnalisation de l'objet ? Pour les Fabs Labs, c'est avant tout la pratique du designer qui est interrogée : est-il possible d'avoir un minilaboratoire de fabrication utilisant les technologies industrielles à proximité, qui permettrait d'amplifier l'approche concrète mais aussi expérimentale du designer par rapport à une nouvelle production d'objets ? Autrement dit, le designer peut-il envisager le design autrement que dans la sphère industrielle ?

Cette récente démarche conduit à un certain nombre de questions sur la pratique du design et sa dimension prospective. Peut-on imaginer de nouveaux scénarios adaptés à une diffusion de ces technologies pour le grand public ? Comment produire ou fabriquer chez soi avec ou sans les mêmes techniques utilisées dans la sphère industrielle ? Quelles implications et idéologies apportent-elles à notre monde contemporain ? Comment et avec quoi produire ? Quels nouveaux scénarii peuvent-ils mettre en place pour en faciliter l'accès ? Avant d'expliquer plus concrètement la notion de Fab Lab, j'aimerais passer par une explication rapide du système de production d'objet actuel, et aborder quelques exemples de designers qui, à mes yeux, ont eu une réflexion de type FAB LAB, même si leur production est complètement déconnectée de nos Fab labs actuels.

Microanalyse du système de production industrielle

Notre système actuel de production industrielle, qui concerne en premier lieu les pays développés, voire certains pays émergents, est fondé sur une société d'abondance complexe. L'abondance réside dans le nombre de typologies d'objets et de services liés à ces objets, jusqu'à la communication mise en place pour les

servir. L'abondance d'objets répond à la demande de produits innovants de la part du consommateur. Cette production d'objets ne rend pas forcément compte de leur élitisme. Ainsi, l'accès à ces objets crée-t-il des inégalités, questionnant les choix de consommation, mais aussi le sens de cette consommation. La diversité des objets, donc de signes, de cultures et d'appartenance par rapport à ces objets, engendrent des « modes » d'objets et donc une forme d'obsolescence programmée, rapide, d'un objet par rapport aux autres. Ici, le designer n'est encore qu'un « artiste technicien » qui vient « relooker » les objets pour les rendre plus attrayants ou en leur conférant seulement une plus-value par rapport à leurs concurrents, esthétique, technologique ou ergonomique, etc.

Tentatives historiques : William Morris contre l'industrie

Dans *La Carte et le territoire*, Michel Houellebecq présente William Morris (1834-1896) comme une figure passionnante de l'histoire de l'art par son questionnement d'avant-garde contre le système industriel. William Morris souhaitant que tout homme, à son échelle, pourrait « être producteur de beauté, que ce soit dans la réalisation d'une table, d'un vêtement ou d'un meuble dans sa vie quotidienne. (...) Il alliait cette conviction à un activisme

socialiste qui l'a conduit de plus en plus à s'engager dans les mouvements d'émancipation du prolétariat, il voulait simplement mettre fin au système de production industrielle. » Ainsi Morris a-t-il essayé de mettre en place des systèmes de collaborations artisanales permettant une production d'objets plus proches des attentes des clients et moins figés par rapport à un système productif d'objets standards. Un circuit de production, certes plus lent, et avec moins d'impact quant à la diffusion des objets, mais ils seraient plus fidèles aux attentes des utilisateurs.

Tentatives réflexives : Andrea Branzi

Andrea Branzi (né en 1938) souhaite trouver des moyens pour favoriser la créativité individuelle et collective, repenser les objets et l'habitat sans distinction entre architecture et design, pour développer de petites séries industrielles conciliant travail manuel et nouvelles technologies. Cette pensée critique et clairvoyante sur le design démontre une volonté d'explorer de manière radicale le langage commun à l'objet entre artisanat et industrie. Est-il possible de mêler l'utilisateur à un moment du projet, à la création ou à la production de l'objet ?

L'invention des Fab Labs

Au début des années 1990, le physicien-informaticien américain Neil Gershenfeld crée ce programme, avec le Medialab, en collaboration avec le Massachusetts Institute of Technology (MIT). La thématique de recherche était : « Comment une communauté peut être rendue plus créative et productive si elle a localement accès à une technologie ? Le concept de Fab Lab était enfin initié par cette question, ouvrant sur de nombreuses voies de diffusions technologiques. Leur travail s’est focalisé sur la simplification des interfaces informatiques : il devenait ainsi plus facile pour des usagers non spécialistes de prendre le contrôle d’outils techniques. Ce principe débouchant naturellement sur les notions d’open source et de Do it Yourself. Par exemple, l’apparition du prototypage numérique a permis à des plateforme de type « Arduino » de faciliter la diffusion de Fab Labs au sein des pratiques amateurs. Quelques années plus tard, lors d’une conférence, Neil Gershenfeld présenta aussi leur rôle: « Les Fab labs vont montrer qu’il est possible de donner aux gens des outils qui leur permettent de développer et de trouver des solutions technologiques locales à des problèmes locaux ». Ainsi cette avant-garde technologique avait réussi son introduction puisque de nombreux projets de développement dans des pays pauvres ont pu être mis au point grâce à ces nouvelles pratiques. L’exemple type reste la radio numérique, créée

pour certaines parties reculées d'Afrique, qui permet d'envoyer des contenus de formation et d'information vidéo en zones reculées du Mali. Les Fab Labs font office de transfert de compétences ; ils sont un outil permettant de dessiner notre environnement avec un accès facile à la technologie. Le concept découle aussi d'un cours très populaire donné au MIT (MAS.863) appelé How To Make (Almost) Anything (Comment [presque] tout fabriquer), qui engrangea de nouvelles recherches sur la miniaturisation de la technologie dans le domaine domestique. Par la notion d'open source, les Fab Labs viennent s'opposer aux grandes marques verrouillant leurs trouvailles pour qu'elles ne puissent être ni dupliquées, ni réparées. L'open source étant un échange de données mais aussi de plans constructifs de nouveaux produits conçus par une communauté, un vrai Do It Yourself impliquant le futur utilisateur de l'objet autant comme concepteur car il participe à son élaboration, que producteur car il est capable de le produire chez lui. En soit l'Open Source rentre en opposition avec l'industrie de par l'idée que le sens du partage vaut bien la logique marchande. Avec la création de cette pratique, Le MIT actait ainsi la fin d'un système capitaliste en changeant le rapport à la création, le consommateur devenant créateur.

Les enjeux des Fab Labs

L'apparition de Fab Labs a permis à des villages isolés de certains pays du tiers-monde de générer eux-même des produits introuvables ou inaccessibles pour eux. Ainsi les Fab Labs ont-ils généré des plateformes ouvertes de création et de prototypages d'objets physiques pour passer plus vite de l'idée à l'objet fini afin d'en vérifier son application, sa concrétisation, son fonctionnement. Les Fab Labs se veulent aussi comme une volonté de réappropriation des technologies par les populations « citoyennes » pour en comprendre le fonctionnement et les détourner à leurs fins propres. Ces nouvelles pratiques numériques permettent d'élargir le spectre des capacités de réponses à une participation ou à l'intervention des citoyens à leur quotidien. Toute personne peut donc créer. La pratique du design devenant une pratique sociale, les Fab Labs visent aussi à la relocalisation de certaines productions pour court-circuiter une économie de marché mondiale, en limitant l'importation de certains produits qui, par voie de conséquence, réduit l'impact écologiques. En Europe, un Fab Lab élabore plutôt des prototypes ou du sur-mesure. Des pépinières de Fab Labs peuvent relocaliser et dynamiser la production d'un territoire. Les Fab Labs veulent interroger le monde industriel par la mise en avant de nouveaux comportements du

consommateur : des logiciels libres pour une innovation libre, l'accès à des machines-outils pour une industrie simple et peu chère, permettant de mettre en place des modèles coopératifs locaux pour une implication urbaine plus citoyenne. Notre système de production industrielle d'aujourd'hui est sur la voie du changement car les Fab Labs apportent aussi l'innovation qui n'est plus au cœur des industries.

Contre l'acceptation de la globalisation des marchés mondiaux

Selon Kenichi Ohmae, né au Japon en 1943 et grand spécialiste mondial de stratégie économique, «la globalisation désigne une forme de gestion, totalement intégrée à l'échelle mondiale, de la grande firme multinationale». Ainsi les Fab Labs visent-ils à briser cet aspect négatif sur la production d'objets par une diminution des effets de la globalisation, donc de la mondialisation d'un archétype économique d'homogénéisation. Dans le capitalisme, tous les objets suivent un circuit de production, de transport et de redistribution qui paraît « accepté » et « acceptable » avec pour conséquence le renforcement des effets néfastes sur l'environnement.

Pour les Fab Labs, la technique a investi tous les domaines depuis l'objet jusqu'à l'environnement, affectant ainsi les comportements collectifs humains. Les techniques

industrielles ne sont plus des disciplines isolées mais le résultat de savoirs scientifiques qui se combinent de manières rétroactives. Le travail ouvrier étant entièrement soumis à la « rationalité industrielle », cette exploitation peut donner lieu à des dérives comme le fordisme. Sans tâche précise, l'employé est considéré comme de la simple main-d'œuvre. Ce statut figé de certaines classes sociales peut être brisé par la mise en place de Fab Labs qui permettent de diffuser un certain savoir mais aussi de l'entrepreneuriat. Le contenu et la forme des Fab Labs varient selon ses usages. Là où les produits high-tech sont pour la plupart inaccessibles, ils servent de passerelles technologiques au bénéfice de tous.

Les Fab Labs posent plus de questions que de réponses

Ainsi les Fab Labs n'ont-ils pas pour vocation de « vulgariser » ou de « gadgétiser » certaines technologies industrielles. Mais plutôt d'en diffuser leur potentiel, pour questionner la part de responsabilité de l'utilisateur dans l'usage de « son » objet ; et pour limiter l'impact produit par les industries de masse. Car plusieurs catégories d'objets peuvent être réparées, remodelées, modifiées chez nous par l'intermédiaire de ces « micro ateliers ». Serons-nous tous plus responsables de ce que nous consommons

si nous en sommes les auteurs ? Les Fab Labs permettent de repenser la production d'objets et les technologies hors de leur « bulle » industrielle. Cette déterritorialisation vient à repenser une diffusion du savoir-faire au sein de la population ; démocratiser pour réapprendre à consommer ? Ouvrant de nouveaux champs prospectifs, les Fab Labs viennent bouleverser l'industrie.

Bibliographie

Stiegler Bernard, Réenchanter le monde, Paris, Flammarion, 2008.

Crépon Marc et Stiegler Bernard, De la démocratie participative, Paris, Mille Et Une Nuits, 2007.

Daniel Panochia, Philosophie des réseaux, Paris, PUF, coll. La politique éclatée, 1993.

Webographie

Kadushin Ronen, Manifeste du design libre, 2010.

<https://www.a-brest.net/article11158.html>



ESSAIS

Design objet

légendes des images choisies

mirage

paroi modulable

Juliette Le Goff
Nicolas Verchawne

Dossier de candidature -
Exposition French Satellite /
Salone del mobile Milano /
17-22.04.2013



2013

1



2

matière à cultiver

maureen barbette

0

le prix du bien-être

anne-charlotte piot

1

le design : bonheur ou gaspillage ?

michela aragni

3

odeur du temps

anne-charlotte piot



matière à cultiver

Maureen Barbette —

portrait

Née en 1992, diplômée en 2015.

Après un enseignement en arts appliqués, Maureen Barbette a toujours été dans la marmite bouillonnante de la création. Lors de sa dernière année à l'EnsAD, elle a fondé avec son amie Anne-Charlotte Piot le studio de design PiotBarbette. Entremêlant des expériences chez l'artiste Erik Halley, la créatrice de mode Yazbukey, le designer Patrick Nadeau, une exploration des sens dans son studio cocréatif, et plusieurs expositions, elle n'oublie pas l'appel du voyage. Depuis 2017, elle est à la rencontre de ses racines jamais oubliées, celles de la simplicité nomade. À la redécouverte du monde tribal et musical, elle a créé ses premières installations scéniques pour plusieurs festivals australiens, à la recherche d'un nouveau mouvement sage et sauvage.

Il y eut l'âge de pierre, du cuivre, du bronze, du fer puis, bien plus tard, du plastique. Aujourd'hui, comme par nostalgie ou par soucis pour notre planète, nous entrons dans l'âge vert. Celui où le retour aux sources et aux ressources naturelles devient inévitable pour la survie de l'espèce. Longtemps, nous avons usé et abusé des matières fossiles. Mais aujourd'hui, dans le contexte actuel, dans cette course au développement durable, le bois et autres matériaux naturels se retrouvent sur le devant de la scène. On les décortique, les teste, les mets à l'épreuve, tout comme on l'a fait avec les plastiques. Car, bien que tardivement, l'homme retourne à l'essence même de la richesse productive de la nature. C'est elle qui apporte tout le nécessaire à notre survie. Et nous, fiers de notre puissance intellectuelle, nous avons tenté de nous soustraire à sa force et à sa générosité. Malheureusement, avec les années, cette frénésie productive dans laquelle la planète entière s'est lancée rend incertain l'avenir de notre écosystème. C'est pourquoi on assiste à une nouvelle tendance (amorcée il y a déjà quelques années) qui pousse les recherches scientifiques et techniques dans les matériaux innovants, non plus vers des dérivés de matières fossiles (épuisables) mais bien vers des ressources naturelles gérables par l'homme. Ce sont ces matériaux d'avenir qui portent notre regard sur des solutions saines et durables pour notre environnement

et les générations à venir... Car j'ai l'intime conviction qu'en dépit de notre égarement actuel, tout n'a pas été fait en vain. Nous avons développé des techniques, des méthodes de fabrication qui peuvent désormais être appliquées dans le traitement des matériaux naturels, ou semi naturels (composites). L'homme est un être qui possède une très grande résilience. Et c'est exactement cette résilience qui va nous conduire vers le futur vert auquel nous sommes destinés.

En 2013, voilà déjà presque six millions d'années que l'homme a commencé de fouler la terre, mais seulement près de mille ans qu'il s'est mis à la saccager. Je veux ici parler des rapports que l'homme entretient avec la nature. Ou plus particulièrement de l'échange qui lie l'homme aux matériaux et à la nature. Car longtemps nous avons été dépendants de notre environnement naturel pour survivre. Par exemple, le bois est l'un des premiers matériaux qui a été donné à l'homme pour confectionner des outils, se nourrir, s'abriter, se défendre, se chauffer. Est-il devenu une matière obsolète ? Je ne le pense pas. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, nous n'avons pas encore épuisé toutes les richesses de ce matériau. La science nous livre encore aujourd'hui des secrets bien gardés par cette matière séculaire. Le bois est un matériau que l'homme n'a pas créé lui-même, contrairement au métal, au verre,

au béton et aux plastiques. C'est pourquoi les recherches qui lui sont consacrées restent aujourd'hui encore moins développées que celles portant sur des matériaux de synthèse ou bien encore composites. Mais au-delà du bois, nous avons toujours su puiser dans la nature des formes et des mécanismes que nous avons réinjectés dans notre savoir-faire des matériaux. Le vivant nous inspire et nous permet d'évoluer intelligemment, me semble-t-il. La bionique, ou biomimétisme, est un allié de poids dans nos rapports homme nature. Ces nouveaux matériaux, qui ne sont en fait que des copies plus ou moins fidèles de l'existant, sont le lien concret avec ce que la nature peut nous apporter. Seulement, derrière cette volonté d'ingénierie biologique, cette façon de répondre à des problèmes simples ou complexes par observation du monde vivant, ne veut pas dire pour autant élaboration de matériaux, en adéquation avec l'environnement. Le chemin n'est qu'à moitié parcouru. Et c'est bien là que l'on observe l'autonomie de l'homme face à la nature. Alors que cette dernière met à notre disposition tous les outils nécessaires. L'homme sait autant s'appuyer sur la nature que s'en écarter. Et cela à fin d'évoluer. Mais n'est-ce pas cette même nature qui nous a permis de devenir pleinement homme ? Car quoi qu'on fasse, rien ne se perd, tout se transforme. À terme, nous puisons, quoi qu'il arrive, dans les réserves naturelles ; mais lesquelles

sont-elles les plus pérennes, les plus renouvelables et les moins toxiques pour notre environnement ? Avons-nous réfléchi et anticipé la pérennité et la durabilité de nos réserves ? Est-ce que ces matières nous conduisent vers des matériaux propres et logiques, avec un cycle de vie et de production assumée et respectueuse de notre environnement ?

Rétrospectivement, quand on regarde ce qu'a été la révolution industrielle, nous savons que les ingénieurs, industriels et scientifiques n'ont jamais voulu arriver à de telles conséquences. Tout a été fait dans un souci d'améliorer le confort de vie. Mais elle s'est aussi installée peu à peu, laissant les petits artisans face à d'énormes entreprises et usines productives énergétivores et polluantes. Notre espèce possède un fort penchant à la surenchère : toujours plus, plus haut, plus loin, plus fort. La volonté de faire du profit n'est pas anodine dans cette histoire ; mais si, aujourd'hui, on reconsidérerait tous ces paramètres, que ferions-nous ? Si nous devions revivre la révolution industrielle en 2013, comment nous positionnerions-nous ? Certainement pas vers un avenir où les ressources connues posséderaient une date de péremption. Mais grâce aux erreurs de notre passé, nous sommes capables d'apprendre et de corriger le tir. Non

plus en mettant de côté le confort des hommes ou en abusant de notre pouvoir sur la nature. Adieu la logique de « berceau à tombeau », c'est-à-dire de la non gestion de nos déchets, nos matériaux après utilisation. Nous jetons par la fenêtre chaque année des tonnes de bois, métal, verre, plastique, déchets alimentaires et autres alors que nous pourrions les réutiliser. Tant de travail pour extraire ces ressources qui finissent dans une décharge ! Si nous nous mettions à classer chaque type de matériau jeté dans nos décharges chaque année, nous pourrions chiffrer en millions, voire en milliards de tonnes, les matériaux encore exploitables ou transformables. Et ainsi à les extraire de ces poubelles géantes. L'obsolescence programmée des objets, comme la facilité de rachat, font que nous jetons à outrance. Malheureusement, les matériaux jetés ne sont pas triés ou recyclables. Si nous en venions à produire du 100 % recyclable ou biodégradable, toutes nos décharges se transformeraient en un énorme tas de compost, prêt à alimenter et à participer à la croissance et au renouvellement des ressources/matières premières naturelles... Tout comme lorsque l'on parle du problème énergétique. Pourquoi aller chercher au fin fond des entrailles de la terre pour alimenter nos moteurs plutôt que de s'appuyer sur des ressources inépuisables, comme le solaire et l'éolien ? Pour de simples raisons spéculatives qui ne font en rien avancer les choses. Si nous gardons

ces œillères et ce besoin de profit nous n'avancerons sans doute jamais. Mais je prendrais le parti-pris que toi, lecteur, tu es un aventurier qui n'a en aucun cas peur de partir dans la forêt amazonienne. Non pas pour abattre du bois mais plutôt pour apprendre, observer, comprendre et réfléchir à demain.

Toi, mon aventurier, tu as dans ton sac tout un tas de techniques ancestrales apprises de tes aînés. Tu sais par exemple ce qu'est le plastique (tous les types, PVC, vinyl, polyuréthane, etc.) et comment on le fabrique. Tu sais aussi te servir d'outils, tout comme planter un arbre ou encore récolter la sève d'un hévéa (arbre qui produit le caoutchouc). Mais comme tu es un aventurier aguerri, on t'aura initié à l'art de t'alimenter naturellement et de produire une énergie propre (on roule bien à l'huile d'andouille !). Donc te voilà parti ; en chemin, tu croises une araignée et tu vois bien que son fil est étonnamment plus résistant que ta corde d'escalade ; pourtant il est bien plus léger. En rentrant, tu inventeras le kevlar (encore loin de la toile d'araignée mais tu y arriveras !). En continuant ton voyage, tu as aussi vu un nid d'abeilles, dont la structure extrêmement résistante et la légèreté t'ont inspiré un matériau composite du même nom, que tu retrouves aujourd'hui dans les avions, les architectures. Tout en poursuivant tes recherches, tu feras d'étonnantes

découvertes. Les algues diatomées t'inspireront un verre végétal, les moules à la fascinante capacité de s'accrocher aux rochers une colle. Tu te rendras compte que le bambou est une ressource naturelle extrêmement facile à produire et qu'il pourra t'emmener loin. Aujourd'hui, par exemple, le bambou sert dans l'architecture sous forme de placages, de fibres pour tissages, de copeaux pour composts (nappa). Que le maïs et la pomme de terre peuvent devenir de nouvelles formes de plastiques entièrement recyclables, que les déchets de l'industrie céréalière deviennent une réserve à amidon, ce même amidon produisant des écoproduits biologiques. En bref, tu vois que ce que la nature t'offre et te donne à voir sont les réponses intelligentes et respectueuses dont tu as besoin pour une bonne entente avec elle.

Respecte-la et elle te respectera. C'est bien simple. La compétition aujourd'hui n'est plus de transformer le plomb en or mais plutôt le bois en tissu. D'exploiter une forêt intelligemment plutôt que de percer la terre comme un vulgaire morceau de gruyère. Nous n'avons pas besoin de faire disparaître des espèces pour prouver notre capacité d'évolution et d'adaptation. Nous pouvons les entretenir en même temps que nous nous entretenons. Pourquoi le rapport que nous avons avec la nature est-il si compliqué ? La réponse est inévitablement politique, et

l'homme à toujours réagi trop tard ou après coup. Alors toi, l'aventurier, agis et ne te laisse pas influencer par tes dirigeants. On a bien réussi à inventer le carton à base de pulpe de pomme alors pourquoi n'inventerais-tu pas un revêtement de sol fait en coque de noix de coco avec une cire à base de banane et le tout tellement soigné que les plus grands architectes s'arracheraient ton parquet exotique à moindre coût. Tout le monde y gagne, toi, les autres et la nature. Si je crois que tu as bien compris où je voulais en venir. Nous possédons toutes les clefs, à toi et à nous de savoir ouvrir les bonnes portes avec elles, celles que nous n'avons jamais ouvertes. Je vais te donner des exemples afin que tu ne me prennes pas pour une hurluberlue prête à vivre dans un château de sable.

Demain, avec biosplast®, tes sacs-poubelles seront en biopolymère de pomme de terre et ton stylo-bille en biopolymère de maïs. Et même que tu t'habilleras avec du bois, que tes chaussures seront en chanvre, que ta montre tournera grâce au soleil, que tes livres seront 100 % recyclables (encres incluses) et que tu trouveras des couverts en plastique au musée, car le pétrole aura disparu. Tu te parfumeras aux huiles essentielles naturelles, ta voiture sera faite de caoutchouc naturel, de bioplastiques et textiles naturels, elle roulera à la canne à sucre et toi tu seras heureux dans ta maison en bois chauffée au solaire.

Le vert va devenir ta couleur préférée, et les scientifiques arrêteront les expériences dont les conséquences ne sont pas saines. On replantera des arbres pour gérer nos forêts. Les réserves naturelles deviendront des sanctuaires, et tes enfants seront des Robinson comme toi. Toutes les entreprises produiront vert. Non, je ne te demande pas de vivre nu dans un arbre, mais plutôt de regarder cet arbre puis de regarder ta voiture et ensuite ta poubelle. Que souhaites-tu pour demain ? Une forêt, une casse automobile planétaire ou une décharge géante ? Je te laisse le choix car aujourd'hui tu n'as plus d'excuses. Tous les outils sont entre tes mains et les nôtres. Ta voix doit être entendue, et ton intelligence aussi. La guerre je suis pour, mais pour une guerre verte, une guerre contre le brassage de capitaux et la déforestation, contre le forage des sols et l'énergie nucléaire. Bats-toi pour demain. Pour continuer à respirer.

Bibliographie

McDonough William et Braungart Michael, *Cradle to Cradle: créer et recycler à l'infini*, Paris, Alternatives, coll. « Manifestô », 2011.

Tual Brice (dir.), Berna Damien et Bossanne Émilie, *Matières à cultiver des matériaux qui changent*, [exposition, Paris, Institut technologique FCBA, 12 novembre 2007-30 avril 2008, Paris, VIA, Valorisation de l'innovation dans l'ameublement, 12 janvier-16 mars 2008], Paris, FCBA, 2008.

Webothèque

PEFC : Promouvoir la gestion durable de la forêt.

<https://www.pefc-france.org/>

ADEM : Norme DIN 54900, label « compostable ».

https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/23224_biodeg.pdf

Démarche HQE.

https://www.actu-environnement.com/ae/.../haute_qualite_environnementale_hqe.php..

www.u-pem.fr/bibliotheque-centrale/architecture/la-demarche-hqe/

AFNOR : Certification ISO 9001 et 14001.

certification.afnor.org/Organisme/Certification

le prix du bien-être

Anne-Charlotte Piot —

portrait

Née en 1990, diplômée en 2015.

Anne-Charlotte Piot a toujours été convaincue du rôle social du design. De nature particulièrement curieuse, elle est aussi passionnée par les odeurs, celles de l'Inde et du domaine médical. Pendant son parcours, elle a fait ses armes chez Sylvie Coquet, la designer Marie-Aurore Sticker Metral et chez la Maison Dior Parfums. Elle a travaillé en duo avec sa camarade de promotion Maureen Barbette avec qui elle a fondé le studio de design Piotbarbette. Elle enseigne à l'école de Condé. Les matériaux, dont le textile, et leur alchimie restent son fer de lance : rechercher, essayer, apprendre, en alliant technicité et sensibilité. « Un long processus d'humilité ».

Depuis le XXe siècle, nous avons pu constater un développement important de réseaux sociaux sur Internet (Facebook, Twitter, etc.) ainsi que la libre circulation de toutes sortes de données culturelles (Youtube, Deezer, Myspace, etc.). Plus généralement, il est question d'échange et de partage. Ces plates-formes d'échanges répondent au besoin ancien mais modifié d'établir des rapports humains. Ces valeurs semblent d'autant plus importantes et indispensables que le contexte économique est difficile.

Pour pouvoir comprendre et tenter d'imaginer ce que sera l'échange à l'avenir, il s'agit de bien savoir ce qu'il en était dans le passé et ce qu'il en est advenu aujourd'hui.

Pourquoi a-t-on créé le système d'échange monétaire pour le flux des biens et services et pourquoi est-il remis en cause aujourd'hui ? Quelles alternatives sont-elles proposées ? Enfin, comment retenir les avantages des systèmes d'échanges établis dans le passé, pour permettre leur adaptation et leur réappropriation dans nos sociétés contemporaines ? Comment le designer intervient-il dans ce processus ?

L'homme a de tout temps eu besoin d'échanger. Si l'homme était au départ motivé par la survie de son espèce, l'échange est ensuite devenu un outil de partage, de communication, de socialisation, qui s'est complexifié.

Comment alors gérer l'échange de biens et de services ? La notion d'échange en anthropologie et en sociologie fait d'abord référence au don et au contre don. L'économie de don est fondée sur l'échange d'une chose contre une autre sans recherche d'équité ou de profit. L'anthropologue Marcel Mauss a étudié ces systèmes d'entraides dans plusieurs sociétés, dites « primitives ». L'échange y était considéré comme une garantie de paix entre les tribus. Le don ne semblait pourtant pas une solution durable car il aurait généré une dette morale qui obligerait l'individu qui reçoit à donner en retour toujours mieux que ce qu'il a reçu en cadeau. L'économie de troc n'a pas tardé à faire son apparition. Cette fois, elle s'appuie sur l'échange d'une chose contre une autre mais, contrairement au don, elle fait apparaître la notion nouvelle de la valeur. Cette forme d'échange doit être équitable au-delà avant d'être nécessaire. Elle a été le seul mode d'échange de nombreuses économies anciennes comme dans l'Égypte des Pharaons ou celle des Amérindiens. Le troc n'a pas été incompatible avec de grandes civilisations organisées qui ont existé pendant des siècles voire des millénaires. Mais l'échange de biens et de services devenant de plus en plus conséquent, son organisation devenait indispensable. Dans un souci a priori de simplifier et de rationaliser ces échanges, la monnaie apparaît comme solution. La plus ancienne monnaie, au sens actuel du terme, fut créée par

le roi de Lydie, Gygès, en 687 avant Jésus-Christ. On parle alors de marchés et d'échanges marchands. Dans un système de diversification et d'abondance, il n'est plus possible d'échanger directement puisque la monnaie est un intermédiaire indispensable pour espérer acquérir un bien ou un service.

Depuis sa création, la monnaie persiste à exister et continue d'encombrer nos poches. Pourtant, est-elle révélatrice de la valeur des choses ? Permet-elle de les quantifier convenablement ? Si elle est aujourd'hui la transaction économique dominante, le sera-t-elle encore demain ? D'une part, la valeur d'un bien est à définir au-delà de son prix. Il serait en e et plus juste de rendre compte de la valeur affective, culturelle et humaine d'un objet. Une chose n'aura certainement pas la même valeur pour moi que pour un autre, car elle est liée à un sentiment personnel que la personne extérieure ne perçoit pas. La monnaie trouve donc ici ses limites. D'autre part, la recherche perpétuelle du profit qu'a instauré l'échange par la monnaie est un vrai problème. Loin de mettre l'homme en valeur, le système d'échange monétaire induit l'égoïsme et semble en partie responsable du nombre croissant de sans-abris et personnes démunies dans le monde. Celui qui est défavorisé aura de fortes probabilités de le rester car s'il n'a pas d'argent, on ne lui consacrera pas de temps

et on ne lui délivrera pas ce dont il estime avoir besoin. L'échange social comme l'accès aux services semblent ici considérablement réduits pour celui qui ne dispose pas de ce moyen de transaction. Cela amène à des situations extrêmes qui ne devraient pas exister telles que le manque de logement, de nourriture et de soins, auxquels beaucoup n'ont pas accès. N'est-il pas alors légitime de se demander si la monnaie est encore appropriée et suffisante à notre société ? Dans la situation économique actuelle de notre société, ne serait-il pas judicieux de mettre en place de nouveaux types d'échanges ? Enfin, comment peut-on redonner à l'échange sa valeur humaine ? Il s'agit de repérer les systèmes d'échanges du passé, comme nous l'avons fait en première partie, de les analyser pour en tirer les points positifs puis les remettre à jour en prenant en compte le changement des sociétés.

Revenons-en au troc. S'il a été perçu comme insuffisant à la gestion des échanges de biens et services dans les sociétés antérieures, il a su créer efficacement du lien social. Mieux encore, dans le contexte de crise actuelle, le troc invite à résister aux difficultés économiques (autonomisation) car il rend accessible les biens et les services pour les personnes qui perçoivent un salaire réduit. Il permet l'acquisition de biens ou de services que le système monétaire/économique n'aurait pas

permis. C'est le message que transmet le Canadien Kyle MacDonald par son expérience. Partant d'un trombone, il a fini par acquérir une maison ! Si on ne maintient pas le troc, c'est le partage et le lien social à grande échelle qu'on supprime. Car le troc ne concerne pas seulement les plus démunis (chômeurs, étudiants). S'il semble plus courant pour eux, il n'empêche pas les plus aisés et les enfants d'y avoir recours. Pourquoi un individu dont le salaire lui permet de vivre convenablement aurait-il recours au troc ? Car le troc est une autre forme d'échange, non monétaire, plus simple, plus morale, qui implique un rapport humain et un accord conscient entre deux individus. De la même façon, on peut très bien imaginer le troc pour les enfants qui vont ainsi échanger un jeu contre un autre, plutôt que d'en acheter un nouveau.

Mais comme nous l'avons annoncé précédemment, le troc est aussi valable pour des services. C'est l'engagement des RERS (Réseaux d'échanges réciproques de savoirs). Le site E180, par exemple, défend le principe « rencontrez quelqu'un, apprenez quelque chose ». L'échange de compétences et de savoirs est ici valorisé. Plutôt que de se « ruiner » à payer une consultation chez le kinésithérapeute ou un stage en photographie, l'un et l'autre vont s'échanger gratuitement leur savoir-faire. En parallèle, l'économie de don présente dans les sociétés, dites « traditionnelles », n'a pas complètement disparu.

Elle subsiste majoritairement au sein de la familles, entre familles et voisins (échanges de nourriture et de services) mais s'élargit de plus en plus. Le nombre d'associations bénévoles comptant sur la générosité des individus augmente : Restaurant du coeur, Maison du coeur, les Maraudes, etc. Sur les réseaux communautaires sont ainsi proposés tous les types de services : de l'aide à la personne à domicile au soutien scolaire. Le designer Enzo Manzini défend cette forme d'échange en réintégrant des concepts existants dans le passé. C'est le cas par exemple du couch-surfing, qui propose de prêter une chambre ou de laver son linge chez quelqu'un sans échange d'argent, ou encore ce qu'il nomme Elderly Mutual Help, correspondant à des services rendus entre personnes âgées. Autre forme intéressante de don, le swap consiste en l'échange entre internautes de cadeaux autour d'un thème donné et dont le but est simplement de faire plaisir à un inconnu, par surprise. Dans les deux cas, qu'il s'agisse du troc ou du don, c'est l'homme qui est mis en valeur en priorité et non plus l'argent. On comprendra facilement que beaucoup ont besoin de ces échanges fondés sur la solidarité, la confiance et le respect d'autrui. Ils servent de diffuseurs de biens ou de services économiques et d'agents de développement du lien social. Le troc et le don constituent ainsi une alternative à l'échange monétaire qui est à prendre en compte puisque, preuve à l'appui du nombre

de sites dédiés à ces échanges depuis dix ans (France-Troc, Troquito.fr, Free Troc party, Troczone, Trocmaison, etc.), ils sont efficaces et satisfont un grand nombre d'individus.

De multiples autres alternatives à l'échange monétaire se développent en France depuis les années 1990, répondant au besoin de nouveaux échanges dans la société. C'est le cas des SEL (Systèmes d'Échanges Locaux) qui permettent aux individus adhérents (groupe) de se voir attribuer une rémunération en monnaie locale fictive, appelée unité d'échange, en contrepartie d'un service rendu. Il pose la question de l'échange de temps. Quel est son intérêt ? Proche du principe de troc, le SEL permet à tout individu d'échanger des compétences, des savoir-faire avec les autres membres du groupe. Si un individu ne manque pas d'argent, il se tournera vers les SEL pour s'enrichir humainement et culturellement, parce qu'il lui manquera des compétences dans d'autres domaines. Il donnera un peu de son temps pour en avoir en retour. Si l'intérêt principal des SEL est de permettre de nouvelles activités, afin de pallier le manque de monnaie traditionnelle, ils permettent surtout de créer des liens et de favoriser la création de biens et de services au sein d'un groupe qui s'assimile à un groupe d'entraide. Il en existe aujourd'hui en France plus de 450, chiffre révélateur d'un

fonctionnement adapté à nos sociétés contemporaines. Ces principes de banque du temps gèrent automatiquement les échanges qui ne sont pas nécessairement réalisés entre deux internautes exclusifs comme dans un troc classique.

La France n'est pas un cas isolé. Dans *In the Bubble*, John Thackara fait référence aux États-Unis qui ont eux aussi créé leur propre monnaie d'échange, appelée Time Dollar. Son inventeur, Edgar Cahn, le décrit comme une unité monétaire pour la reconstruction des économies familiales, de voisinage et communautaire. Une solution qui permet de rétablir des rapports humains affaiblis au sein de la famille ou dans le cadre du voisinage.

La contestation de l'échange monétaire et du rôle de la monnaie a donc abouti à l'apparition de systèmes d'échanges alternatifs très efficaces, où l'homme s'engage et se positionne comme individu actif et participatif.

Quel est alors cette fois le rôle du designer ? Quelle place a-t-il dans cette logique d'échange ? « Le défi ici lancé au design est de concevoir et de développer des plateformes et outils activants qui soient tout à la fois fonctionnels et appropriés à leur contexte. (...) Le prochain défi lancé au design et aux designers sera de travailler à la création de systèmes d'échanges de savoirs partagés. » écrit John Thackara. Avant d'agir, le designer doit analyser le contexte économique, social, culturel de la société. Il doit

alors comprendre les individus pour lesquels il propose ses services. Des points importants que Victor Papanek traite dans *Design pour un monde réel*. Je crois que le designer participe à l'évolution de la société. Celle-ci ne consomme que ce qu'on lui propose. Il faudrait ainsi réfléchir aux conséquences de ce que nous produisons. Par ce qu'il propose et fabrique, le designer va se définir autant qu'il définit la société vers laquelle il veut tendre. Il est indispensable qu'il prenne conscience de la responsabilité qu'il a envers les sociétés à venir. Plus qu'un simple observateur, le designer est un acteur. Dans ce cas, il se positionne en gestionnaire et en organisateur d'activités et de services. Il est chargé de créer des lieux ou interfaces de rencontres. Des agences de design telles que Jalios ou encore Snook mènent une action engagée en faveur du design social et du design appliqué au secteur public.

Le designer se doit de défendre l'être humain, de le valoriser au quotidien. Il doit alors, comme le suggèrent John Thackara, Enzo Manzini, François Jegou, le « think tank » Demos et bien d'autres encore, œuvrer pour les liens sociaux en renforçant ceux déjà existants. Et comme le dit si bien John Thackara, « nous n'avons pas d'autres choix que de reconsidérer la façon dont nous prenons soin les uns des autres... » J'ajouterais que cette remise en question doit être permanente, afin d'assurer une certaine

qualité de vie.

Aussi, « il faudrait envisager de donner et recevoir comme un échange naturel, quelque chose qui se produit tout simplement » comme nous le rappelle encore John Thackara. Le designer doit pour cela sensibiliser, informer et éduquer les individus pour qu'ils prennent conscience de la richesse, à tout point de vue, que procurent de tels échanges. Il ne s'agit pas de nier le système d'échange monétaire actuel mais de le contester et d'en montrer ses limites. S'il facilite certains flux de biens et de services, il doit être complété par d'autres économies qui s'en éloignent.

Il faut très tôt s'éduquer à s'entraider, à se soutenir, à unir les forces de chacun pour espérer le bien-être commun. Il faudrait se décomplexer vis-à-vis de l'argent ; ceux qui n'en ont pas peuvent avoir un espoir de s'en sortir autrement. Le troc est clairement établi aujourd'hui et le sera davantage encore demain. Le contexte économique actuel renforce et privilégie les échanges sociaux, que le designer se charge de mettre en place.

Nous avons débuté notre réflexion en affirmant que l'échange était inné. Je le terminerai avec cette même idée que « l'être humain est par essence un être du dialogue », selon les termes du philosophe Martin Buber. Par conséquent, il nous reste à exploiter au maximum ce potentiel universel...

Bibliographie

Athané François, Pour une histoire naturelle du don, Paris, PUF, 2011.

fr.wikipedia.org/wiki/Marcel_Mauss

Mauss Marcel, « Essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », in Sociologie et Anthropologie, PUF, coll. « Quadrige », 1973.

Papanek Victor, Design pour un monde réel, Paris, Thames & Hudson, 1995.

Thackara John, « In the Bubble, De la complexité au design durable », in Azimut, 2008.

Webothèque

www.mutinerie.org/ l'échange-le don-et-le-lien-social.

snooksters.com.

Participe.net.

www.la27eregion.fr/

le design : bonheur ou gaspillage ?

Michela Aragni —

portrait

Née en 1990, diplômée en 2015.

En revoyant le film qui retraçait son projet pour Haviland, Michela Aragni reste fidèle à sa conclusion : « Ce qui me passionne, c'est de travailler avec des gens qui ont de l'or dans les mains ». Son objectif était de trouver sa place de designer dans la production artisanale, dans la valorisation et la préservation de l'intelligence de la main. Une échelle qui lui « semble raisonnée et humble, où la valeur humaine est au premier plan ». À l'École, elle « a eu la chance » de mettre en perspective sa passion. Pour son diplôme, elle a montré son talent de designer de service en coordonnant le projet du premier Fab Lab corse, capable de valoriser ressources et savoir-faire artisanaux locaux avec de nouvelles technologies partageables et communautaires. Une fois son diplôme obtenu, elle a concentré son expérience au service de sa première passion, l'artisanat, mais reste orientée plus vers des projets collectifs qu'individuels. Elle est aujourd'hui salariée dans le studio parisien de l'artisan-créateur Jeremy Maxwell Wintrebert, dernier atelier intramuros de verre soufflé à la bouche et à main levée.

L'Antiquité faisait naître ses objets à la force des biceps, le xix^e siècle à celle de la machine motorisée et le xx^e avec l'assistance des potentialités informatiques. De la main à la machine puis jusqu'à l'ordinateur, voilà ce à quoi ressemble l'évolution de la production des objets au cours des siècles. Cette évolution sert une quête insatiable. La quête de la productivité, c'est-à-dire produire de façon la plus rentable possible, à moindre coût dans un moindre temps.

L'accroissement, l'accélération de la consommation sont les caractéristiques principales de nos sociétés occidentales à compter de la seconde moitié du xix^e siècle. Mais comment, en moins de deux siècles, nos modes de vie ont-ils pu évoluer aussi vite ? Comment avons-nous réussi à atteindre une telle vitesse de consommation en épuisant presque totalement les ressources que la Terre a mis des millions d'années à générer ?

En somme, comment nos systèmes associés de production d'objets et de consommation ont-ils fait pour en arriver à produire chaque année 400 kg d'ordures ménagères par habitant ?

Dans l'Histoire, les systèmes de production sont nombreux. Les sociétés humaines n'ont pas attendu le milieu du xix^e siècle pour organiser une production en série d'objets de consommation. Des tribus primitives aux confréries

médiévales d'artisans, chaque société a développé des organisations qui leur étaient propres, engendrées par des interactions complexes avec l'environnement socio-économique. Les systèmes productifs des tribus primitives renvoient à « une somme de soustraction » comme l'explique le sociologue Théodore Monod. Ils sont principalement déterminés par les besoins primitifs de dormir et de se nourrir. Ils dépendent des ressources à disposition immédiate : plantes, os d'animaux, plumes, donnant une production sans transformation complexe de la matière. Le dépassement du seuil agricole va faire apparaître des objets plus perfectionnés pour lesquels on « suppose la libération possible d'un nombre d'heures très important, qu'il s'agisse d'individus producteurs d'aliments, libérés pendant les intervalles des travaux agricoles, ou de véritables spécialistes totalement affranchis de tâches alimentaires » (André Leroi-Gourhan, *Le geste et la parole*, tome « Technique et langage », 1964). Cette production s'explique par une augmentation constante de la population et, ainsi, des besoins de la collectivité. C'est sur cette base que s'amorce le système productif fondé sur l'artisanat, production limitée par les personnes en charge de cette tâche, pour un besoin local.

L'homme devient alors le concepteur et le fabricant, celui qui pense et celui qui fabrique. Pendant plusieurs siècles,

les artisans ne seront pas spécialisés dans la fabrication de typologies d'objets spécifiques mais plutôt par la maîtrise d'un matériau. Jusqu'au Moyen Âge, les techniques pour débiter le bois ou la pierre sont mal maîtrisées et les produits réalisés assez massifs. Les corporations, la segmentation des compétences, puis les manufactures donnent lieu à des produits plus aboutis. Ils présentent des décors sculptés et répondent à des canons esthétiques. Cette production demandait du temps. À partir de 1750, le rôle des manufactures d'État est remis en cause au bénéfice de l'entrepreneuriat individualiste, dans la mouvance libérale. L'industriel Frédéric Japy introduit, par l'innovation des systèmes de production, une réduction du temps de travail et, ainsi, un abaissement des coûts. Issu de l'industrie horlogère, il conçoit des machines destinées à la production en série qui peuvent être actionnées par « des infirmes ou des enfants ». Il fait breveter une machine à tailler les roues, une machine à fendre les vis et un tour pour tourner les patines de montre, un ensemble simplifiant et accélérant considérablement la production d'une montre. Dans le domaine de la céramique, le tour fait son apparition, marquant une rupture significative. L'activité de l'ébéniste et industriel autrichien Michel Thonet va marquer un tournant considérable dans l'industrie du meuble. À partir de 1816, il commence à expérimenter le procédé du bois courbé. Ses recherches

aboutiront à la mise au point d'un procédé inédit de mise en forme de lattes de hêtre étuvées, courbées puis séchées et poncées. La conception générale de la fameuse chaise n° 14 de Thonet témoigne de mutations profondes dans l'organisation de la production. Le dossier et les pieds arrière sont d'un même tenant, réduisant le nombre de pièces, assemblées avec un nombre d'éléments réduit. Les éléments de trente-six chaises démontées peuvent être contenus dans un mètre cube et ainsi expédiés dans toute l'Europe ! La conception de cette chaise représente l'un des exemples les plus anciens d'une logique propre à la production de grande série. La production d'objets, et particulièrement de mobilier, sort du confinement de l'atelier et de la manufacture au profit d'une nouvelle entité, celle de la fabrique puis de l'usine. Les répercussions sont nombreuses : économiquement, on passe d'un système régi par des institutions à des entités dirigées par des hommes. Au niveau social, cette accélération liée à la machine permet un temps de production plus court mais une standardisation de l'ouvrier autant que de l'objet. À un ouvrier hautement qualifié, à un savoir-faire manuel transmis de génération en génération, à des attitudes épanouissantes, vient se substituer une activité répétitive et aliénante, faisable par tous.

Ainsi les objets perdent-ils progressivement toute trace distinctive de leur fabricant : les premières poteries

modélées portaient l’empreinte de leur concepteur, celles tournées seulement leur pâte et celles moulées uniquement la rigueur de la standardisation. La course à la vitesse avait commencé, permettant de donner un accès plus large à certains objets mais montrant aussi les premiers signes de ses limites.

Le perfectionnement des machines se poursuit avec les machines-outils, puis les machines-outils de précision, associées au théorie d’Henri Leland, d’Henri Ford et de Frederick Winslow Taylor, qui mettent au centre de la production la standardisation. En 1913, Detroit voit le lancement de la première chaîne de montage avec la fabrication du modèle de la Ford T. C’est le début de la production en continu, le flux ininterrompu de la croissance, le début de la consommation de masse.

Les modes de productions s’affinent. Après-guerre, l’emboutissage et l’injection plastique permettent une production de masse. Cette production, majoritairement d’électroménager, fournit les foyers au revenu en augmentation. La consommation de masse s’implante vite, aidée par les modes de distribution standardisés. Les perfectionnements des outils de production par l’informatisation continuent d’accroître la production. L’informatisation aide à cibler la clientèle, à diminuer le temps de développement de nouveaux produits, à faciliter

leur mise en vente. Le travail du designer et des employés s'en trouve bouleversé.

Aujourd'hui, un objet peut être conçu en 3D en moins d'une journée, imprimé pour être moulé en une demi-journée, voire directement prototypé pour être utilisé, supprimant le temps de maquettage, de toutes les retouches manuelles ou de reprise post moulage. Les fichiers numériques peuvent être transmis en moins d'une seconde par mail, pour lancer une production à l'autre bout du monde. Les temps d'attente d'envoi et de réception sont éliminés. De plus, toutes les phases de conception sont réduites au minimum pour s'adapter à un lancement des produits sur un marché toujours plus accéléré. L'artisan était présent à chacune des étapes de sa réalisation, connecté à une réalité et une temporalité. Le designer, lui, est emporté dans la spirale du « consommer toujours plus vite ». Il ne connaît plus de limite de temps ni de frontière géographique.

Cette approche met à mal les phases de test, de reprise, d'adaptation, toutes ces phases de prise de recul qui permettent au designer d'analyser son travail, de le conceptualiser et de le scénariser au mieux. Pire, le consommateur lui-même peut faire produire et se faire livrer à moindre coût. Les délais de conception et de fabrication deviennent invraisemblables, ainsi la notion de temps est-elle complètement flouée, la vitesse

oppressante. Jamais des produits n'ont été produits aussi rapidement qu'à l'heure actuelle ; tout cela bien sûr en consommant une quantité insoutenable de matières premières et d'énergie pour conserver le niveau de vie d'une poignée d'êtres humains. En dépit d'initiatives pour réduire toujours plus les impacts d'usines et lieux de production sur l'environnement, cela reste minime comparativement à la frénésie de consommation.

Avec la consommation, notre société n'a cessé de se complexifier. Les premiers progrès, mettant en œuvre des solutions simples générales, ont entraîné d'importants bénéfices économiques et sociaux pour un coût environnemental relativement faible. Puis les progrès sont devenus plus complexes, moins efficaces, voire contre-productifs, abusifs. À vouloir aller toujours plus loin, le modèle s'inverse, la croissance des villes en est un bon exemple. En regroupant les administrations, les lieux de travail, de consommation, de loisirs, les villes offrent à leurs habitants d'importants gains de temps mais, en devenant mégalo-pôles, elles imposent finalement des distances de temps et de parcours nettement supérieures à celles rencontrées en milieu rural. Ainsi, le système finit-il par ne plus avancer.

De même de la question du bien-être : il s'agissait de produire pour offrir au plus grand nombre une plus grande

qualité de vie, d'innover pour élever les sociétés. Mais poussée à l'extrême, la vie en société n'est ni productive ni synonyme de bonheur individuel ; stress et suicides à des taux record en sont des exemples. La consommation au point où nous en sommes arrivés ne relève plus du bonheur mais de l'addiction. Avec le principe du « toujours plus », l'individu est enfermé dans un schéma qui ne relève plus du besoin, régulé par la satisfaction, mais du désir et de l'angoisse jamais assouvis complètement, sorte de toxicomanie de l'achat. Le désir d'être de l'homme a été remplacé par la quête de l'avoir. La vitesse de production et l'accession rendent-elles heureux ?

Au problème de l'épuisement des ressources par la production de biens de consommation, la conception de service et de biens immatériels semble être une réponse probante. Il ne faut pas oublier que les activités informatiques sont les plus énergivores en électricité de toutes les activités humaines. Ainsi la dématérialisation n'est-elle peut-être pas la solution absolue. Néanmoins, de toutes les augmentations de vitesse que nous avons vues, celle de la transmission de l'information via Internet, est bénéfique. La vitesse en soi n'est ni bonne ni mauvaise. Elle mérite de faire l'objet d'une réflexion.

Nos sociétés vont devoir s'adapter, continuer à communiquer, à échanger, à innover en faisant confiance

au savoir-faire de l'homme, à son talent, avec des vitesses qui n'auront pas de répercussions désastreuses. Ne nous laissons pas leurrer par les provocations d'une rareté artificielle produite par la démesure de nos désirs. « Il y a pas suffisamment de ressources sur la planète pour satisfaire les besoins de tous, mais pas assez, si il s'agit de satisfaire le désir de possession de quelques-uns » disait Gandhi. Comme le soulignait le philosophe Patrick Viveret lors d'une de ses conférences sur la « sobriété heureuse », la bonne vitesse est celle de nos besoins, de notre bonheur, celle de l'acceptation de nos limites et celle de notre environnement de vie.

Webothèque

www.canal-u.tv/themes/ <http://www.canal-u.tv/themes/>

www.canal-u.tv/video/scavo/regards_sur_nos_horizons_energetiques.10795

http://www.canal-u.tv/video/scavo/regards_sur_nos_horizons_energetiques.10795

www.canal-u.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/de_la_conception_a_la_consommation_reduire_l_impact_environnemental_des_produits_que_l_on_utilise.4769

http://www.canal-u.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/de_la_conception_a_la_consommation_reduire_l_impact_environnemental_des_produits_que_l_on_utilise

www.canal-u.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/la_sobriete_heureuse_patrick_viveret.4767

odeur du temps

Anne-Charlotte Piot —

« Les hommes rêvent d'un sixième sens et pourtant, en réalité, ils sembleraient s'accommoder de n'en avoir que quatre. » Chantal Jacquet, philosophe

L'être humain, doté des cinq sens que sont la vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat et le goût semble se servir de certains d'entre eux plus que d'autres. Considéré comme le cinquième sens aux yeux des néophytes (hiérarchie sensorielle), l'odorat est bel et bien le sens le plus négligé. Pourtant, il est entre autres celui qui nous prévient des dangers et qui nous avertit de la présence de l'autre. Affirmer que l'odorat est inutile revient alors à nier l'expérience d'autrui, et plus généralement à se priver des richesses que ce sens peut nous procurer. Mais quelles sont les raisons de son oubli ? Comment faire prendre conscience aux individus de l'importance de ce sens dans son usage quotidien ? Nous irons alors chercher dans d'autres modèles culturels des réponses et solutions à envisager. Le designer doit ici s'engager à éduquer ce sens trop peu utilisé dans nos sociétés occidentales, car l'odorat est essentiel, voire nécessaire. Si cette affirmation n'est pas une évidence pour tous, elle doit le devenir.

Aujourd'hui, il est assez facile de constater l'importance accordée d'abord à la vue, puis à l'ouïe et au toucher. Les agences publicitaires ont bien compris l'impact et à

plus long terme l'intérêt du premier. Tout est prétexte à utiliser ce moyen de communication qu'est l'image. La télévision, les magazines, les lieux publics (rues, couloirs de métro), les moyens de transports eux-mêmes (bus notamment) en sont les principaux pourvoyeurs. De cette façon, notre cerveau reçoit des informations visuelles sans que nous ayons à être actifs nous-mêmes. Ce sens, évidemment très utile aux êtres vivants, est-il pour autant bien utilisé ? Nous nourrir à ce point d'images ne permet pas d'avoir le recul suffisant pour discerner les bonnes informations des mauvaises. Cette obsession de l'image semble alors porter atteinte à l'individu, ne servant plus à le mettre en valeur. Il faudrait par exemple envisager de trier et minimiser les informations à diffuser pour rendre leur lecture plus efficace.

L'ouïe est un autre sens très largement développé et stimulé dans nos sociétés contemporaines. Celui-ci est notamment le sens qui nous permet d'entrer en relation avec l'autre sans avoir pour au-tant à rendre indispensable la présence physique des interlocuteurs. En d'autres termes, il est favorable à l'échange entre les êtres possédant cette même faculté. Conscients du rôle de l'ouïe dans les rapports sociaux, il a fait l'objet d'innovations dans des domaines très variés. Un enfant sourd à la naissance a aujourd'hui de grandes chances

de recouvrer l'ouïe grâce aux progrès médicaux (par implants cochléaires par exemple). Pourquoi chercher à « rendre » ce sens à l'individu qui n'en bénéficie pas, si l'ouïe n'était pas reconnue comme un outil essentiel sinon formateur ? Les sons, quels qu'ils soient (musiques, paroles, bruits naturels), servent au développement de l'individu. Les moyens de faire parvenir les sons à nos oreilles sont alors divers – téléphone, casque audio, écouteurs, enceintes – et proposent des manières variées de ressentir l'environnement dans lequel nous vivons.

Qu'en est-il du toucher ? Pour les épicuriens, « le modèle tactile est utilisé pour expliquer la sensation comme un contact entre les organes des sens et les simulacres émanant des objets » précise Chantal Jaquet. La main, reconnue en philosophie comme l'outil qui différencie l'homme de l'animal, sert aussi de transmetteur entre l'objet, l'environnement, l'être matériel et soi. L'intérêt croissant pour ce sens se manifeste aujourd'hui par l'intermédiaire d'objets souvent technologiques (smartphones, écrans tactiles) proposant une relation de l'homme à l'objet plus interactive et intuitive.

Mais le goût est un sens plus discret et complexe. Une chose bonne pour un individu ne l'est pas forcément pour un autre, ce qui limite le champ des possibles en terme d'actions. Néanmoins, ce sens est totalement reconnu.

S'il est question de notre santé quand il s'agit de mieux se nourrir, est aussi pointée du doigt l'exigence du goût. Ce dernier est à la fois source de plaisir et peut nous informer sur l'origine d'un produit. Le goût joue alors un rôle certes plus discret et ponctuel mais il n'en est pas moins nécessaire.

S'il est aujourd'hui évident d'utiliser les quatre sens que sont la vue, l'ouïe, le toucher et le goût, qu'en est-il de l'odorat ? Les quatre sens énumérés plus haut étant les plus répandus dans nos sociétés occidentales, suffisent-ils à bien vivre, voire à survivre ? Maurice Merleau-Ponty, repris dans l'ouvrage *In the Bubble* de John Thackara, écrit : « Si nous apprenons à utiliser nos cinq sens, et pas seulement la vue, nous pourrions développer au mieux notre sensibilité aux modifications constantes de notre environnement. » Il semble donc nécessaire de puiser dans chacune de nos ressources et de nos facultés innées pour espérer recevoir, comprendre et réagir face à notre environnement. Sans l'usage de ses cinq sens, l'homme s'octroie des outils d'adaptation et de perception de son milieu. Dans un cas d'urgence, comment pourrait-il se servir d'un outil dont il n'a pas connaissance ? Comment alors rendre compte de l'apport procuré par l'odorat ? L'odorat est un sens universel. Quelle que soit notre culture et notre pays, nous possédons tous un nez où

sont logées des protéines réceptives. Bien placé, le nez ne peut pas être ignoré et pourtant nous, Occidentaux, l'oublions facilement. Les parfumeurs dénoncent l'« anosmie ambiante » dont nous faisons preuve dans les pays développés. Un problème également soulevé par le designer John Thackara quand il écrit : « Dans les cultures occidentales, l'odorat est un sens dont l'importance est sous-évaluée, alors que dans d'autres cultures comme chez les Ongee des îles Andaman dans l'Océan indien, l'univers et tout ce qu'il contient est déterminé par l'odorat. » Dans *Le miasme et la jonquille*, l'historien Alain Corbin décrit l'obsession que nous avons, dès le xviii^e siècle, de nous débarrasser de toutes odeurs. À l'inverse, les pays asiatiques et plus particulièrement le Japon ont érigé l'odorat en art. L'odorat n'est-il pas en effet le sens le plus approprié à l'expérience d'autrui ? Si l'on regarde du côté des animaux, combien d'espèces s'en servent-elles pour capter d'éventuels dangers, pour se prévenir de la présence d'un autre animal sur le territoire ? Il est même vital puisqu'il sert à se nourrir. De la même manière, il nous arrive de prendre conscience de notre nez, surtout lorsqu'une odeur suspecte nous dérange. Toutefois, ses capacités sont trop peu développées. Cela par manque d'informations et d'éducation.

Un espoir cependant, puisque l'odorat suscite aujourd'hui

un vif intérêt chez les physiciens, biologistes et anthropologues. Par exemple, les recherches accomplies par deux Américains, Linda R. Buck et le biochimiste Richard Axel, rendent compréhensible le fonctionnement du système olfactif dans le cerveau, jusque là méconnu. Il est alors question de prendre conscience très tôt du lien que l'odorat entretient avec le cerveau pour l'entraîner et le stimuler au quotidien. Puisque le nez transporte l'information au cerveau, il existe une mémoire olfactive. C'est ainsi que Proust, par une simple odeur, parvient à se souvenir de tout ce qui accompagnait la madeleine dégustée des années plus tôt et qu'il croyait oubliée. Si l'on va plus loin, peut-être y-a-t-il des applications à trouver dans le domaine médical. Imaginez un peu que l'odorat soit un remède à l'amnésie provoquée par certaines maladies. C'est l'idée que défendent certains physiciens et à laquelle je crois.

Ainsi, jusque là mis de côté, l'odorat trouve peu à peu une place. Preuve de cet engouement récent, le nombre de manifestations qui lui sont consacrées depuis les cinq dernières années : « Du nez au palais – parfum et gastronomie », « Petites et grandes émotions » à Bordeaux en mai 2011, « Odeur de couleur. Chimie, art et éducation » à Barcelone en 2011 et, plus récemment, « Couleur d'odeurs, le lien caché des sens » au Grand

Palais en novembre 2012. À Grasse, au musée de la Parfumerie, est même proposé un « concert olfactif ». L'odorat perçu comme analogique à la musique, à la peinture et plus généralement aux arts, est abordé de façon complémentaire. Par une « borne olfactive », on écoute alors de la musique en recevant des notes parfumées. Dans cette même idée, ont été créés plusieurs cinémas olfactifs en France. Les tentatives sur ce sujet ne sont pas récentes (1904) mais c'est au Japon que le premier cinéma olfactif a fait son apparition, à l'occasion de la sortie en 2004 du film *Le Nouveau Monde*. Les artistes ont eux aussi prêté attention à ce sens en donnant une dimension olfactive à des œuvres d'art, suscitant ainsi des émotions nouvelles chez le visiteur. Plus surprenant encore, une campagne de publicité pour un parfum Armani, affichée dans les arrêts de bus de JCDecaux, permet à chacun de sentir ce parfum grâce à sa diffusion sur plusieurs mètres. Une campagne publicitaire certes marketing mais qui interagit avec l'autre et affirme l'existence de ce sens universel. Si l'on regarde côté gastronomie, de grands chefs comme Paul Poirer ou Anne-Sophie Pic proposent un voyage des sens. L'un a développé à Shanghai un Concept Food où sons, images et parfums se mêlent, tandis que l'autre tient à ce que ses clients sentent sa cuisine avant même de la goûter. C'est ainsi que chacun choisit son menu-carte du soir en fonction de son odorat : trois mouillettes, trois

parfums, trois menus. Senteurs et saveurs se complètent, ce qu'Anne-Sophie Pic qualifie de « mise en parfum de ma cuisine. » Le pouvoir de l'odeur ne devrait donc plus être à prouver mais faire l'objet de recherches quant à son exploitation et son utilisation dans nos sociétés. Il revient alors aux acteurs, tel que le designer, de le développer et de le faire perdurer.

Chacun sait énumérer les cinq sens que nous sommes présumés posséder, mais ils ne sont pas pour autant traités avec la même égalité. Nous avons vu que l'odorat est l'un de nos systèmes sensoriels les plus anciens, le plus primitif aussi, et le plus mal connu. Chantal Jaquet propose dans son introduction une méthode de réflexion : « Il est nécessaire d'abord de réfléchir à la nature du sens olfactif en écartant les obstacles qui empêchent à la fois de le cerner et d'être concerné par lui. (...) Dans le prolongement de ces investigations sur la puissance expressive des odeurs, il s'agira enfin de s'interroger sur les conditions de possibilité d'une philosophie du nez et sur l'existence de modèles olfactifs de pensée. » Le rôle du designer est alors multiple. Dans un premier temps, il se doit de s'informer sur les raisons de son oubli, voire de son ignorance parfois volontaire. Mais aussi de puiser dans d'autres cultures les connaissances acquises sur le sujet. Par ailleurs, il doit jouer le rôle de médiateur et d'éducateur

à l'olfaction pour sensibiliser et inciter autrui à son usage quotidien. C'est à lui, entre autres acteurs, que revient le devoir de s'interroger sur les moyens d'exploiter et de développer cette faculté universelle que nous avons et qui indéniablement nous caractérise. Peut-être alors trouvera-t-il appui dans les propos de John Thackara qui nous fait partager ses questionnements sur le sujet : « Pourrions-nous apprendre au monde à nous dire ce qu'il ressent ? » ; ou encore : « Que se passerait-il si les choses se mettaient vraiment à dégager une mauvaise odeur quand elles se déglinguent ? » Il est aussi intéressant de se demander s'il existe des odeurs universelles, qui puissent dépasser les frontières et les cultures. S'ouvrent alors à nous quantité de possibilités, dont il faut néanmoins mesurer l'impact et l'utilité en amont sur les sociétés, pour ne pas risquer de gadgétiser et saturer le public d'informations. Le designer, de cette manière, s'engage à mettre en valeur l'individu. Avant d'espérer acquérir ou découvrir un sixième sens, pour reprendre les propos, l'usage de ceux que nous connaissons et que nous utilisons déjà. Comprendre leurs richesses pour espérer les adapter à nos besoins est une priorité. Par ailleurs, tel est le cas pour l'odorat, il s'agit de redécouvrir les sens mis à l'écart, de prendre conscience non seulement de leur existence mais aussi de sa complémentarité afin de procéder à son rééquilibrage. Tout d'abord, parce que l'odorat est le sens qui permet

de prendre connaissance de soi et d'autrui, il est un sens à défendre et à développer. Il faut se décomplexer avec l'idée selon laquelle l'odorat est dégradant pour l'homme, sous prétexte qu'il le ramène à sa condition primitive d'animal. Au contraire, prendre conscience de ce don revient à émettre la possibilité de le maîtriser, par une éducation olfactive, dans un environnement en constant changement. Loin de dénigrer l'homme, le bon usage de l'odorat comme des autres sens est fondamental « pour entretenir, entre soi et le monde, une relation subtile et nuancée », selon les propos recueillies par Thackara des théoriciens de l'écologie.

Bibliographie

Corbin Alain, *Le miasme et la jonquille*, Paris, Flammarion, coll.

« Champs », 1998.

Jaquet Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Paris, PUF, 2000.

Thackara John, *In the Bubble. De la complexité au design durable*, Saint-Étienne, Université de Saint-Étienne / Cité du Design Éditions., date ??

Webographie

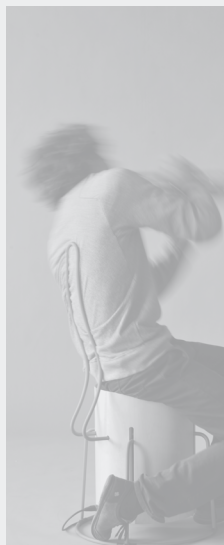
dunezaupalais.blogspot.fr

<http://www.larochejagu.fr/index.php?page=exposition-sur-le-parfum>

<http://olfablog.com/>



légendes des images choisies



ESSAIS
d'ESSAI



2012-050-001, Life goes on, Lankveld, Leine „Grand projet, Design objet, Ensad, 2012

welcome back to basis : une nouvelle conception du progrès
Florian Dach & Dimitri Zéphir

2

le design, un outil de contrôle social
Louis Charron

0

les objets en forme d'objets
Geoffrey Hillereau

1

innovation a outrance
Gaëlle Rolet

4

hipsterisme

Dimitri Zéphir



welcome back to basis : une nouvelle conception du progres

Florian Dach & Dimitri Zéphir —

portraits

Né en 1990, diplômé de l'ESAAB de Nevers en 2010, diplômé Design objet à l'EnsAD en 2016.

Florian Dach s'intéresse aux phénomènes de créolisation, aux notions d'identité(s), aux migrations contemporaines, à l'artisanat, à l'Histoire et aux histoires, aux radicaux italiens et leur vision du design, au design de fiction. Il aime aussi les sports extrêmes, la randonnée, l'enseignement. Il travaille aujourd'hui avec son ami d'école Dimitri Zéphir, au sein de Dach&Zéphir : leur recherche sont tournées vers les notions de culture, d'histoires et d'identités inhérentes aux territoires et aux objets. Leur travail a notamment été exposé à Maison&Objet Paris, au VIA, au MAD Paris, au Grand Palais, à la Carpenters Workshop Gallery (Londres), au Salone Satellite (Milan) ou encore à Operae Design Festival (Turin).

Né en 1992, diplômé de l'école Boulle en 2010, diplômé de la spécialisation Design objet à l'EnsAD en 2016. Originaire de Guadeloupe, très attaché à son île natale, Dimitri Zéphir est inspiré par Édouard Glissant et son concept du Tout-Monde, par Ettore Sottsass et sa vision du design. Son mémoire, Les mailles fertiles d'un créole, interroge l'histoire et l'héritage culturel des Antilles. Depuis 2016, en parallèle à ses recherches liées aux Cultural Studies, il œuvre avec son ami d'école Florian Dach au sein du studio Dach&Zephir. Le duo questionne « ce qui fait histoire et identité », pour « contribuer à une histoire plurielle du monde, dont la beauté, la diversité et la richesse sont infinies. »

L'ensemble des conversations est issu de discussions durant deux jours, que nous avons pris soin d'enregistrer. À travers quatre thématiques, nous échangeons sur la question du progrès contemporain et de ses dérives, pour émettre l'hypothèse d'un avenir qui célèbre le retour du basique dans la création.

Quand l'innovation numérique veut légitimer le projet.

Les années 2000 sont un tournant décisif dans le milieu créatif. Avec l'avènement des outils numériques et notamment l'imprimante 3D, capable d'imprimer de produire des objets. Mais la dérive nous semble proche, voire inévitable. Éblouis que nous sommes par la magie de l'outil numérique, le projet de design perd en crédibilité, en finesse, en intelligence. L'innovation numérique veut légitimer le projet...

F : Au fait, quand le phénomène « imprimantes 3D » a-t-il commencé à devenir si populaire en France ?

D : Il me semble que cela a commencé débuté vers 2005, notamment avec la « Biennale internationale Design Saint-Étienne ». »

F : En effet, les RepRap1 ont commencé à se démocratiser en 2005. Et, industriellement parlant, cette technique est survenue dans les années 1980. Les designers ont

commencé à concevoir à partir de cet outil qui, au final, est devenu un outil à la mode. Regarde ce projet de chaussure imprimé en 3D ; c'est vraiment de la m.... !

D : Ce qui se passe, c'est qu'on s'est laissé emporter par la magie de l'outil numérique avec son accès plutôt libre et simple. Beaucoup de designers ne cherchent pas à se poser la question de savoir ce qui va être pertinent de faire avec ce nouvel outil. Donc les projets deviennent super anecdotiques, n'étant valorisés que parce qu'ils utilisent un outil innovant...

F : Oui ! Et en plus l'application n'est pas logique : une chaussure est censée être souple et confortable, ce qui est loin d'être le cas avec des chaussures entièrement en ABS². Pour moi, c'est clairement un projet qui tire parti du mode des impressions 3D pour générer de la communication autour d'eux. Le problème, c'est que pour un individu non initié, ça paraît magique de pouvoir imprimer une chaussure chez lui ; donc, forcément, on assiste à une ruée vers l'or de l'impression 3D. Et puis c'est en quelque sorte remplacer l'homme par la machine, il y a eu aussi tout un courant avec les robots industriels ; notamment le groupe d'étudiants de l'ENSCI qui ont programmé un robot capable de dessiner des portraits stylisés grâce à un capteur kinect.

D : Pour moi, le problème n'est pas tant de remplacer l'homme par la machine que de savoir ce que le robot

va effectuer. Effectivement, certaines tâches nécessitent une robotisation. L'exemple de l'aspirateur iRobot est, pour moi, pertinent. Il travaille de manière autonome, nettoie ton sol sans que tu sois obligé de le diriger. Tout le monde sait que dépoussiérer et laver un sol sont des tâches fatigantes ! S'il est possible de mettre à profit l'intelligence et l'autonomie d'une machine pour cette tâche, je dis oui. Quand c'est un robot qui est utilisé pour dessiner des portraits, l'idée me paraît cool pendant deux secondes et puis je me dis que ça ne sert pas à grand-chose. C'est dépenser de l'énergie et du temps juste à des fins de communication. Et pour moi cela n'exploite pas le potentiel du numérique et de la technologie de manière intelligente. Mais en soi, l'outil numérique reste quelque chose de fascinant car il propose une nouvelle façon de concevoir l'objet, voire une démarche. Pour l'instant, le robot vient copier la réalité alors que, pour moi, il apporte une esthétique qui est propre à son fonctionnement. Pour moi, le robot et la technique doivent être consacrés à d'autres possibles. Ceux que la main humaine ne pourrait peut-être pas faire.

F : Sauf que dans cette logique-là, on arrive souvent à une démonstration technologique et à une outrance formelle, pas forcément nécessaires. Pour moi, la technique doit être en complément de l'humain.

D : Moi je pense que l'on en a besoin car cela montre un

étendu des possibles. Cela ne doit pas être une finalité de projet mais plus une expérimentation. Voir les possibilités pour savoir ce qui peut être intéressant de faire. Appliquer ces expériences à des contextes et besoins concrets. C'est pour cela que le projet Néo-artisanat de Sylvain Chasseriaux a du sens : il utilise ces machines qui offrent une liberté presque totale, dans un contexte bien précis – l'artisanat local – où certaines pièces sont imprimées car trop complexes pour être fabriquées par l'artisan. Il couple des notions propres au Fab-Lab et celles propres à l'artisanat, pour générer des objets de qualité en petite série. Donc la machine vient au service de l'artisan qui conserve son rôle prépondérant de producteur. Et non l'inverse !

F : Oui ! On devient vite dépendant de ce type de machine. L'industrie automobile est un bon exemple : presque toute la fabrication d'une voiture est réalisée par un robot. Je pense qu'il y a un compromis à trouver car à vouloir remplacer la main de l'homme, on remplace l'homme. La maîtrise technique doit être au service de la sensibilité et de l'esprit de l'homme. Par rapport à tout ce que l'on vient de dire, comment perçois-tu le travail de François Brument ?

D : Le regard qu'il propose sur la matière immatérielle numérique est tout à fait intéressante, d'un point de vue réflexif. Se dire que, tout d'un coup, le son d'une voix

peut dessiner un objet est assez fascinant. D'ailleurs, le Portugais Fernando Brizio proposait déjà une réflexion similaire en 2003, tout comme Andréa Branzi en 1991, me semble-t-il. Tu vois, je parlais tout à l'heure du robot qui devait amener sa propre esthétique et non pas copier la réalité. Et bien, j'ai l'impression que François Brument l'a bien compris. Il substitue l'outil numérique et notamment la programmation au travail du dessin et du maquettage – propre à une démarche de designers d'objet – pour développer une méthode de penser et de faire qui serait propre à celui-ci. Il ouvre des possibilités qui donnent à voir un potentiel certain dans le numérique et, par là même, une autre façon de penser le métier de designer. À ce propos, je lisais un article sur le livre *Makers* de Chris Anderson⁴, écrit par Antony Massure – un passionné des nouvelles technologies, agrégé en Design à l'ENS – qui fait clairement écho à cela. Le travail de François Brument, c'est de designer un programme, un code. Ce sont là les contours – plutôt malléables – de ses objets. C'est un peu un cadre dans lequel la matière est amenée à se déformer, à expérimenter l'accident. Et rendre compte d'une esthétique numérique qui, bien sûr, n'est pas là pour détruire l'esthétique industrielle.

Le numérique ? Oui, mais à utiliser avec parcimonie.

D : J'ai en tout cas l'impression que le futur de l'industrie sera une germination de micro-industries locales. On sera

sans doute capable de faire un certain nombre de typologie d'objets soi-même, avec ces outils-là. Et ça pourrait aussi être un bon moyen de générer de l'économie, à l'heure de la délocalisation des industries ou encore des dépôts de bilan.

F : Moi, j'en doute ! L'industrie classique est tellement présente que l'on ne pourra pas s'en passer. Certes, la prochaine génération saura programmer et créer par elle-même, mais cela ne remplacera pas la qualité d'un produit industriel.

D : La fabrication d'un grand nombre de typologies d'objets sera relocalisée et produite localement. On assiste à ce phénomène dans la mode ; de plus en plus de personnes savent coudre et se fabriquent eux-mêmes leurs vêtements, cependant ils continuent à acheter des sacs et des chaussures car ces types d'objet demandent un savoir-faire spécifique.

F : Oui, mais à l'échelle de dix ans, je ne pense pas que la masse des gens sera prête à mettre de côté la qualité des objets industriels. Alors, les prochaines générations, peut-être ! Mais nous avons été élevés dans une culture de l'objet qualitatif. On est heureux en achetant un objet neuf parce que nos yeux aiment cette esthétique lisse et sans défaut. Et il reste de gros efforts à faire pour sortir de cette vision capitaliste et pour voir se développer une industrie par les usages.

D : Mais de toutes les façons, qu'on le veuille ou non, cela va arriver. Les technologies et les innovations numériques vont être de plus en plus présentes. C'est comme Internet : personne n'y croyait ! Puis, petit à petit, il s'est implanté et aujourd'hui on fait pratiquement tout avec lui.

F : Mais tu vois bien que cela a un effet pervers. Si demain Internet n'existait plus, pour une raison x ou y, on serait plongé dans un chaos mondial car nous nous sommes enfoncés dans ce modèle-là, sans en voir les failles. Je crains que le numérique suive le même schéma. Si, demain, on remplaçait tous les artisans ou les ouvriers par des machines, et que nous devenions tous des créatifs au service des machines, nous serons aussi complètement dépendants du système. Il suffirait d'une catastrophe nous privant d'électricité pour nous paralyser totalement.

D : Donc oui au numérique et à la technique mais à condition de l'utiliser de façon à ne pas remplacer le savoir-faire de l'homme.

F : Oui, c'est sûr ! Et même culturellement parlant, si on peut tout faire via des impressions 3D, cela supprimerait certains artisanats, ce qui serait un désastre culturel. L'industrie de masse et le système capitaliste a déjà suffisamment effacé les cultures. On voit bien aujourd'hui que ce système n'est pas le meilleur. Ne sommes-nous pas en train de faire la même erreur avec le numérique ?

La désobéissance technologique comme une réponse plus pertinente : une vision de progrès

La désobéissance technologique est un terme employé par Ernesto Oroza pour parler de la pratique des Cubains : « Depuis un demi-siècle, la situation économique, sinon politique, (les a placés) devant l'obligation de se substituer à une industrie défaillante et à faire durer les objets industriels au-delà de toute vraisemblance. »

D : Comme le soulignaient Romée de La Bigne et Basile de Gaulle⁵ lors de leur diplôme : « La polyvalence des objets ne doit pas être associée à une pratique cubaine, mais plutôt une dimension de la nécessité révèle. » D'ailleurs, je serais même tenté de dire que la désobéissance technologique peut être perçue comme une forme de progrès. Ce n'est pas parce que la technologie existe qu'on doit absolument l'utiliser et, de surcroît, à tort et à travers. La multiplication des outils numériques et leur facilité de manipulation ne doivent pas engager une pratique de design qui se limiterait à produire pour produire. À partir du moment où on a en notre possession des objets qui ont cette capacité à se transformer pour satisfaire nos besoins, pourquoi vouloir s'encombrer avec d'autres objets ? Par exemple – et en dehors de tous les objets électroniques/électriques – quand je regarde un

tabouret, je le considère comme un objet ouvert. C'est un peu un concentré de fonction, à la fois tabouret, table d'appoint, guéridon, petite échelle quand tu veux te saisir d'un objet en hauteur, etc. Ce type d'objet prouve bien qu'on est plus dans l'idée qu'un objet a juste une fonction mais que, tout d'un coup, c'est par l'appropriation de l'objet que se dessine un usage, une fonction. C'est à mon avis ce vers quoi, nous, futurs designers, et en même temps consommateurs, devons tendre.

Ce que l'on soulevait avec le numérique, c'est qu'il devenait le faire-valoir de toutes les productions d'objets, mais des productions quasi-inutiles. À mon avis, il ne faudrait pas penser et voir le progrès par le biais exclusif du numérique et des nouvelles technologies. Avec ces outils qui, nous devons l'avouer, sont magiques, on devrait tenter de s'approcher de quelque chose...

F : C'est un peu une sorte de néo-primitivisme 2.0. Puisque, dans tous les cas, on ne peut pas effacer la technologie de nos manières d'être et de vivre, tant elle est ancrée dans nos vies, notre quotidien. La preuve avec les Cubains qui malgré leur manque d'accès à l'innovation numérique telle qu'on la connaît, arrivent à trouver des solutions pour réparer tous leurs objets électroniques, domestiques. C'est bien la preuve que l'on est capable de faire des choses par nous-mêmes.

D : Ce qui est plutôt intéressant, et qui pourrait être

adapté à notre contexte, serait la possibilité de raccorder toutes ces innovations technologies à ce besoin de réparation. Avec une imprimante 3D, une découpe laser et, par extension, tous ces outils auxquels on a accès très facilement, il est peut être possible de créer une industrie de réparation. Le progrès technologie serait mis au profit de la création, mais avec une éthique plus forte, et moins à des fins essentiellement commerciales ou marketing.

F : Les innovations numériques deviennent plus pertinentes par rapport à l'usage qu'on en fait, c'est sûr ! On crée de nouveaux objets en les réparant. Mais après, comme le disaient Romée et Basile, c'est un état d'esprit qu'il faut avoir et qui est dur à acquérir sans un contexte économico-social, qui t'oblige presque à penser de cette façon-là. On aura toujours la facilité d'aller acheter un produit neuf parce que c'est comme ça que l'on a été éduqué. C'est à la future génération de faire persister ce modèle de « désobéissance technologique », pour qu'il devienne naturel pour la génération suivante. Ils seront tous des programmeurs, des codeurs; ils pourront créer plein de choses à partir de simples pièces électroniques, etc. Alors qu'on nous aura appris à dessiner, faire des maquettes et un peu à coder (sourire).

D : Tout le problème, c'est de faire intégrer ce schéma de pensée...

F : À mon avis, il faudra un vrai black-out pendant presque

deux semaines. Cette façon de voir les choses ne sera possible que s'il se passe quelque chose qui nous pousse à changer nos états d'esprit. Toi et moi, nous voyons cela à notre échelle, en tant que petits garçons éduqués et sensibilisés à ce genre de pratique ; mais je ne suis pas sûr que ton voisin ait ce point de vue-là. Qu'il soit aussi sensible à ça que toi.

D : Je crois que l'idée n'est pas que tout le monde répare son ventilateur. C'est plutôt à nous – en qualité de designer – de faire intégrer cette méthode. Essayer de sortir de ce schéma consumériste. On est là aussi pour ouvrir une nouvelle voie, valoriser des approches où le numérique est utile. Où son application est aussi liée à des nécessités.

F : Ce qui est drôle en soi, c'est qu'on reviendra toujours au média de communication. Tu as beau faire un projet excellent, si la communication n'est pas assurée, préférant valoriser une belle chaise, et bien ce n'est pas gagné !

D : Moi je pense qu'à partir du moment où on aura réussi à valoriser l'esthétique de la réparation comme singulière, attachante, et belle – puisque c'est finalement ça aussi l'enjeu – les choses pourront s'inverser.

F : Il faudrait peut-être annuler les modèles esthétiques et préférer un modèle fonctionnaliste. Le changement, comme je te le disais, n'est possible que s'il y a un remaniement des pensées. Il faudrait même que les générations futures naissent sans connaître notre modèle

consommériste. Tu vois, c'est comme dans le film *The Road*, de John Hillcoat, l'enfant grandit dans le chaos et c'est à partir de ce chaos qu'il va apprendre à vivre.

D : C'est comme ce que dit Philippe Starck dont son petit bouquin *Souvenirs d'ailleurs* : on manque d'utopie, on manque de mouvements qui viendraient « court-circuiter » tout ça. Un court-circuit et on reconstruit tout selon un modèle de pensée nouveau et, pour moi, fortement inspiré de celui des Cubains – la réparation/transformation des objets. Le progrès serait de revenir à quelque chose de plus lucide, plus intelligent. Quelque chose qui s'approcherait sensiblement du basique.

Le basique comme lien entre les choses : Welcome Back !

D : Dans notre questionnement, le basique s'érige comme une réponse évidente et pertinente à notre société de consommation. Designer, dessiner du basique, c'est simplement revenir à des choses plus évidentes, plus nécessaires. Des objets dont la beauté parle à l'usage. Le basique fait référence à une époque passée, où le numérique n'existait presque pas. Et même si c'est un peu la tendance de penser « basique », je pense que les gens ont besoin de se rattacher à cette époque passée pour comprendre le présent. Par exemple, avant de connaître

l'ampoule à incandescence, on avait la bougie. La bougie est un basique, immuable. En fait, pour les gens, l'ampoule à incandescence, c'est une bougie électrique !

F : Dans le prolongement de ce qui existe. On améliore certaines choses qui ne sont pas efficaces. La bougie avait tendance à s'éteindre facilement quand elle avait fondu, et bien l'ampoule apporte une réponse au problème. On utilise simplement l'électricité, pour que la « flamme » ne s'éteigne pas.

D : On n'a pas tenté non plus de passer de la bougie à un électron invisible qui s'allumerait dès qu'on dirait Light on ! Cela prouve bien que la transition entre les choses se fait avec subtilité, intelligence.

F : Les gens font mine de ne s'attacher en rien aux choses physiques. Pouvoir toucher, pouvoir sentir... De la même manière que quand tu utilises ton iphone, pour activer ton appareil photo, tu as une icône qui est l'archétype de l'appareil. Le basique est un langage universel.

D : C'est le mot, un langage. Un lien entre les époques, un repère pour les générations à venir. Le numérique et, de manière générale, les technologies doivent se placer dans cette lignée-là. Assurer un prolongement entre ce qui a existé et ce qui existera.

D et F : C'est peut-être ça le progrès en 2014 : un Welcome Back to Basic.

Notes

1 Contraction de l'anglais Replication Rapid prototyper, pouvant se traduire par concepteur de réplification rapide) est un projet britannique de l'Université de Bath, visant à créer une imprimante tridimensionnelle en grande partie auto-répliquative et libre (c'est-à-dire sans brevet, et dont les plans sont disponibles pour tout le monde) sous licence Licence publique générale GNU. Elle reprend donc les principes du projet Fab@home en y ajoutant l'autoréplication. RepRap désigne également les imprimantes 3D réalisées par le projet RepRap. Ce projet/machines réelles est maintenant développé très activement par une communauté mondiale, à la manière du logiciel libre (Wikipedia).

2 Janne Kytanen, 3D-printed shoes avec cubeX.

3 Designer diplômé en 2004 de l'ENSCI avec un projet intitulé In-forma-tion, paradigme digital. Son travail engage une réflexion tout à fait singulière sur le numérique dans le design.

4 Chris Anderson est l'ex-rédacteur en chef du magazine culte Wired, devenu une personnalité influente en Amérique pour ceux qui s'intéressent aux révolutions numériques.

5 En 2013, Romée de La Bigne et Basile de Gaulle, diplômés de l'EnsAD, proposaient un projet de diplôme singulier, une réflexion sur la polyvalence des objets domestiques qu'ils ont appelé Gambariat.

Bibliographie

Oroza Ernesto, Rimkibili, Une étude sur la désobéissance technologique et quelques formes de réinvention, Saint-Étienne, EPCC Cité du design, 2009.

Rubini Constance (dir.), catalogue du la Biennale internationale Design Saint-Étienne, Saint-Étienne, EPCC Cité du design, 2010.

L'empathie ou l'expérience de l'autre, catalogue de la Biennale internationale Design Saint-Étienne, Saint-Étienne, EPCC Cité du design, 2013.

le design, un outil de contrôle social

Louis Charron —

portrait

Né en 1991, diplômé en 2016.

Louis Charron est chercheur au Massachusetts Institute of Technology (MIT), au sein du Senseable City Lab. Son travail est très varié : il conçoit des interfaces, prototype des dispositifs et fabrique des récits. Il s'intéresse plus particulièrement aux relations que les individus entretiennent avec les interfaces en général et à l'évolution des technologies dans l'espace urbain en particulier. En collaboration avec des mathématiciens, ingénieurs et urbanistes, il utilise le design comme un outil pédagogique.

« Dans un refus constant de réfléchir aux racines de notre aliénation, (le designer) s'inscrit pleinement dans une vision du monde néo-libéral où seul l'homme est suffisamment intelligent pour corriger les erreurs qu'il a commises ! » John Thackara¹

Notre vie est de plus en plus soumise au design ; on peut se demander si ce dernier n'est pas devenu un outil de contrôle social. En effet, tous les objets utilisés, les interfaces maniées, les espaces parcourus ont un jour été conçus par les designers. Notre société ne laisse rien au hasard, affirmant un désir de vivre ensemble érigé en valeur centrale de notre époque. Tout est pensé, tout est envisagé sous le prisme sociétal. Le design participe clairement à un mouvement de civilisation qui glorifie la ville comme lieu de vie en société, et les rencontres (à toutes les échelles, de la mixité des peuples à celles de chaque instant dans la rue) comme fondement culturel. Pour poursuivre cet idéal, notre société crée et développe ses codes, ses règles et donc ses moyens de contrôle. Selon Norbert Elias², les moyens de contrôle de notre société se déploient depuis la Renaissance suivant ce que le sociologue appelle un processus de civilisation. Ensemble des pratiques qui tendent à produire et à maintenir la conformité des individus aux normes de leur groupe, le mouvement de contrôle apparaît à la fois comme ciment de la cohésion

sociale et comme instrument de domination.

En effet, en même temps qu'il intègre, il stigmatise et opprime : au nom de la cohésion, il produit de la domination et légitime ainsi les hiérarchies sociales.³

Nous allons donc nous demander en quoi le design participe au contrôle social, et si le rôle du designer est de produire de la domination. Pour cela nous nous appuyerons sur l'étude de trois exemples qui questionnent à la fois le design et nos modes de vie, dans la sphère professionnelle, dans l'espace virtuel et dans la société de consommation.

Notre environnement quotidien, comme nous l'avons rappelé, a été conçu de toute pièce par l'homme pour améliorer une vie en société. Cet environnement comprend des espaces privés, des espaces publics ainsi que des espaces de vie professionnelle. L'espace dévolu à la vie professionnelle est à la fois le plus normé et le plus questionné par les concepteurs. S'il a beaucoup changé, suivant les évolutions sociales, depuis une vingtaine d'année en France, un modèle dominant s'impose nettement : l'open space. S'inspirant de travaux d'architectes comme Frank Lloyd Wright⁴, les frères Schnelle (deux managers allemands) conçoivent les premiers bureaux paysagers dans les années 1950. Ceux-ci proposent de grands espaces ouverts agrémentés de

plantes vertes, où tous se côtoient. Cependant, le désir de bien-être proposé par les architectes se transforme en réalisme économique. Le modèle prospère rapidement aux États-Unis et arrive en France dans les années 1970, accompagnant le modèle architectural concordant, c'est-à-dire la tour de bureau.

Pour permettre un accès à la lumière naturelle à tous les employés dans ces immeubles épais, on conçoit d'immenses plateaux dépourvus de cloisons. Économiquement, l'open space coûte moins cher et permet de diminuer drastiquement l'espace dédié à chaque salarié, qui passe environ de 25 m² en 1970 à 15 m² aujourd'hui⁵. En moyenne, entre 30 et 50 personnes partagent le même open space, célébrant le mythe social de la mobilité et de la performance. Cette conception d'aménagement de l'espace inspire les chefs d'entreprise et les managers. Pour l'économiste Alain d'Iribarne : « Beaucoup de dirigeants sont persuadés qu'en décroissant l'entreprise au sens propre, les open spaces la décroissent au sens figuré. Ils espèrent favoriser le fonctionnement collectif et le travail en équipe. » Mais derrière ces intentions teintées de productivisme⁶, de nombreuses voix s'élèvent pour questionner la réalité du travail en open space. En effet, l'open space peut être vu comme l'un des outils de contrôle social les plus forts et représentatifs tel que le philosophe Michel Foucault le définissait en parlant de

la panoptique. Ce schéma architectural conçu à l'origine pour les prisons au xviii^e siècle permettait de créer une omniscience invisible et permanente (par exemple la cour centrale d'une prison sur laquelle toutes les cellules étaient ouvertes, où chacun pouvait voir l'autre et pouvait être vu en permanence).

L'open space conçu par les designers d'aujourd'hui fonctionne selon le même schéma : pour Actinéo (L'observatoire de la qualité de vie au bureau), « chacun se surveille, écoute les conversations des autres. La hiérarchie de l'entreprise se sert en fait de l'open space comme d'une mécanique de contrôle social des salariés entre eux, ce qui leur évite de le faire eux-mêmes. »⁷ Cette question rejoint celle de la performance demandée aux salariés, comme l'explique Danièle Linhart, sociologue du travail au CNRS : « Avec sa transparence, l'open space est au cœur de cette stratégie : les salariés sont en concurrence visible, ils travaillent à découvert et comprennent vite qu'il faut se mobiliser et adopter les règles de l'entreprise. L'open space est une manière de planter le décor de la guerre économique. »

Conçu à l'origine pour privilégier le lien social, l'échange et la coopération des salariés, on voit clairement l'avantage que tirent les entreprises aujourd'hui en choisissant le modèle de l'open space. De nombreuses études font part des mécontentements des salariés⁸ et devraient attirer

l'attention des concepteurs. Ceux-ci ont une grande responsabilité quand ils créent de pareils espaces ; en ont-ils seulement conscience ?

Interrogeant les rapports entre sphère publique et privée, la gestion des données (data) est un autre exemple intéressant de l'implication des designers dans une forme de contrôle social plus ou moins avoué. Sur le plan de la vie privée, nous nous entourons d'appareils qui nous fournissent des services en échange d'information, essentiellement de données personnelles. Le consommateur-utilisateur est un acteur volontaire de l'échange qui est effectué : de lui-même mais sans en avoir pleinement conscience, il offre toujours plus d'informations sur lui-même en échange desquelles il reçoit toujours plus de services. Plus ou moins légitimes, ces services lui apportent un certain confort. Ce confort est le but poursuivi par les designers et les entreprises qui les embauchent !

Cependant, en échangeant des données personnelles contre du confort (ou du moins une impression de confort), le consommateur-utilisateur offre aux entreprises privées un moyen d'action sur lui-même et sur son entourage, telles que la publicité ciblée dont la finalité est de faire consommer davantage. Aux croisements de ces données numériques, il devient possible également de visualiser les comportements de chacun. On assiste ainsi à la disparition

de l'anonymat au sein de l'espace public⁹. À l'échelle de la société, le Big Data apparaît aujourd'hui comme un champ extrêmement profitable pour de nombreuses entreprises et administrations. Pour lesquelles le designer n'est qu'un moyen pour mettre en scène le service et l'information. Confort et esthétisme à la mode vont de paire !

Du service rendu à l'individu à celui rendu à la société, la gestion des données se présente donc comme un chantier majeur pour le design. Au-delà du confort et de l'esthétisme, le designer doit envisager la dimension éthique. Le confort sans éthique peut-il être considéré comme une forme d'asservissement, une violence déguisée ? La question est soulevée au niveau politique comme en témoigne la proposition Privacy by Design inscrite au cœur du futur règlement¹⁰ européen : « Le concept de Privacy by Design consiste à concevoir des produits et des services en prenant en compte dès leur conception les aspects liés à la protection de la vie privée et des données à caractère personnel. Il implique également le respect de ces valeurs tout au long du cycle de vie de la technologie concernée. »¹¹ Les designers d'aujourd'hui cherchent-ils à se poser ces questions ? Ne s'enferment-ils pas dans les réponses purement marketing ou technologiques dont se contentent les entreprises ? Nous avons donc vu que le design sert le contrôle

social, de manière consciente ou non. Intéressons-nous maintenant à des initiatives qui cherchent à détourner ce contrôle. Poser la question du détournement du contrôle, c'est interroger le rôle du consommateur-utilisateur dans la consommation-utilisation du produit ou service. Dans une société où le rôle du designer est de guider les gestes de chacun, d'imposer des usages ou des manières de penser (avec toujours pour but notre idéal de société), la place du consommateur-utilisateur semble secondaire. Pourtant de nombreuses initiatives voient le jour pour remettre en cause la soumission du consommateur à la société. Depuis les communautés utopiques des années 1970, une réflexion toujours actuelle a vu le jour sur la création par l'utilisateur lui-même. C'est le Do it Yourself¹² qui s'affirme depuis plus de cinquante ans, touchant tous les domaines de la vie en société.

Dans les années 1970, de nombreuses communautés se sont formées dans une large prise de conscience de la suprématie de la consommation dans notre société. Aux États-Unis tout d'abord, elles ont développé des modes de vie coupés de la consommation à outrance et de la célébration des valeurs marchandes des objets comme idéal social, créant ainsi une société parallèle. Ces communautés se sont alors tournées vers la nature et ont envisagé de nouvelles formes de vie sociale en réponse aux besoins primaires : un habitat, de la nourriture, etc.

Elles se sont entraïdées, mettant au point des méthodes pour construire des maisons et fabriquer des objets. Le partage vers le plus grand nombre des informations et des savoir-faire était l'idée centrale, à l'image du Whole Earth Catalog lancé en 1968¹³. Le créateur (designer-architecte-ingénieur) n'était plus là pour bâtir des lieux de vie ou proposer des services mais concevait les outils pour que les utilisateurs les fabriquent eux-mêmes. Richard Buckminster Fuller a conçu par exemple un grand nombre de plans de structures à base de dômes géodésiques pour ces communautés. Une fois ses plans partagés, le résultat ne lui appartenait plus, chaque utilisateur les améliorant et les modifiant à sa guise. On assistait là à l'émergence d'un nouveau statut du designer-architecte-ingénieur, non plus soumis à la société (économique traditionnelle) mais plutôt en marge de celle-ci, offrant des conseils et aidant l'autonomie de l'individu.

Cette posture illustre les idéaux des années 1970. Cependant depuis près de cinquante ans et à travers des médiums différents, le *Do it Yourself* prend une place de plus en plus importante. En effet, si la radicalité de la démarche des communautés utopiques a en partie disparue, le désir de participation du consommateur dans la conception des objets et des services semble un enjeu majeur pour l'industrie de la consommation aujourd'hui.

De plus, rien n'a été aussi important qu'Internet pour le développement de cette manière de consommer. Il est intéressant de noter que le Whole Earth Catalog précédemment cité fait figure d'ancêtre d'Internet tel que nous le connaissons aujourd'hui : ils affichent tous deux une même volonté de partager un maximum d'information avec un maximum de gens et de rendre possible l'amélioration de cette information au fil du temps. C'est toujours sur ce principe d'encyclopédie participative que fonctionne Internet (même si celui-ci subit de profondes transformations) et particulièrement les communautés du Do it Yourself¹⁴. Laisant libre court à l'imagination des individus, de nombreuses plateformes de partage proposent une autre manière de consommer, telle que la réparation ou l'amélioration d'objets qui intéressent directement le design.

Tout d'abord fondé sur Internet, le mouvement Do it Yourself descend dans la rue depuis quelques années pour y organiser des événements (ventes, conseils, etc.).¹⁵ Si ce phénomène est intéressant, c'est la disparition du designer comme figure tutélaire qui paraît étonnante. En suivant ce schéma, chacun devient designer ou producteur et, plus important, chacun devient contributeur à un savoir en évolution constante : avec l'essor d'Internet et la démocratisation des outils de production comme l'imprimante 3D, il devient possible de réaliser soi-même

ses propres objets. On ne va donc plus chercher les conseils chez le designer, au sens traditionnel. Pour que celui-ci survive, il doit faire évoluer son métier. Le Do it Yourself apparaît comme un moyen d'échapper au design comme outil de contrôle au service de la société dominante. Pour ses défenseurs, il est un combat contre la violence de la consommation. Et dans ce combat, le designer doit prendre sa place peu à peu. S'il se contente de poser un regard hautain ou désabusé¹⁶ sur ces transformations, le designer se conforme à la société et à ce qu'elle attend de lui.

Véritable outil de dé-contrôle social, la création-réalisation participative dépasse complètement le designer d'hier et d'aujourd'hui. En poursuivant sa démarche de créateur (c'est-à-dire de la seule personne sachant créer), le designer se range immédiatement du côté de la société et de son industrie qui tentent de récupérer le mouvement du Do it Yourself et l'analysent comme une simple tendance de consommation. Face à ces bouleversements, le designer ne peut se conformer à ce qu'il fait déjà. Ne devrait-il pas élargir grandement la conception qu'il a de son métier ?

Comme l'expliquait John Thackara à propos d'un projet de design de Michiko Nitta and Michael Burton (studio d'art et de design anglais en liaison avec les sciences et

technologies) qu'il critiquait, un designer qui fait une réponse satisfaisante aux yeux de la société est un designer qui s'enferme. D'autant plus s'il pose les questions avec le point de vue de celui qui fait partie de la société dominante. La question du contrôle social passe par la question du rôle du designer dans la société. S'il est soumis, il se résigne et fait du confort et de l'esthétisme. Son travail rentre alors dans la case qui lui est attribuée par la société. Plus grave encore car plus dissimulé (à ses propres yeux peut-être), le confort et l'esthétique apparaissent comme des outils de domination. Il est fondamental que le designer prenne conscience que le design est un outil de violence sociale. Il lui appartient au moins éthiquement de remettre en cause cette domination, en ouvrant les yeux et en enlevant ses œillères.

Notes

1 John Thackara à propos du projet Republic of Salivation de Michiko Nitta and Michael Burton, <http://designandviolence.moma.org/republic-of-salivation-michael-burton-and-michiko-nitta/>

2 Norbert Elias, *La civilisation des mœurs*, Paris, Pocket, coll. « Évolution », 2003.

3 <http://www.universalis.fr/encyclopedie/controle-social/>

4 Voir, par exemple, le Larkin Building de Buffalo conçu par Frank Lloyd Wright en 1906.

5 Selon le Laboratoire espaces travail de l'École nationale supérieure d'architecture de Paris-La Villette (ENSAPLV).

6 http://www.lemonde.fr/culture/article/2012/10/18/dans-la-cage-de-l-open-space_1777656_3246.html

7 <http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2008/11/19/01016->

8 20081119ARTFIG00696-les-open-space-fabrique-ducontrole-social.php

<http://www.slate.fr/life/76606/open-space-inefficace>

9 Pierre Piazza, maître de conférences en sciences politiques à l'université de Cergy- Pontoise : « L'anonymat au sein de l'espace public tend à disparaître si l'individu est confronté à la fois à la biométrie banalisée, à la vidéosurveillance et à la géolocalisation. » *Biométries : le nouveau sésame ?*, cahiers IP Cnil, décembre 2012#14

10 La proposition Privacy by Design fait partie du Règlement Européen relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (règlement général sur la protection des données) signé le 25 janvier 2012 et mis en application en 2014. <http://www.alain-bensoussan.com/wp-content/uploads/226468461.pdf>

11 <http://blog.legaro.fr/bensoussan/2013/07/les-technoprotections-a-lheure-du-privacy-by-design.html>

12 On attribue l'origine de l'expression Do it Yourself au mouvement punk anti-consumériste des années 1970. <http://www.agoravox.fr/actualites/so->

ciete/article/diy-comment-decrypter-ce-mouvement-71041

13 <http://www.wholeearth.com/index.ph>

14 <http://www.rue89.com/2014/01/06/internet-regrette-presque-lespece-vaste-bazar-annees-90-248794>

15 <http://diystreetfair.com/> par exemple, qui organise des ventes d'objets, des séances de réalisations pour tous et des marchés de produits locaux dans le Michigan aux États-Unis.

16 Par exemple une analyse du fauteuil Do it de Droog Design (2000) montre avec humour le caractère désabusé du designer face à cette volonté de Do it Yourself. Le designer n'est plus là que pour offrir la matière et l'outil.

les objets en forme d'objets

Geoffrey Hillereau —

Skeuomorphisme¹ et flat design

Pour parler de notre culture matérielle, j'aurai recours dans un premiers temps à deux termes issus de la sphère numérique : le skeuomorphisme et le flat design. Bien que rattachés à l'interface digitale, ces deux ovnis linguistiques seront malmenés pour dialoguer avec cette pratique vieillissante qu'est le design d'objet industriel. Oui, nous allons ici parler de forme tangible. Ringard ? Aujourd'hui, via l'interface digitale et numérique, la volonté d'échapper à la mimésis par l'abstraction et l'autonomisation du langage se pose à nouveau cent ans après Georges Braque, Alexandre Rodtchenko et la nébuleuse avant-gardiste du xxe siècle et ce non plus de manière picturale mais ergonomique (numérique). Assistons-nous, via cette réplique, à un nouveau questionnement de la culture matérielle, ou bien seulement à une coïncidence fabriquée par un amoureux de la matière qui se refuse à admettre son obsolescence contemporaine ?

Qu'est-ce-que le skeuomorphisme et le flat design ? Des termes barbares récemment remis au goût du jour pour décrire deux tendances créatives différentes ? L'une obsolète et l'autre révolutionnaire ? Oui. Bien évidemment l'objet du texte ne sera pas de décerner un prix à la meilleure des deux. Mais alors, pourquoi en temps que praticien de la culture matérielle, perdrais-je mon temps

à décrire les fluctuations créatives de développeurs et d'infographistes ?

Commençons par le commencement. Si on oublie toutes les définitions délivrées par de généreux graphistes sur le web, il ne reste que très peu de documentation sur le sujet. En effet, les termes de *skeuomorphism* et de *skeuomorph* sont pour la première fois théorisés dans l'ouvrage intitulé *The Evolution of Technology* (1988), de George Basalla, qui définit le terme de la sorte: *An element of design or structure that serves little or no purpose in the artifact fashioned from the new material but was essential to the object made from the original material*. De plus, si l'on s'intéresse à son origine grecque, *skeuos* est généralement traduit par « biens, objets, effets et ustensiles ». À cela on accole *morphisme*, au même titre que *zoo*, qui sert à décrire des choses en forme d'animaux : nous obtenons alors *skeuomorphisme* qui caractérise les choses en forme d'objet !

En design numérique, le *skeuomorphisme* désigne une manière de représenter un outil graphique par son équivalent tangible. La métaphore du bureau de Windows ou de la bibliothèque numérique Apple sont des exemples de *skeuomorphisme*. Il permet de populariser l'usage d'interfaces numériques auprès d'une population néophyte en informatique ; il connaît une forte progression depuis

l'apparition des tablettes. Il s'accompagne parfois d'une représentation assez fidèle des matériaux et textures des objets réels dont l'interface s'inspire, ceci pouvant dérouter les plus jeunes utilisateurs n'ayant pas connu les objets réels de référence. Le skeuomorphisme serait donc le contraire de l'affordance d'un objet, autrement dit le contraire de la capacité qu'a un système ou un produit à suggérer sa propre utilisation avec ses propres caractéristiques.

Le flat design, comme son nom l'indique, caractérise une « nouvelle » pratique de design digital (se rapprochant du design graphique Print) à plat. Du design tout plat, tout lisse ! La volonté du flat design n'est pas neuve (nous y reviendrons plus tard). Tout d'abord, quelle est cette volonté, ce positionnement révolutionnaire qui ringardise toute la communauté numérique ?

Pour comprendre l'apparition du flat design, il faut tout d'abord comprendre non pas les limites mais les but du design skeuomorphique, mimétique. En effet, si Steve Jobs eut recours dans un premier temps aux interfaces, dites « skeuomorphiques », c'est bien parce que celles-ci ont des vocations transitionnelles et pédagogiques. Le skeuomorphisme a en effet permis de populariser et de vulgariser l'utilisation d'interfaces numériques auprès d'une cible néophyte en informatique. Les interfaces

numériques font aujourd'hui partie de notre quotidien. La phase d'initiation et d'appropriation des interfaces digitales terminée, le design mimétique (skeuomorphisme) a fait son travail, il peut disparaître. S'il disparaît, c'est pour laisser le médium numérique développer son propre langage graphique, sa propre affordance.

En marche vers une autonomisation du langage numérique, l'affordance digitale est un terme récupéré ; je l'utiliserai donc dans son sens le plus large, évacué des préoccupations psychologiques qui l'ont fait naître. Rattaché au design, comme dit plus haut, l'affordance est utilisé pour décrire la capacité qu'a un dispositif formel à suggérer de manière intuitive sa propre utilisation. C'est ainsi que le flat design apparaît comme le meilleur moyen pour l'interface digitale de fabriquer ses propres codes pour ne plus avoir à singer ceux du tangibles. Au même titre que la nébuleuse avant-gardiste du xxe s'est successivement posée la question de l'autonomie du langage plastique et pictural en évacuant tout caractère mimétique.

« Formuler sans imiter » - déjà vu au Bateau-Lavoir

C'est au début du xxe siècle, au Bateau-Lavoir, à Montmartre, que la question fut posée de savoir comment

formuler sans imiter. C'est le début d'une réflexion plastique et picturale qui mènera la Cordée (Pablo Picasso et Georges Braque) à « découvrir » voire « inventer » de nouvelles relations non plus mimétiques mais sémiotiques. Entre 1906 et 1908, lors d'une exposition consacrée à l'art nègre, Picasso y découvre des objets capables de faire image sans mimésis, via la stylisation des volumes et des corps. C'est ce qui le poussera dans un premier temps à « singer » les stylisations et les déformations de Jean-Auguste-Dominique Ingres. Mais c'est en 1912, par le collage et les collisions directs de papiers collés (Bouteille sur table) que Picasso formule pour la première fois une « représentation » non mimétique. En effet, à la stylisation, il préfère la division en vue d'une reconstruction. Chaque élément composant le collage est en lui-même abstrait ; par abstrait on entend ici qu'ils sont extraits de leur contexte initial. Le goulot, le corps et le bouchon sont arrachés à la bouteille (ils en deviennent les signes). Ces signes sont ensuite articulés entre eux selon une logique assemblagiste non formaliste.

Ce sont les prémisses de l'abstraction. Une abstraction picturale qui fera écho tout au long du xxe siècle, notamment dans les premières écoles d'arts appliqués (Bauhaus), où ces préceptes picturaux trouveront une correspondance matérielle avec la conception industrielle : un langage assemblagiste de forme abstraite. En effet,

et nous n'entrerons pas trop dans les détails à ce sujet, ce sont des problématiques initialement picturales qui ont successivement été récupérées puis subverties pour constituer une pratique nouvelle : celle du design industriel. De la même manière que la peinture moderne à su s'émanciper de la mimésis par l'abstraction, aujourd'hui l'interface numérique abandonne le skeuomorphique (des choses en forme d'objet) pour aller vers le flat design, abstrait (du latin *abstrahere*, abstraire ; c'est extraire du réel, sans mimésis, de la profondeur, de la perspective, du volume et du corps).

Spectres et chimères

En se confrontant elle-même à la conception de ses propres archétypes, la sphère numérique pourrait bien libérer ceux qu'elle a imités. Ainsi, peut être arrêterons-nous de faire des objets en forme d'objets. Littéralement, si on considère que les appareils photos numérique conservent les codes (squelettes, teintes de l'appareil argentique qui lui étaient dictés par l'encombrement du mécanisme) pour des raisons d'acclimatation (au même titre que le skeuomorphisme s'est d'abord imposé dans le monde du numérique comme outil pédagogique), nous pouvons littéralement dire que l'appareil photo

numérique d'aujourd'hui est skeuomorphique, C'est un objet en forme d'objet ! Alors peut-on encore parler d'affordance à propos de la culture matérielle à l'heure du tout numérique, où la corrélation entre forme/fonction/matière n'existe plus ? Nos nouveaux systèmes matériels sont-ils encore en mesure de suggérer et dicter leurs propres utilisations par leurs caractéristiques propres ? Certainement pas dès lors que l'on comprend que les concepteurs se réfugient dans « l'objet en forme d'objet » dans l'appareil photo qui ressemble à un appareil photo (skeuomorphisme) !

Mais, au même titre que l'interface graphique essaie de se réinventer et de trouver son affordance, notre nouvelle culture matérielle ne devrait-elle pas oublier le concept même d'affordance ? Ne devrait-elle pas oublier cette doctrine datée qui stipule qu'une forme doit renseigner sur l'usage et la fonction de l'objet instantanément ? Arrêtons de concevoir des produits qui ressemblent à des produits : il est grand temps d'être visionnaire, soyons réactionnaires, que le xxe siècle prenne congé, saluons Morris et réfugions-nous dans un formalisme débordant ! Dans le monde merveilleux du tangible et du design, l'affordance est une chimère et le minimalisme son fils spectrale ! À l'origine, au début du xxe siècle, ces derniers n'étaient que des réponses précises à un contexte industriel et économique naissant ! Ils ont fait école et continuent

de faire écho de manière purement superficielle, où l'essentialisme de l'école d'Ulm et l'économie du Bauhaus ont été réduits à des réflexes et des effets purement (pauvrement) stylistiques. Il semblerait que les radicaux italiens n'aient été que des troubles-fête momentanés, des adolescents amusés contestant puérilement l'autorité moderniste, il semblerait que Memphis n'as rien légué... J'espère avoir ainsi entamé un argumentaire présentant la culture numérique comme libératrice du tangible.

1 Le skeuomorphisme ou skeuomorphe est un terme formé à partir du grec skeuos et définissant un élément de design dont la forme n'est pas directement liée à la fonction, mais qui reproduit de manière ornementale un élément qui était nécessaire dans l'objet d'origine (Wikipedia).

innovation à outrance

Gaëlle Rolet —

portrait

Née à Paris en 1992, diplômée en Design produit de l'École Boulle (ESAA) en 2012 et en Design objet à l'EnsAD en 2016.

Elle a suivi les cours « Industrial Furniture » à l'Académie d'arts, d'architecture et design de Prague (UMPRUM) et a réalisé de nombreux stages et missions en ameublement et graphisme à Paris. À sa sortie de l'EnsAD, elle est accueillie par Maximum®, agence fondée par des anciens élèves de l'EnsAD, Romée de La Bigne et Basile de Gaule. Maximum® conçoit et fabrique du mobilier exclusivement à partir de chutes de productions industrielles. Dans cette équipe très polyvalente, elle y aiguisé un intérêt profond pour le design global responsable et anime ponctuellement des workshops sur cette thématique dans diverses écoles.

« Innovation », « la belle innovation », nous avons tous – créateurs, ingénieurs, industriels – ce mot à la bouche. Que l'on parle de procédés techniques inédits, d'un nouveau matériau aux caractéristiques extraordinaires, ou d'une découverte révolutionnaire, tous prônent l'innovation, ces merveilleuses avancées technologiques...

Mais qu'en est-il du côté des consommateurs ? Sont-ils finalement si friands de ces inventions qui se veulent à la fois si prometteuses et accélèrent en même l'obsolescence des produits précédents ? Que lui reprochent-ils ? Sont-ils vraiment prêts à la consommer, cette innovation ? Y mettre le prix ? Devenir ses premiers cobayes ? Est-ce de la méfiance ?

Dans cette contribution, j'aborderai les remous de notre nouvelle société de consommation post-industrielle contemporaine en me fondant sur certains propos de Jean Baudrillard, de designers actuels mais aussi, et en majorité, sur une réflexion personnelle sur la question.

Hier...

Le xxe siècle vit naître la révolution industrielle ; les progrès technologiques, du charbon et de la machine à vapeur. Dès le milieu des années 1950, commencent les Trente Glorieuses. La généralisation du taylorisme et du

fordisme seront ici à l'origine d'une forte hausse de la productivité. Ainsi, dotée d'une industrie performante, la France vivra une période de prospérité exceptionnelle, de croissance économique prodigieuse, de plein emploi, de pouvoir d'achat, et verra l'essor de la consommation de masse.

Ces innovations subjuguèrent donc, elles émerveillaient. La femme, qu'elle en ait les moyens ou non, rêvait du dernier robot ménager ; l'homme désirait sa voiture, puissante, moderne, aux lignes effilées. L'explosion du secteur tertiaire se caractérisa par une multiplication des services liés à l'augmentation du niveau de vie : crédit à la consommation, transports, télécommunications, assurances, publicité, tourisme, commerce, etc. Les particuliers l'ont vécue et leur comportement a ainsi changé, leurs habitudes ont été perturbées. Ils se sont tournés vers de nouveaux produits, leurs envies ont alors basculé. Aussi leur engouement et demande grandissante ont-ils huilé la machine et stimulé d'autant plus la production.

Par ailleurs, le regard que porte Jean Baudrillard sur la société de consommation des années 1970 est très négatif. Il utilise des termes durs et péjoratifs. Il la qualifie « d'aliénation radicale », de société à produire du spectacle, de « société spectaculaire » ou encore de nouvelle « morale

de la modernité ». Selon lui, la consommation est un système qui s'est auto-construit et qui continue de s'auto-développer. Le concept de « société de consommation », tout comme celui de « société du spectacle », forgé par Guy Debord en 1967, sont complètement entrés dans les mœurs. En ce sens, la société à elle-même construit « le mythe de la consommation » du fait qu'elle lui a attribué un nom et une valeur réelle. Cela signifie-t-il donc que, d'une certaine manière, la société vit à travers, et seulement à travers, sa consommation ? Une consommation consciente qui tend non pas à s'amoindrir mais à s'épanouir de manière bénéfique cette fois, quant à sa démarche du moins.

En effet, la société est à la fois consciente de ce processus infernal de consommation absolue intégré à notre mode de vie actuel et, en même temps, la dénonce quotidiennement par ses sarcasmes moralisateurs et autres critiques moqueuses, tel dans 99 francs, livre de Frédéric Beigbeder. Il y a discours et contre-discours, morale puritaine et morale hédoniste. Cependant, au xviii^e siècle, Mandeville, dans la Fable des abeilles, soutenait la théorie que « c'est par ses vices et non par ses vertus, qu'une société s'équilibre, que la paix sociale, le progrès et le bonheur des hommes s'obtiennent par l'immoralité instinctive qui leur fait enfreindre continuellement les

règles. »

Une formule métaphysique qui semble faire fonctionner le système de façon presque cyclique aux allures aujourd'hui d'antidote. C'est de cette manière que nous paraissions finalement trouver une issue à cette boucle infernale.

Ces discours paradoxaux illustrent l'ambivalence de notre temps et constituent le moteur permettant de donner l'impulsion continue au bon fonctionnement de la machine à consommer. Une consommation dont le contre-discours, que j'expose ci-dessus, tend aujourd'hui à prendre le pas. Baudrillard termine clôt son *La société de consommation* en déclarant haut et fort sa volonté, non pas de mettre fin à ce processus pervers, mais que celui-ci implose de lui-même, ayant comme source une prise de conscience générale à la manière de la révolte de Mai 68. Activiste, Baudrillard fait sonner ce livre comme un appel à la révolte. « Cette société faussée doit être stoppée » ; je pense qu'elle doit en tout cas être repensée.

Je crois que notre société contemporaine a choisi aujourd'hui d'exploiter ses vices en les détournant de ses fins individualistes et destructrices vers des objectifs communautaires et durables.

... et aujourd'hui

Les constructeurs automobiles vacillent, Moulinex a fait faillite en 2001, Fagor aujourd'hui... On ne cesse d'attribuer cette dégradation du tissu industriel qu'à la seule fameuse crise économique. Pourtant elle n'en n'est pas la seule raison. Les consommateurs n'ont pas seulement vu leur pouvoir d'achat baisser mais également leur enthousiasme et crédulité. Les industriels, commerciaux et créateurs font à présent face à des clients de plus en plus dubitatifs et de moins en moins impressionnables. Ils sont attentifs, méfiants, suréquipés et conscients de cela. Ils achètent seulement ce qui leur est essentiel, comparent et revendent aux besoins. Ils réfléchissent leurs achats - tout simplement. Dans son ouvrage, Jean Baudrillard donne à voir un consommateur aliéné et candide. Ce qui, je pense, n'est plus autant le cas. Selon l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques), et en raison de la crise économique actuelle, les dépenses françaises ont toutes diminué, nourriture incluse, ce qui est très rare, à l'exception de la téléphonie.

Comme je l'exprimais précédemment, l'industrie naissante du xix^e siècle s'est épanouie tout au long du xx^e siècle, notamment durant les années 1970 avec l'arrivée du « tout plastique ». Ainsi, les consommateurs avaient-ils confiance en l'industrie et ses progrès technologiques. Un

sentiment d'enthousiasme et de confiance régnait. Tout était nouveau et tout impressionnait. Malheureusement, aujourd'hui, un climat de doute s'est installé. Je pense sincèrement que nous entrons dans une ère où le consommateur occupe une place plus complexe qu'auparavant. Malheureusement, bien qu'il soit plus « intelligent » selon le vocabulaire marketing, l'individu continuera à assimiler profondément ce système de vie, à présent ancré dans les mœurs, mais d'une façon non plus nécessairement dangereuse ou diabolique comme l'entend Jean Baudrillard, mais réfléchi et attentif. Le nouveau consommateur souhaite un environnement de vie honnête et sain. Ce phénomène, multinational, de lassitude et d'économie générale (financière, énergétique, des déchets qu'ils génèrent) entraîne avec lui la naissance d'un commerce alternatif parallèle. Chaque domaine de produit est remis en jeu, chaque domaine a été repensé. La société s'est fédérée autour d'une pensée aux allures anticapitalistes, qu'elle soit revendiquée ou inconsciente.

À la révolution industrielle du XIX^e siècle s'oppose donc la révolution consommatrice du XX^e. Et l'on constate qu'il en découle également des changements dans les comportements des particuliers, tels que la consommation collaborative. Face à l'innovation technologique, se situe donc aujourd'hui l'innovation sociale. Chacun y allant de

sa définition et de son appellation : innovation de service, innovation organisationnelle, innovation sociétale, innovation d'usage... La consommation collaborative désigne un modèle économique où l'usage prédomine sur la propriété. Cette optimisation de l'usage est une réaction à la sous-utilisation classique supposée d'un bien, d'un service, d'un privilège, qui se concrétise par le partage, l'échange, le troc, la vente ou la location de celui-ci. La consommation collaborative bouscule en ce sens les anciens modèles économiques.

Le CREDOC (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) vient de publier, avec PAIR Conseils, une analyse de cette situation et une mise en perspective des tendances de consommation. Des exemples concrets tels que les achats de biens de seconde main sont les plus flagrants. En effet, la popularité des friperies et vide-greniers a explosé. Les sites web de ventes, reventes, échanges, locations en ligne de biens et de services, tout, absolument tout, est devenu apte au troc. Bien sûr ces alternatives de partage de biens et de services ne sont pas nouvelles, il suffit de penser aux bibliothèques et aux laveries, mais elles sont devenues un véritable phénomène social, caractéristique de notre nouvelle société de consommation et de ses nouvelles mentalités. Ainsi, selon une enquête réalisée par TNS Sofres, 47 % des

sondés offriront des cadeaux d'occasion pour Noël 2013. Si les deux tiers des personnes interrogées y voient le moyen de faire des économies, 35 % avancent le caractère alternatif de ce mode de consommation qui permet de « faire durer les objets ». Aujourd'hui, et contrairement aux siècles passés, l'innovation technologique se heurte pour la première fois aux désirs des particuliers, qui souhaitent plus que tout des objets durables et transmissibles. La consommation collaborative apparaît ici non pas comme une idée fragile, ou une tendance à court-terme, mais bel et bien comme une force économique et culturelle nouvelle et puissante. Par cette pratique, nous contribuons au basculement du système capitaliste linéaire (où tout ce qui est produit est soit jeté soit incinéré) à un système circulaire (ou chaque objet est conçu de manière à être désassemblé par la suite pour récupérer ses pièces et être refabriqué indéfiniment), en contrant l'obsolescence utilitaire de chaque objet. Ce concept a été imaginé et théorisé dès 1987 par Bill Mc Donough et Mickael Braungart sous le nom de Cradle to Cradle (du berceau au berceau) et qui est de plus en plus mis en application par de jeunes designers tels que le projet « Carte Blanche » du VIA 2011, intitulé Trou Noir, de Gaëlle Gabillet et Stéphane Villard.

Je pense donc que la crise économique n'est pas la

seule cause de ce renversement des mentalités, elle en est finalement l'événement déclencheur à partir duquel a émergé la prise de conscience générale. Loin de moi l'idée de tenir ici des propos uniquement bien-pensants, utopistes et moralisateurs. Je souhaite tout simplement mettre en exergue cette absence de dialogue entre innovations sociales et innovations technologiques. Un dialogue que les designers ont, je crois, le devoir de renouer. Et qui, aujourd'hui, parce que la société est en pleine mutation et fait preuve d'une grande complexité, est tout bonnement mis de côté et oublié.

Je pense au radical design d'Alessandro Mendini, au slow design, à la rétro-innovation, au système circulaire imaginé par Ellen MacArthur. Des mouvements naissants prennent part aux nouvelles pratiques de design ; ils engendrent bien des problématiques mais peuvent être un moteur de créativité assez fulgurant en dépit de leur appréhension complexe. En effet, concevoir des objets « vivants » qui savent s'adapter, comme l'on met à jour un logiciel ou un ordinateur, ne sera pas chose aisée mais très intéressante. Ce nouveau fonctionnement entre concepteur et producteur nécessiterait enfin le dialogue entre le social et la technologie. Une innovation globale. Bien qu'une reconsidération de notre société de consommation soit en marche, aujourd'hui encore, peu de designers, à l'exception d'Antoine Fenoglio et Frédéric Lecourt de Sismo Design,

ou Laurent Lebot et Victor Massip de Faltazis, pour ne parler que d'exemples français, se questionnent et agissent réellement en ce sens. Notre monde est devenu, avec notre complicité, intrinsèquement, une société de consommation ; nous ne pouvons plus faire machine arrière. En partant de ce postulat, la consommation collaborative sauvera-t-elle notre société ? Réussira-t-elle à désorienter les fins stériles, presque funestes, de notre société de consommation actuelle, vers des enjeux et un fonctionnement plus féconds ?

Bibliographie

Baudrillard Jean, La société de consommation, Paris, Gallimard, coll. « Folio essais », 1996.

Webographie

www.credoc.fr

www.ipsos.fr › Ipsos Public Affairs › Actualités

www.ted.com/.../rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumpti

hipstérisme

Dimitri Zéphir —

Un tel titre peut paraître rébarbatif mais le hipster, (re-) nouveau personnage de la scène culturelle, est associé à une possible transformation de la pratique du designer. Cette réflexion n'a aucunement la prétention d'établir un nouveau mode de penser et de créer qui viendrait annuler d'autres modes tout aussi concrets et tangibles, ayant déjà fait leurs preuves dans le monde réel. C'est un prétexte de base qui permet d'émettre un certain nombre d'hypothèses sur la manière dont pourront être conçus et perçus les artefacts qui nous environnent.

En parlant de culture, du mouvement hipster, d'habitudes de vie, je cherche simplement à souligner une chose qui me semble primordiale dans la construction du projet de design. C'est l'importance du regard : le designer doit être un observateur, il doit s'efforcer d'observer ce qui se passe autour de nous afin que les réponses que l'on apporte soient justes, tangibles, adaptées et efficaces. S'intéresser au « comment » des choses, plutôt qu'au « quoi » qui, à mon sens, retombe toujours dans les méandres de l'exercice de style, pure et inutile si les paramètres essentielles ne sont pas remplies. Et, comme Ettore Sottsass l'a toujours défendu, « le design est une façon de discuter de la vie, de la société, de la politique, de l'érotisme, de la nourriture et même du design ». En ces termes, il faut comprendre que le design fait partie de la vie, tout simplement. C'est quelque chose que l'on vit, que l'on expérimente tous les

jours. Et parce qu'il est étroitement lié à la vie, son point de départ est aussi la vie.

J'ai volontairement choisi de construire ma pensée à partir de l'analyse du hipster mais mon point de départ aurait pu être tout autre : l'analyse d'un enfant autiste, de la confection d'une perle fabriquée par une huître, de l'absence/la mort d'un proche... Ce sont simplement des actions, des gestes, des pratiques qui sont à un moment donné observés, analysés, disséqués, et mis en étroite relation avec la pratique du designer afin d'en faire émerger une problématique et des hypothèses de réponses fortes, pertinentes.

Le hipster engage un nouveau rapport à l'objet

Le hipster fait déjà partie de la scène culturelle depuis les années 1940, lorsqu'on l'appelait le hepcat dans les années 1940. C'était le white negro, un blanc amateur de jazz, la musique noire populaire par excellence, en quête d'émotions et d'une musique dansante et envoûtante. Dépassez la culture mainstream - et la musique swing de l'époque -, pour valoriser une approche plurielle de la culture, telle était l'image qu'il véhiculait. Ce mécanisme de pensée, opérant une fusion des contraires culturelles, est un point fort et essentiel dans l'évolution du jazz et,

dans une autre mesure, dans les manières de vivre dans un pays comme l'Amérique, si stéréotypées et scindées. Avec, notamment, des personnalités comme Artie Shaw, clarinettiste décrit comme le premier blanc hip donc hipster à la fin des années 1930.

Dans les années 2000, le hipster refait surface. C'est celui que j'ai appelé le hipster 2.0, puisque les problématiques qu'il fait émerger sont tout autres, même si on peut lui trouver quelques ressemblances avec le hepcat originel - des goûts musicaux peu conventionnels, un style particulier. C'est une version modernisée, si je puis dire, à l'image des innovations mutations socio-culturelles et techno-numériques du monde contemporain. Ce qui m'intéresse est la relation qu'il entretient avec la consommation, les objets, leurs usages. Deux notions sont, à mon sens, représentatives du culte de l'objet par le hipster et font émerger un nouveau système/relation où l'objet est avant tout un signe de différenciation. De ce fait il s'émancipe de tous schémas de production sérielle mis en place par l'industrie que l'on connaît aujourd'hui.

Une hyper-personnalisation

Ce phénomène d'hyper-personnalisation des objets qu'il défend révèle une hyper-domestication, où l'objet, dépassé par sa fonction, est réadapté selon des besoins

ou des usages spécifiques et est dorénavant perçu comme signe distinctif à valeur symbolique. Cette démarche propre au hipster n'est pas isolée mais, au contraire, se globalise. Aujourd'hui, nombreux sont les consommateurs à détourner les règles préétablies des objets. En outre, ce phénomène met en évidence un besoin d'appropriation et de personnalisation des objets de la part des consommateurs. Cette singularité revendiquée et affirmée suppose une forme de progrès, ou en tout cas une mutation très claire dans le rapport que l'on (le hipster + les autres) entretient avec les objets et les accessoires qui peuplent notre univers physique. Se pose alors la question de la pertinence du modèle de production industriel, dont les règles esthétiques et fonctionnelles sont tout autres.

Une consommation alternative

Une consommation alternative a aussi émergé durant ces dernières années. La dernière crise économique a très certainement dû densifier ce phénomène qui consiste tout simplement à réaliser la plus grande économie possible à l'achat. Le modèle discount est de plus en plus apprécié. Ces magasins, devenus les nouveaux temples de la consommation, se fondent sur le principe de l'obsolescence déprogrammée. « Rien ne se perd, rien

ne se crée, tout se transforme » comme le soulignait très justement la maxime de Lavoisier. La fin de vie d'un objet, lorsqu'il n'est plus à la mode ou quand la trace du temps et de l'usage est visible, suppose une autre vie. La matière/objet déchet se veut alors une matière/objet première dont les possibles sont vastes.

Beaucoup moins chère et beaucoup plus malléable, le produit discount semble devenir un modèle pertinent pour notre époque. Des pratiques de consommations alternatives émergent et rivalisent avec le schéma industriel classique. Si ce dernier a sans doute été, et est encore, le meilleur moyen de produire et de distribuer des services et des objets, certains systèmes et fonctionnements s'épuisent, déroutés par ce nouveau style de consommation et de relation à l'objet. L'alternatif, qu'on pourrait élire mot de l'année dans la catégorie design, gagne du terrain car étant plus ancré dans nos réalités. Il me semble qu'aujourd'hui le produit neuf et reproductible est un modèle devenu obsolète. Les valeurs associées aux objets se sont déplacées et ont fait chavirer les tendances du beau (design), du (design) juste, du bon (design) et du (design) merveilleusement innovant. L'industrie 2.0 est née, valorisant alors une approche plus extensible et malléable du schéma de conception et de production, mais aussi des systèmes de diffusion/ distribution.

Une possible transformation de la pratique du designer

En analysant toutes ces pratiques alternatives et ces phénomènes de consommation, je réfléchis à une possible transformation de la pratique du designer. Il apparaît de plus en plus évident que le designer n'est pas un simple créateur de forme : l'hyper-personnalisation de l'objet aujourd'hui le démontre très clairement. Chaque consommateur est capable de dessiner, d'ajuster l'esthétique de son objet. L'émergence de ces nouveaux profils d'utilisateur et la diffusion des techniques en open source (DIY) souligne la capacité de chacun d'être un créatif, au même titre que le designer. Et parce qu'ils sont d'autant plus ancrés dans les évolutions de style de vie, et qu'ils ne sortent pas de la buse d'extrusion que j'ai appelé « je suis designer », leur intervention, au côté du designer, dans le schéma de conception, me semble tout à fait légitime. Ainsi, la mode de l'objet « dernier cri » qui était devenu un fétiche absolu au début de l'ère industrielle- on se souvient de l'aspirateur, vu et vécu comme un dieu du nettoyage -, ne répond plus aux normes actuelles.

Le produit industriel fini et prêt à l'usage n'est plus un référent car le schéma « un objet = une fonction » laisse place à un schéma plus malléable : « un objet = de possibles fonctionnalités ». Dans le cas de l'électroménager et de

l'électronique, la miniaturisation des technologies et l'intelligence des matériaux permettent de repenser la manière dont on fabrique l'objet. Un élément électrique peut alors servir à chauffer, à griller, à recharger... Et cela selon les désirs et les besoins des usagers, comme l'exprime le projet de diplôme Nautille de Guillian Graves¹, ou encore les Objets noirs de Gaëlle Gabillet et Stéphane Villard ². Ces nouveaux modes de faire et de penser engage alors une autre façon de concevoir l'objet/le produit. D'ailleurs il ne s'agirait plus de produit mais plutôt de semi-produits, à composer, à finir, tel le PhoneBlock de Dave Hakkens ³. On connaît la difficulté qui existe pour un jeune designer d'intégrer une entreprise et d'être en contact direct avec les entreprises. Ainsi, avec la démocratisation des nombreux outils de conception et de production, le designer peut devenir un fabricant. L'accès direct à l'outil permet d'évaluer in fine le produit, mais aussi d'avoir une approche plus ouverte, moins chorégraphiée par le poids industriel, où le risque et l'échec sont moins graves et permettent de questionner l'acte de création.

Les nouveaux lieux de consommation physiques et virtuels obligent aussi à un nouveau positionnement de l'industrie. En réadaptant et en ajustant le mode de diffusion et de vente du produit, il est possible de fidéliser une clientèle. L'internet est devenu un véritable réseau de

vente car il supprime le déplacement de l'utilisateur jusqu'au magasin. Mais les lieux comme les friperies proposent une stratégie tout aussi intéressante pour l'utilisateur car les produits y sont souvent uniques et à moindre coût. En fusionnant ces deux stratégies de vente, il est possible d'étendre la clientèle. L'industrie 2.0 serait alors à la fois un mode de production et un nouveau modèle d'industrie et d'entreprise.

Le consommateur devient un acteur à part entière dans le schéma de conception, au même titre que le designer. Ce dernier reste néanmoins un maillon essentiel à la chaîne. Son approche technique et sa dextérité dans l'utilisation de l'outil numérique (3D + machines numériques) permet d'ajuster la pensée du consommateur. Il est alors concepteur et semi-producteur de l'objet. Mais aussi à la base de sa diffusion (cf. Autoprogettazione d'Enzo Mari). L'entreprise est pensée comme une vraie plateforme collaborative, un véritable espace d'échanges afin que les objets créés soient pertinents et à l'image de leur temps. Ces derniers sont conçus en pièces détachées pour que chacun, en les assemblant, fabrique l'objet qu'il désire, en fonction de ses besoins, de ses envies, de son style, etc. En repensant l'objet non plus comme une unité fixe mais comme une association de formes et de fonctions, l'industrie 2.0 se positionne en marge des systèmes

existants. Elle fait émerger un autre modèle d'entreprise où l'obsolescence de l'objet est déprogrammée. En effet, les composantes étant séparables, elles sont donc réparables et remplaçables.

L'industrie 2.0 pourrait aussi être une industrie de la réparation. Il ne s'agit plus de se questionner sur le « quoi » que l'on produit mais plutôt sur le « comment », comme Jasper Morrison le proposait, en parlant des objets domestiques. Ainsi, la pratique du design n'est plus tournée vers la création d'un bel objet, mais s'envisage comme un véritable projet. Un projet où la méthodologie et le système mis en place sont primordiaux, et pensés en regard d'un contexte bien défini. Par la mise en tension de ces deux points, on assure la pérennité et la légitimité du produit conçu.

Le produit éclaté, par lequel j'entends un produit conçu en pièces détachées, me semble une réponse pertinente car elle cristallise l'ensemble des paramètres d'un bon design : associé à un style de vie pour un usage spécifique, pour une approche écologique et éthique, pour une esthétique moderne, pour construire une industrie durable, pour générer une économie. Et même si ce schéma pourrait paraître aujourd'hui bancal ou assez utopique, je crois que la mission d'un projet de design est aussi de labourer de nouvelles terres, de s'approcher de la falaise (au

risque même de tomber mais, au fond, l'échec est une bonne méthode pour créer. Comme le soulignait Philippe Lourget : « C'est en se portant à la limite des choses connues que l'invention est possible. Elle se nourrit du risque propre à la limite. »

Notes

1 Gaëlle Gabillet et Stéphane Villard sont deux designers diplômés de l'ENSCI – Les Ateliers (Ecole nationale supérieure de création industrielle), promotions 2001 et 2000. En 2011, ils remportent la Carte Blanche VIA avec leur programme (Objet) Trou noir, questionnaire sur la matière déchet. Il en ressortira trois axes de recherches : objets élémentaires, pièces détachables et matière dernière, en réponse à un contexte de surproduction d'objets (voir leur site : <http://ggsv.fr/>).

2 Guillian Graves est un jeune designer lui aussi diplômé de l'ENSCI, promotion 2012. Son projet de fin d'études Biomimesis témoigne d'une recherche qui « vise à établir de nouvelles approches et stratégies de conception mêlant l'inspiration des systèmes biologiques (...) aux impératifs de conception industriels, dans la perspective de concevoir des objets durables, sans aucune concession de performance fonctionnelle. » ...Une partie de son projet porte à donner naissance au service Nautil : « Ce service est l'idée que certaines problématiques environnementales inhérentes à la bouilloire

peuvent être solutionnées en éclatant cet objet en un service de chauffe.
» Tasses, bols, carafes peuvent donc adapter leur fonction première pour devenir des contenants de chauffe ou autre besoin spécifique. Un plateau permet la chauffe par induction ou combustion des différents éléments (voir son site : <http://www.guilliangraves.com/nautilie2.html>).

3 Durant la Dutch Design Week de septembre 2013, David Hakkens, un jeune designer diplômé de la Design Academy Eindhoven, présenta son concept de téléphone dont les composants sont modulables et interchangeables. Chaque utilisateur peut alors fabriquer son téléphone selon ses besoins et changer une pièce défectueuse, ou abîmée, sans avoir recours à l'achat d'un autre téléphone (voir le site dédié au projet : <https://phone-bloks.com/>).

À propos du projet Autoprogettazione du designer italien Enzo Mari, voir : <http://vimeo.com/39684024>, a documentary film about Enzo Mari's thought-provoking project. Artek production 2010
<http://www.ladepeche.fr/article/2012/04/03/1321378-c-est-quoi-un-hipster.html>

Bénédicte Lutaud, C'est quoi, un hipster ? ladepeche.com, avril 2012.

Ettore Sottsass, Centre Georges Pompidou, Paris, 1984.

<http://strabic.fr/L-usager-cet-autre-concepteur.html>

Ingi Brown, L'utilisateur, cet autre concepteur, stabic.fr, juillet 2011.

DESIGN OBJET

2015

ESSAIS D'ESSAIS

École
nationale
supérieure
des Arts
Décoratifs



légendes des images choisies

2

l'open source, alternative vers plus de liberté ou révolution ultralibérale ?
Auguste Hazemann

0

l'amour par un vieux de 25 ans
Florent Lenormand

1

hacker v.s maker ?
Sophia Taillet

5

vers un design de la médiation
Nicolas Verschaeve

l'open source, alternative vers plus de liberté ou révolution ultralibérale ?

Auguste Hazemann —

portraits

Né en 1988, diplômé en 2017.

Auguste Hazemann a grandi dans un environnement culturel où « la critique anticapitaliste et la question des relations entre art et politique étaient quotidiennes ». Il s'est d'abord tourné vers une pratique cinématographique, a obtenu une licence à l'Université Paris 1, avant de rejoindre l'EnsAD. Aujourd'hui, à la croisée des chemins entre art et design, ses créations questionnent des nouvelles typologies d'interaction homme/objets et leurs modes de production qui se veulent plus respectueux de l'environnement et des gens qui les fabriquent.

Aujourd'hui, l'open source prend une place de plus en plus importante comme modèle d'organisation de travail et, à terme, de création d'entreprise. Tirant son origine dans le développement de produits d'exploitation informatique, systèmes d'exploitation (Linux), logiciels, services en ligne, il se caractérise par l'ouverture au public du « code source » dudit produit. Il devient consultable et modifiable par chacun, et crée une communauté internationale motivée par un objectif commun et reliée seulement par Internet. Ce modèle s'oppose donc au système traditionnel architecturé autour d'une entreprise close, repliée sur elle-même et qui ne délivrerait que des produits finis dont elle serait la seule détentrice, au profit d'un système de partage de compétences où le produit serait délivré à tous les stades de développement et s'améliorerait en fonction de son usage. Il serait parfaitement envisageable que ce modèle, pour l'instant alternatif, dépasse le modèle traditionnel. C'est alors que doit se poser la question : quelle idéologie structure l'open source ? Derrière cette notion de partage, d'accès à la compréhension du produit, de responsabilisation, et surtout à une opposition de structure libérale ????, quelle définition de liberté peut-on en extraire ?

La rédaction de ce texte fait suite à la visite de l'exposition « WAVE » (10 septembre - 5 octobre 2014), produite par

BNP Paribas (www.wave-innovation.com), présentant diverses innovations qui seront peut-être le modèle de demain. Parmi les innovations présentées, le projet Protei de César Harada vient justement illustrer les bienfaits de cette forme innovante qu'est l'open source, sous la parole bienveillante de notre guide-hôtesse. Cela nous met la puce à l'oreille. Même s'il s'agit de « La banque d'un monde qui change » (son slogan), BNP Paribas reste une banque, une société d'essence capitaliste tant dans ses objectifs que dans son idéologie. Nous avons donc vu « WAVE, le monde selon BNP Paribas ». Ce qui nous donne déjà une piste pour la question posée précédemment. Si une banque fait l'apologie de l'open source, c'est que non seulement il n'y a pas d'incompatibilité entre eux, mais il y a même complémentarité, l'une se retrouvant dans l'autre.

Dans un premier temps, j'exposerai le projet Protei, afin d'en comprendre ses ambitions, puis j'exposerai le système de fonctionnement de l'open source, comment il se structure et quels en sont les avantages. Après cet exemple appliqué de l'open source, je m'intéresserai à l'histoire et aux acteurs qui l'ont fondé, pour enfin en tirer une vision globale et une compréhension critique.

Le projet Protei naît en 2010 lors de la marée noire qui souille les eaux de la Louisiane. Marqué par ce sinistre, César Harada, alors étudiant chercheur au MIT

(Massachusetts Institute of Technology), constate que les dispositifs de récupération des déchets sont peu rentables dans la relation énergie dépensée/déchets récupérés malgré la flotte importante qui est mobilisée – seul 3 % de pétrole est récupéré – et que l'impact sur les hommes mobilisés est accablant. Il entame donc l'élaboration d'un drone marin (sans pilote), autoalimenté en énergie, capable de drainer de grandes quantités de déchets. L'élaboration commence au sein du MIT, qu'il finit par quitter. Car le brevet est trop contraignant dans la recherche et les résultats ne finiront pas forcément au service du plus grand nombre. Protei se redirige ainsi vers une forme plus souple, l'open source, et prend une dimension internationale.

Au-delà de son intérêt écologique, Protei redéfinit la notion de recherche et de développement traditionnel. La propriété intellectuelle (le brevet) n'est plus une exclusivité appartenant à une personne ou à une institution qui est la seule à pouvoir l'exploiter. À l'inverse, elle est largement et gratuitement diffusée sur Internet. Ainsi, tout le monde peut y accéder, récupérer les informations, reproduire, modifier, améliorer, etc., à la seule condition de diffuser à son tour son travail.

Cette forme de propriété redéfinit trois points importants : accessibilité, recherche et hiérarchie/objectifs.

D'abord, l'accessibilité. Si tout le monde y a accès,

alors elle n'est plus réservée à un public. La tournure semble se mordre la queue, mais les enjeux sont réels. L'exemple d'Arduino rendra cela plus évident. Alors que la maîtrise de la programmation et de l'électronique nécessitait d'avoir des connaissances d'ingénieur, cette carte de prototypage électronique la rend accessible à tout le monde, à condition d'avoir une connexion Internet. Coûtant 20 euros ou réalisable soi-même – les circuits et les plans sont bien entendu eux-mêmes accessibles –, l'électronique jusque-là réservée à certains devient un outil populaire. C'est ainsi que domotique, robotique et objets connectés deviennent une science accessible à tous. Ce n'est donc plus seulement un objet au fonctionnement obscur et à usage unique que l'on achète, c'est aussi le « fonctionnement » que l'on acquiert pour en faire ce dont on a besoin. Et Arduino est justement au cœur du projet Protei.

Par capillarité, l'open source redéfinit le mode de recherche sous forme de réseau de communautés. L'accessibilité étant open source, chacun est capable d'apporter sa pierre à l'édifice. Tout le monde peut utiliser les connaissances des autres et partir de ce qui existe déjà, permettant des projets plus ambitieux et une réalisation plus rapide, pour les rendre à leur tour accessibles. Ainsi se créent des réseaux de communautés de partage capables de rebondir,

d'améliorer et d'innover très rapidement. Amateurs, professionnels, passionnés, geeks, ingénieurs, artistes, designers ou bricoleurs, tous travaillent, développent, améliorent et innovent de concert en apportant ses compétences, solutions et spécificités. Ce qui est très visible au sein de Protei, puisque c'est une communauté internationale qui y travaille, regroupant des marins-pêcheurs, des ingénieurs électroniques et nautiques, des étudiants... Une telle mobilisation n'aurait évidemment pas été possible au sein d'un seul et unique laboratoire financé par une institution.

Ce qui nous amène au troisième point, celui de la hiérarchie. Traditionnellement, au sein d'une entreprise, la hiérarchie ressemblerait grossièrement à ceci : l'inventeur a une idée, qui dépend de l'ingénieur qui la met au point, ingénieur qui dépend à son tour du financeur (l'entreprise) qui recherche et donne les fonds ou non au développement en fonction d'un public potentiel, donc d'un profit potentiel. Nous avons donc affaire à une hiérarchie verticale avec, tout au bout, un objectif qui validera ou non la concrétisation du projet : le profit. Chaque strate devant se référer à la suivante, le processus est lent et, surtout, même si les intentions sont louables (dépolluer les océans, comme c'est le cas avec Protei), le projet s'arrêtera au stade de l'idée si le profit n'y est pas.

Or, avec l'open source, la hiérarchie devient horizontale. Ceux qui ont les idées, ceux qui ont les connaissances, ceux qui financent et ceux qui reçoivent sont tous au même niveau. Le profit n'est donc plus la motivation à terme. Alors que, dans sa nature, le profit est une ambition personnelle – moins on est nombreux, plus je fais de profit –, à l'inverse d'autres ambitions sont par nature collectives : il n'y a pas conflit d'intérêts à ce qu'on soit plusieurs à vouloir nettoyer les océans. Se concrétisent ainsi des projets qui n'auraient pas pu voir le jour dans une structure traditionnelle libérale, à une vitesse très importante due à l'absence de barrières entre les secteurs et où chacun avance à la même allure et avec les mêmes motivations.

Voici les aspects innovants que représente Protei, au-delà de l'idée, déjà novatrice, de développer un drone de récupération de déchets. La simple motivation écologique a permis l'élaboration d'un robot autonome en énergie utilisant les forces maritimes (vent, courant et soleil), innovant dans un secteur plus large, celui des bateaux – car Protei est le premier bateau à avoir une coque entièrement articulée, ce qui le rend ultra-maniable, et une voilure unique. Enfin, les innovations de Protei profitent à d'autres secteurs, comme le jouet Ar, la robotique, ou encore les bateaux de plaisance.

C'est en tout cas comme cela que BNP Paribas nous présente Protei et, à travers lui, l'open source. Un lieu de rencontre où les gens travaillent ensemble, volontairement et gratuitement. Si l'on cherche Protei sur le Net, on trouve quantité de produits commerciaux, du bateau en kit (770 dollars) ou déjà assemblé (limited edition à 1 280 dollars) et sa boîte de transport (240 dollars), jusqu'au tee-shirt (30 dollars) ou au support de tablette numérique avec le logo (45 dollars). Car oui, Protei s'est scindé, en créant une start-up à but lucratif, qui en échange finance à son tour les recherches de Protei. Rétribue-t-elle l'ensemble de la communauté qui a contribué à Protei ? Non.

Entamons maintenant la seconde partie présentant l'open source, son histoire, ses acteurs et l'idéologie qu'il sous-tend. Tout d'abord, pourquoi employer dans l'exposition de BNP Paribas le terme « open source » plutôt que « free software », terme qui n'apparaît jamais alors qu'il s'agit pourtant du parent de l'open source ? Le terme free (« libre ») semble approprié.

Créée durant la première partie des années 1980 par Richard Stallman, la culture free, ou « culture libre », prône un fonctionnement similaire : c'est par le partage spontané que se développent des projets et, surtout, une notion appliquée de la liberté. En 1986, la Free Software Foundation (FSF) propose une première ébauche de

définition du logiciel libre : « Premièrement, la liberté de copier un programme et de le redistribuer à vos voisins, qu'ils puissent ainsi l'utiliser aussi bien que vous.

Deuxièmement, la liberté de modifier un programme, que vous puissiez le contrôler plutôt qu'il vous contrôle ; pour cela, le code doit vous être accessible. » Mais, alors que la culture libre part d'un concept de liberté sociale et philosophique, un autre courant la discute et insiste davantage sur l'aspect technique et pratique du développement. Cet autre courant a un autre problème : la polysémie de « free », qui peut aussi vouloir dire « gratuit ». Et cela pose problème.

En 1997, Éric Raymond publie *La cathédrale et le bazar*, où il renomme « free software » en « open source », remplaçant « libre » par « ouvert ». Fini, l'idée de gratuité ! Dans cet essai, Raymond examine deux modèles : d'une part, le modèle traditionnel que nous avons vu précédemment, clos, avec une hiérarchie rigide, qu'il compare à la cathédrale ; d'autre part, le bazar, c'est-à-dire une foire à tout. C'est l'open source, où chacun apporte ce qu'il a et prend ce qu'il veut. Ce système de marché a la vertu d'être hyper flexible, exactement comme on l'a vu avec Protei. Si un problème se pose quelque part, la solution est trouvée très vite ailleurs, puisqu'il n'y a pas d'enfermement dans un vase clos, contrairement à la cathédrale. À ce stade de la démonstration, l'exemple

de Protei illustre très bien ce bazar et rien ne semble l'opposer à la culture free. Mais il faut aussi tenir compte du fait que, dans l'image de la cathédrale et du bazar, il y a l'aspect « temple », lieu de culte représentant l'ancien, l'établi, l'inerte, et le côté « marchands du temple », représentant ce qui est actif, ce qui se renouvelle, ce qui vit à travers le marché. Pour Éric Raymond, l'open source est avant tout un marché. De plus, à l'opposé du temple (cathédrale), il n'y a pas de règles, pas de loi.

Pour bien comprendre cette déréglementation du marché que représente l'open source, il est intéressant de présenter Éric Raymond qui est ce que l'on appelle un « libertarien », de l'anglais libertarian, lui-même issu du français « libertain », courant anarchiste dont il se revendique, qui s'oppose au libéralisme dans sa définition nord-américaine, c'est-à-dire la « gauche » américaine, favorable à un libéralisme contrôlé par l'intervention de l'État. Les libertariens, eux, ne souhaitent pas réduire l'État à ses strictes fonctions régaliennes (justice, police, armée) – comme chez les ultralibéraux à la Friedman et l'école de Chicago –, mais veulent sa simple disparition. Ils se fondent sur le principe d'un système de coopération libre et volontaire entre les individus, opposé au système de coercition d'État. La philosophie libertarienne prône la liberté individuelle en tant que droit naturel, qui est une

valeur fondamentale des rapports sociaux motivés par les échanges économiques. En d'autres termes, on retrouve ici le principe de la « main invisible » d'Adam Smith, selon lequel les actions guidées par les intérêts personnels de chacun contribuent à la richesse et au bien-être de tous. Donc, selon les libertariens, plus besoin de police ni d'armée, puisque l'homme, voyant l'intérêt personnel qu'il a à coopérer, entrera lui-même dans un principe de non-agression. Ce qui n'empêche pas Raymond d'être un fervent défenseur du droit à posséder et à détenir des armes.

La philosophie libertarienne se déleste des notions telles que l'éthique, l'idéologie ou la morale : la question de savoir s'il est moralement bon ou mauvais de coopérer, de vendre, d'échanger ou d'ouvrir un logiciel ne se pose pas. D'abord à titre individuel, la moralité ou l'éthique sont mises de côté. Ce qui compte, ce sont les profits strictement personnels. Profits économiques, d'abord : on s'enrichit consciemment et on participe au plus grand nombre inconsciemment. Profits égocentriques ensuite, de satisfaction personnelle et de réputation, ce qui génère des comportements vertueux et serviables simplement en reliant les volontés égoïstes, soucieuses de la réputation, formant ainsi un nouveau marché, celui de l'Egoboo.

Ensuite, la morale et l'éthique sont à supprimer à titre social. Elles sont contraignantes et manquent

d'efficacité. Le modèle des communautés open source induit une « course aux armements évolutive », ce qui est « fondamentalement plus efficace ». Dès qu'il s'agit de savoir pourquoi cette efficacité, et vers quoi, cela devient plus flou et nous ramène à une sélection des plus forts, au darwinisme social.

Voilà donc ce qu'est l'open source. Derrière l'idée de liberté et de coopération, c'est une vaste et totale déréglementation qui est prônée, ou le marché libre serait garant du meilleur des mondes. Pourtant, on ne le voit pas dans Protei, peut-être parce que César Harada est honnête dans sa démarche, si ce n'est qu'il a finalement succombé à la création d'une start-up générant du profit et où l'absence de règles lui permet de ne pas se soucier de la rétribution de l'ensemble des participants au projet. En effet, les entreprises à but strictement lucratif s'y retrouvent très bien : l'open source n'interdisant pas les profits, elles n'ont pas de souci avec les brevets. D'un côté, elles ne paient pas une technologie qu'elles produisent, ni son développement ; de l'autre, elles ne déboursent rien pour protéger la leur, ce qui peut se révéler très onéreux. Il suffit de voir le nombre toujours croissant d'entreprises qui vendent des cartes identiques à celle d'Arduino, apportant tantôt une amélioration technique, tantôt un package différent. Je ne citerai que SparkFun, Educaduino ou Googleduino, Arduino générant lui-même

des bénéfices très importants.

Au-delà des profits générés par des produits issus d'un développement open source, il y a toute une culture de la déréglementation et de la perte de contrôle. Prenons l'exemple des Fab Labs. De nombreuses entreprises ont créé leurs propres Fab Labs. Pour encourager leurs employés à se diversifier, à s'épanouir et à coopérer ? Non, simplement parce que c'est efficace : les employés y vont sur leur temps libre, donc non payés, ils coopèrent, et ce qui en sort est réinjecté dans l'entreprise.

La culture de l'open source est liée au « déni plausible » induit par l'absence de règles, c'est-à-dire qu'il devient un argument pour passer outre des comportements immoraux, allant jusqu'à l'escroquerie. Par exemple, ce qui peut paraître libre l'est pour le logiciel, mais pas pour l'utilisateur. TIVo, pionnier des magnétoscopes numériques, fonde son système sur GNU/Linux et autorise l'accès à son code source. Mais TIVo utilise le chiffrage pour verrouiller son système afin qu'il ne s'exécute que sur des systèmes approuvés. Les utilisateurs peuvent donc modifier et améliorer leur système, mais, pour l'utiliser, il faut repasser par TIVo. Ainsi, le logiciel est-il libre mais pas l'utilisateur, qui peut voir son TIVo être modifié sans qu'il en ait fait le choix.

Autre exemple d'une petite entreprise peu connue, si

ce n'est pour sa haute responsabilité morale notamment en termes de liberté, je veux parler de Google. Google, comme Facebook, est issu du logiciel libre, une partie de son code est « open ». Chaque utilisateur peut avoir accès au code mais ne peut pas l'exécuter lui-même. Il est donc dépendant de la firme, alors que le logiciel en tant que service (SaaS) est compatible avec le principe de logiciel libre. Pourtant, l'utilisateur ne peut pas changer le code ou l'utiliser comme il le souhaite ; il en est donc aussi dépendant que si le code était fermé. La grande réussite de Google, qui a bien saisi les intérêts de l'idéologie libertarienne, est de proposer des logiciels « gratuits » et en partie « open ». En partie seulement, puisque l'autre partie ne l'est pas. Par ce procédé (même méthode que pour TIVo), l'utilisateur ne peut pas désactiver des fonctions du logiciel comme celle de la récupération des données personnelles. Et si cela ne plaît pas que nos informations soient « partagées », l'argument de Google n'est autre que : « Oui, mais c'est open. »

Dernier exemple illustrant qu'il s'agit bien d'une culture puisqu'il s'étend au Fab Labs l'Usine IO. Suite à l'appel à projet Fab Labs, en juin 2013, lancé par Arnaud Montebourg et Fleur Pellerin, 154 dossiers ont été envoyés. Quatorze ont été sélectionnés. Étrangement, ne figure pas dans cette sélection l'Electrolab, basé à Nanterre, qui est pourtant en passe de devenir le plus gros

Fab Lab d'Europe, entièrement sur le mode associatif et gratuit. En revanche, l'Usine IO figure parmi les sélectionnés. Avant cet appel à projet, l'Usine IO n'existait pas. Deux mois après sa création en tant que Fab Lab, elle est devenue une entreprise qui aiderait les futures start-up à prototyper leur projet. Elle a ouvert ses portes en octobre 2014 seulement, moyennant finance. Et quand on pose la question de ce qu'est devenu le principe de Fab Lab, la réponse est toujours de ce type : « C'était avant. Aujourd'hui nous sommes une entreprise. »

On comprend donc mieux pourquoi l'exposition « WAVE » présente l'open source comme une innovation de demain avec l'exemple de Protei et fait l'impasse sur le free. C'est que le free ne fait pas partie du « monde de demain » selon BNP Paribas. L'open source lui garantit une belle place en tant que banque ; il s'agit bien là du « monde selon BNP Paribas ». Et l'on comprend mieux les autres choix exposés, tous envisageables dans un futur plus libéral. On comprend mieux que le retour à un système féodal de métayage des terres de Los Grobo soit perçu comme une innovation géniale améliorant la vie paysanne. La terre est un capital. On voit mieux où l'exposition veut en venir avec le rachat par Danone du lait produit par les Peuls au Sénégal, affirmant que 90 % de la consommation provenait auparavant d'Europe

(Danone). Oserait-on dire que les Peuls jetaient 90 % de leur production depuis soixante ans ? Dans quel modèle d'économie étaient-ils intégrés avant d'être dans celui de Danone ?

Surtout, il aurait été intéressant, et réellement informatif, d'aller plus loin qu'une carte simpliste digne de Pangloss. Présenter l'open source comme une innovation sous son profil le plus avantageux relève de la désinformation. L'open source est issu de l'idéologie droitière la plus extrême des États-Unis. Cette information peut totalement retourner notre jugement. Le mien en premier lieu. Alors que je me faisais un fervent défenseur de l'open source, je n'avais pas vu ce petit écart entre free et open, ce petit écart suffisant pour trébucher et se faire mal. On voit l'open source partout, et la raison est simple : le libéralisme nous l'impose. Or le free n'a pas cet enjeu ni ce pouvoir. Je parlais « open source » en ne voyant que l'aspect « free ». Le libertarien n'a rien de libertaire. Les idéaux libertaires sont nobles, rigoureux et humanistes. Malgré toutes les calomnies que cet idéal a subies et la réécriture de son histoire, il demeure à mon sens la plus belle et la plus moderne notion que l'on puisse se faire de l'homme. Il n'y a de loi que celles de la nature, la faim, le froid, la mort, la gravité, la fatigue, etc., et ce n'est que par la compréhension de ces lois que l'homme peut sortir de sa condition animale. Il se doit d'être scientifique, théoricien,

juriste. C'est par la science et sa compréhension qu'il se libère de la pensée magique et de l'idée qu'il y a une volonté au-dessus de lui, qui le dépasse. Il se libère donc de Dieu, de l'État et du droit. L'anarchisme n'est pas l'hédonisme. L'anarchie signifie « l'ordre sans le pouvoir », ce qui exclut unilatéralement la déréglementation et la pensée libertarienne. Comme je l'ai dit, l'anarchie est rigoureuse. Élisée Reclus écrit que l'anarchie est « la plus haute expression de l'ordre ».

Le libertarianisme est un opportunisme honteux, que peuvent se permettre ceux qui se savent déjà gagnants dans un système sélectif, dont les règles sont définies par eux-mêmes. Il relève de l'ésotérisme, à l'image de son parent libéral, dont les bases elles-mêmes sont faussées ; la « main invisible » n'a rien de scientifique, elle n'est qu'un postulat arrangé afin de faire valider une idéologie et, alors même que son auteur, Adam Smith, l'a reniée, elle continue d'être une référence, présentée comme une loi naturelle par les économistes libéraux. L'idéologie libérale est imprégnée de pensée magique, d'évidences non expliquées sciemment. Elle est profondément malhonnête. Le darwinisme social en est un exemple. La pensée libertaire sait, par une réflexion critique et analytique, que si l'homme est un être social c'est parce que l'empathie et l'entraide font partie de son système de survie. Il paraît évident que, seul, il ne peut pas se

défendre face à la nature, ne peut pas construire sa maison, exploiter un champ, chasser et, par-dessus tout, avoir du temps libre. Si l'homme est sensible à la mort de l'autre, c'est parce que cela fait partie de son système de survie : l'autre est garant de sa survie comme lui-même l'est de l'autre. La compétition n'est donc pas un système viable pour l'avancement de l'humanité.

L'homme n'a pas besoin de motivation de profit pour avancer, évoluer, créer. Pourquoi n'avons-nous pas vu, dans l'exposition « WAVE », les communautés qui vivent non pas avec une monnaie alternative mais simplement avec le minimum de monnaie (juste de quoi payer l'électricité) et qui pourtant produisent des richesses ?

Des exemples, il y en a beaucoup. Pourquoi n'avons-nous pas vu la radio libre FPP (seule radio qui a relayé l'information vers les prisons de France), qui ne génère aucun profit, simplement motivée par l'information et le partage culturel ? Où sont les « youtubeurs » qui partagent des contenus culturels sans pub, donc sans rétribution ? Où est Zalea TV ? Où est le Free, qui propose de créer soi-même les produits les plus adaptés à nos besoins sans passer par des industries qui imposent, avec force publicité, des produits qui ne sont pas en relation avec ce que nous voulons vraiment ? La réponse est simple : le libéralisme est une chimère tentaculaire qui dévore tout ce qu'elle peut dévorer, mais elle est aveugle et ne sent

que l'argent, ne reconnaît pas ce qui n'en produit pas. Tout ce qui est cité plus haut est invisible pour elle. Cela explique l'aberration du lait des Peuls : ce n'est pas 90 % du lait consommé qui est importé mais bien 90 % des transactions financières du marché du lait qui est importé. Sinon, les Peuls auraient changé d'activité ou disparu.

Déjà dans sa grotte, l'homme a créé gratuitement, comme en témoignent les décorations sur le bois ou les parois des grottes. Il n'a pas besoin de profit pour s'extraire d'une condition matérielle : en témoignent l'art, la philosophie ou la science. On ne devient pas scientifique, artiste ou philosophe par appât du gain – c'est trop mal payé. Pourtant, ces trois-là sont à la pointe de la modernité.

Protei nous le démontre. Ceux qui y ont participé n'ont pas forcément gagné quelque chose, si ce n'est la satisfaction d'avoir partagé un projet, d'avoir été utiles.

En tant qu'étudiant designer, en tant que designer, je crois en mon secteur de création, je crois que ma production n'a pas pour but le profit. Je crois que la création est une motivation suffisante. Vouloir participer à la production culturelle, à l'accroissement de l'intelligence, à la conquête de territoires immatériels propres à l'homme : l'imagination, l'art, l'introspection. L'exercice intellectuel et la production matérielle des idées sont un profit suffisamment émoustillant. Et le plus grand plaisir que

je peux en tirer est le plaisir que mon travail suscite chez l'autre. En ce sens, je rejoins Pierre Kropotkine, qui affirme que l'homme tire plaisir et satisfaction dans le plaisir et l'aide qu'il apporte à l'autre. En effet, je ressens du plaisir et me sens grandi quand, après avoir aidé spontanément quelqu'un, dans le geste le plus quotidien, à porter une charge lourde, à déchiffrer un itinéraire, à acheter un repas, je vois son visage allégé. Inversement, je suis heureux lorsque quelqu'un m'aide spontanément pour les mêmes raisons. C'est un plaisir difficile à expliquer, un mélange de satisfaction et de reconnaissance dans l'autre. C'est l'empathie ; on se met à la place de l'autre. Quand je reçois ma fiche de paie, je ne peux pas dire que je suis heureux, je suis au mieux soulagé, je sais que je vais manger, que je serai habillé, etc. Cela ne m'empêche pas de bien faire mon travail, avec toujours les mêmes raisons citées plus haut. Dans la pratique du design, collaborer est un plaisir s'il y a une reconnaissance mutuelle. Les idées fusent, le projet prend forme, il se renouvelle. Ce que je n'aurais pas pu faire, l'autre l'a fait, et l'objet naît de cette capacité insoupçonnée de l'alliance vertueuse de deux personnes affirmées dans leur individualité. Le moi ne disparaît pas, mais l'enjeu devient collectif, il transcende le moi. Les limites matérielles de l'individu sont dépassées vers l'immatériel de l'autre. Le profane rejoint le divin, en s'étendant hors de ses limites.

Pour en finir, je dirais que la culture libre est un pas en avant, même si elle n'a pas inventé la poudre. J'espère diffuser mon travail pour qu'il ne génère non pas du profit mais des liens, des idées, du plaisir. À l'inverse, l'idéologie de l'open source, du libéralisme en général, est dangereuse et nous ravale au rang de bêtes évoluées, faisant de ce qui nous caractérise en tant qu'hommes pour prôner un comportement de meute, nous transformant en machines tournées vers une efficacité vaine au détriment du plaisir, destructrice au détriment de la beauté.

Webothèque

Open source: HyPERLINK http://fr.wikipedia.org/wiki/Open_source
http://fr.wikipedia.org/wiki/Open_source

Éric Raymond: HyPERLINK http://fr.wikipedia.org/wiki/Eric_Raymond
http://fr.wikipedia.org/wiki/Eric_Raymond

Free Software Foundation: HyPERLINK http://fr.wikipedia.org/wiki/Free_Software_Foundation
http://fr.wikipedia.org/wiki/Free_Software_Foundation

HyPERLINK http://fr.wikipedia.org/wiki/Logiciel_libre
http://fr.wikipedia.org/wiki/Logiciel_libre

Logiciel libre: http://fr.wikipedia.org/wiki/Free_Software_Foundation

La cathédrale et le bazar: www.linux-france.org/article/these/cathedrale-bazar/cathedrale-bazar_monoblock.html

HyPERLINK http://appli6.hec.fr/amo/Public/Files/Docs/264_fr.pdf
http://appli6.hec.fr/amo/Public/Files/Docs/264_fr.pdf

César Harada: www.cesarharada.com/fr/ www.protei.org <http://scoutbots.com>

Exposition « WAVE » : www.wave-innovation.com

Appel à projet Fab Labs, juin 2013: <http://www.dgcis.gouv.fr/secteurs-professionnels/aide-au-developpement-des-ateliers-fabrication-numerique>

Danone : www.danonecommunities.com

Stallman: <https://stallman.org> http://fr.wikipedia.org/wiki/Richard_Stallman
<http://framabook.org/richard-stallman-et-la-revolution-du-logiciel-libre/>
<http://tedxtalks.ted.com/video/Free-software-free-society-Richard-Stallman>

Libertarianisme: <http://fr.wikipedia.org/wiki/Libertarianisme> www.wiki-beral.org/wiki/Libertarien <http://leslibertariens.fr> www.quebecoislibre.org/philol.htm

Autres: <http://usine.io> www.thefamily.co

l'amour par un vieux de 25 ans

Florent Lenormand —

portrait

Né en 1989, diplômé en 2017.

Après son mémoire Le Design et la Démocratie, Florent Lenormand a d'abord travaillé pour Withings, l'agence spécialisée en santé connectée, où il a conçu un jeu pour « gamifier » l'usage des objets connectés. Il devient ensuite le premier designer à intégrer la Cour des comptes. Au sein de cette grande institution publique, il a participé à la conception du nouvel intranet des juridictions financières. « Product designer » à San Francisco aujourd'hui, il travaille chez SpotAngels pour une application qui facilite la mobilité dans les parkings urbains.

Cela fait plusieurs années que je suis en couple et, quand je regarde ce qui se trame dans le coin des célibataires, je me dis que tout a changé.

Le numérique a commencé à bombarder l'amour à travers le chat. Je me souviens, quand j'avais 12 ans, le modem 14 kb/s n'était pas encore rentré à la maison car mes parents ne comprenaient pas à quoi ça pouvait servir. Pour surfer sur le Web, j'allais dans un bus rempli d'ordinateurs qui sillonnait différentes villes. Ce bus avait pour objectif de populariser Internet. Ça paraît incroyable aujourd'hui, mais des personnes expliquaient comment naviguer et surtout l'utilité qu'on pouvait y trouver. À peine le bus ouvrait-il ses portes que je me collais devant l'écran et tapais dans Altavista « forum de chat en ligne ». Je passais des heures sur ces forums à envoyer « asv ? » (« âge, sexe et ville ») à des dizaines d'inconnus. Je ne sais pas pourquoi mais discuter aussi facilement avec des personnes que je ne connaissais pas me fascinait. C'était fou, les barrières étaient supprimées, tu pouvais être beau, laid, stupide ou génial, je venais te parler. Pour moi, Internet ne servait qu'à ça : discuter avec des inconnus et faire des rencontres.

J'ai ensuite assisté à la naissance de Meetic. Le premier site à dépoussiérer la rencontre amoureuse sur Internet. Les utilisateurs de Meetic n'étaient pas des seniors ringards en

mal d'amour mais des trentenaires qui cherchaient à faire des rencontres. Je retrouvais, dans ma famille, de plus en plus de couples formés par Meetic. Cela ne choquait rien ni personne car un rendez-vous virtuel numérique était devenu semblable à un rendez-vous réel.

Très vite, une multitude de sites ont vu le jour : AdopteUnMec, Attractive World, Badoo... Je n'y prêtais aucune attention, jusqu'au jour où une affiche dans le métro m'a choqué. Je m'en souviens parfaitement, c'était le slogan pour Gleeden : « Premier site de rencontres extraconjugales ». Le business de l'amour était depuis longtemps en marche, mais cette affiche dépassait de façon obscène une frontière : la rencontre signifiait « sexe » et l'infidélité semblait être une vertu. J'ai immédiatement fait part de mon ressenti à un ami qui était avec moi dans ce métro. Pour lui, ça n'avait rien de choquant, « un simple site comme un autre ». On ne devait pas avoir la même vision de l'amour. Mais tout ça, c'était avant de rencontrer Tinder.

Tinder, c'est extrêmement simple. L'utilisateur télécharge l'application et crée un profil en utilisant son compte Facebook. Il possède une photo, un petit texte, des intérêts et des relations en commun. Sur l'écran s'affichent les personnes connectées à proximité. Si l'on fait glisser une photo vers la droite, on aime, si c'est vers la gauche, on ne

la reverra pas. Lorsque l'attraction est réciproque, les deux utilisateurs peuvent s'envoyer des messages et prennent généralement un rendez-vous qui peut se terminer en one-shot. Bienvenue sur Tinder, le monde entier y est bientôt ! Hugo a 24 ans : « Avec Tinder, je drague dans le métro ou entre les cours. C'est moins fatigant que d'aller en boîte et beaucoup plus efficace pour pécho. » Sa stratégie est simple : « D'abord, réussir à avoir le maximum de "matches" pour faire en sorte que mon profil s'affiche dans les premiers. » Ensuite, susciter le dialogue : « Flatter ne suffit pas. Avec tous les sites de rencontres sur le marché, le filles sont devenues blasées », constate-t-il. À chacun ses méthodes. La sienne, c'est l'humour, qu'il dégage avec flegme. « Au-delà de trois jours de chat, je lâche l'affaire, ça devient trop suspect. » Pour lui, les filles de Tinder se résument à trois catégories : « Les princesses, qui ne font rien mais veulent qu'on leur fasse la cour, les paumées, qui cherchent vraiment l'amour, et les "open", celles qui ne sont pas contre un plan cul sympa. ».

On choisit l'autre sur l'unique critère du physique, tout en se disant que le mental suivra. Les personnes sont consommées comme un produit, et il faut se vendre pour être désiré. Rien n'est ambigu sur Tinder, les tentatives de séduction n'existent pas et ne pas coucher le premier soir est considéré comme de la timidité. Khahn Ly, 23 ans, utilise Tinder. Elle juge les gens qui veulent prendre

leur temps comme insultants. Elle n'a pas le sentiment de plaire à quelqu'un de patient.

Mais Tinder a aussi le pouvoir de bousculer les traditions. En Inde, les mariages arrangés sont la norme. Tinder a complètement modifié cette façon de penser chez les jeunes, et « faire des rencontres » n'est plus un problème. « Pour la première fois, les jeunes vivent en dehors des communautés, des familles, des castes et des classes dans lesquelles ils sont nés. Les sites de rencontres et les algorithmes prévisionnels pour trouver l'âme sœur ont remplacé les vieilles structures communautaires et familiales qui définissaient comment les hommes et les femmes devaient interagir et se faire la cour », explique Nishant Shah, professeur de culture et esthétique des nouveaux médias à l'université de Lunebourg, Basse Saxe. Avec Tinder, ils se géolocalisent et passent par leur réseau d'amis Facebook, ce qui crée un climat de confiance puisqu'on se contacte en fonction de connaissances et de pages « likées » communes et après s'être mutuellement approuvés. La parole s'est libérée en Inde, du moins dans les grandes villes et chez les gens aisés. Le sexe hors mariage et hors schémas conventionnels n'est plus toujours tabou. L'individu peut faire ses propres choix.

Mais Tinder continue de vendre une vision de l'amour que je ne veux pas partager. Je suis mal à l'aise devant

ces comportements sans sentiment qui feignent d'être normaux. L'image de soi semble être ce qui compte le plus pour les utilisateurs de Tinder. On rencontre, on se fait désirer, on aime pour soi et non pour l'autre. Cette relation à sens unique me fait froid dans le dos car elle devient la norme de demain. Je ne suis pourtant pas vieux et je n'ai pas l'impression d'être étroit d'esprit, mais Tinder me fait peur.

Ce qui est intéressant, c'est la faculté que Tinder a de transmettre l'inverse de ce qu'il propose. Un Américain s'est servi de Tinder pour voyager et a parcouru 12 000 kilomètres grâce à ses rencontres. Switch utilise le même mode de fonctionnement que Tinder, mais pour la recherche d'emploi. En tant que designer, j'ai souhaité proposer une nouvelle fonction à Tinder, en réalisant une application qui copie son système. L'utilisateur est géolocalisé mais, au lieu d'afficher des hommes torse nu ou des filles en « duck face », l'application met en avant le travail d'un artiste ou d'un artisan du quartier. Il suffit de glisser son image vers la droite pour acheter le travail. De cette façon, artistes et artisans disposent d'une vitrine numérique pour les habitants du quartier.

Finalement, peut-être a-t-on besoin de Tinder pour nous rappeler la joie d'une vraie rencontre. Se rappeler à quel point il est plaisant de faire une rencontre au hasard, de

proposer un verre à une inconnue dans un bar et d'aimer
l'autre pour qui il est...

Webothèque

www.katrinette.fr/chronologie-et-histoire-de-la-rencontre-en-ligne www.gleeden.com http://www.univ-paris1.fr/leadadmin/Colloque_EMARKE-TING/2008/C.Lajealle.

Doc: <http://obsession.nouvelobs.com/pop-life/20140131.OBS4621/l-appli-tinder-hommes-troncsmatch--rencontres-sexuelles.html> www.france4.fr/emissions/love-me-tinder www.iamdesi.fr/2014/12/22/comment-tinder-transforme-la-societe-indienne-et-le-systeme-descastes/

hacker v.s maker ?

Sophia Taillet —

portrait

Née en 1992, diplômée en 2017.

De l'objet à l'espace, son travail se penche essentiellement sur des créations filaires et aériennes qui incitent à l'évasion et la contemplation. Son Grand projet de diplôme, Le temps suspendu, a été présenté à l'espace Tarmac du Palais de Tokyo en 2017. Elle expose actuellement au Palais Michiel à Venise et vient tout juste de terminer une résidence aux Grands Voisins à Paris avec la création de son projet « Playline ».

Le terme de « hacker » est utilisé aujourd'hui pour définir ceux qu'on nomme les « pirates informatiques ». En sécurité informatique, un hacker est un spécialiste dans la maîtrise de la sécurité informatique et donc des moyens de déjouer cette sécurité. Certains d'entre eux utilisent ce savoir-faire dans un cadre légal, d'autres l'utilisent hors-la-loi. Dans ce dernier cas, on parle de « pirates informatiques », c'est-à-dire des personnes aptes à s'infiltrer dans les réseaux sécurisés de nos ordinateurs, d'en prendre possession et de détourner leur contenu. Mais ce terme n'a pas toujours eu cette dénomination. À l'origine, il exprimait simplement le fait de modifier astucieusement un objet pour le destiner à un usage autre que celui prévu initialement.

Comment ce terme a-t-il évolué ? Comment est-il passé d'une action physique sur un objet tangible à un acte virtuel ? N'y a-t-il désormais plus aucun lien matériel en corrélation avec cette appellation ?

C'est le sifflet qui a fait sonner la première intonation du hacking. John Draper, dit « Captain Crunch », premier hacker de tous les temps, a en effet utilisé à la fin des années 1960 un petit sifflet en plastique offert dans un paquet de céréales Quaker Oats pour intercepter les premières lignes téléphoniques. Ce pionnier du hacking a eu l'ingéniosité de mettre en interférence un son produit

par un objet avec un son émis par le téléphone. Ce qui est bouleversant dans cette action purement illégale, c'est que la source même du subterfuge est une petite trouvaille industrielle populaire que l'on peut se procurer dans un simple paquet de céréales ! Ce petit objet, version primitive de la communication, devient une arme contre son évolution matérielle : le téléphone.

Progressivement, les lignes téléphoniques se multiplient et les signaux commencent à différer. Le fameux sifflet de Captain Crunch ne suffit plus. Il lui faut plus de son, il lui faut un objet plus complexe. C'est là que la curiosité humaine prend le pouvoir. L'homme doit-il être spectateur de l'évolution des techniques ou en être acteur en essayant de les comprendre et d'en garder la maîtrise ? Captain Crunch choisit la voie du contrôle matériel en élaborant la Blue Box, une boîte astucieusement pensée qui permet de s'adapter aux différentes sonorités émises par les lignes : Captain Crunch n'était donc pas seulement un hacker, il était un « hacker designer ». En utilisant ses connaissances et son expérience, il a développé son idée et l'a menée vers un objet complexe et efficace.

Cette liberté de communication créée par le téléphone fut l'une des prémices de notre ère de globalisation. Comment le hacker a-t-il réussi à dépasser la télécommunication et à s'infiltrer dans une nouvelle sphère, le réseau

informatique ? Dès l'arrivée des premiers ordinateurs Microsoft, une communauté de hackers se développe. Ils analysent, dépiautent, piratent des données afin de créer leurs propres ordinateurs. Comme des fanatiques de motocyclette, ils passent leur vie dans leur garage à étudier le processus de ces petites machines révolutionnaires. Leur préoccupation était de comprendre ces objets dans leur forme pure.

À cette époque, il était encore unimaginable de penser que ces machines dévoileraient tant de trésors et deviendraient notre motocyclette à tous. Mais l'Américain Steve Wozniak, informaticien, professeur d'informatique et électricien, l'avait pressenti. Il ne tarda pas à les mettre à la portée d'un plus large public grâce à Apple, dont il est le cofondateur. Il était pourtant l'un des fanatiques de « bidouillage » informatique. Sa projection innovante dans les capacités de l'ordinateur ne fut pas simplement liée à ses fonctionnalités, mais aussi à l'idée même que cet objet pourrait devenir le nouveau hobby du monde entier, comme il l'avait été pour lui.

Steve Wozniak fit de cette machine un réel objet design. Peut-on parler alors d'un hacker créateur ? La commercialisation et la démocratisation de cet objet bouleversa le monde du hacking. Comment entraver alors un nouvel interdit et en dépasser les limites ? Il ne s'agissait plus de travailler sur l'objet en tant que tel mais

de réfléchir sur le potentiel de son contenu, en particulier de son interface.

La diffusion d'Internet contribue au développement du phénomène des hackers : à partir de ce moment, on assiste à la naissance d'un réseau virtuel de hackers. Ils n'ont ni nom ni localisation, ils se perdent dans la masse humaine et n'agissent que via des réseaux virtuels. Leur objectif est cependant toujours le même : « bidouiller » le système, en dépasser les limites, la plupart du temps dans l'illégalité. Beaucoup de hackers ont utilisé leurs connaissances pour rendre plus accessibles les données privées. Le groupe Anonymous est aujourd'hui l'un des groupes les plus emblématiques de ce mode de pensée. Ces hackers, dont le nombre est estimé à quelques millions au total, luttent à travers le monde contre la censure sur Internet.

Le hacking est aujourd'hui principalement lié au domaine informatique et au piratage des bases d'information. L'action humaine, dans cette démarche, consiste simplement à poser ses doigts sur un clavier et à regarder un écran. Bien que le toucher et la vue soient en action, l'homme en tant qu'être tangible, créateur de choses matérielles, disparaît pour laisser place à un homme « main-œil-pirate ».

Le temps du sifflet a-t-il à jamais disparu ? Comment

le hacker pourra-t-il réintégrer son savoir dans des actions liées à notre société ? En termes politiques, la révolution tunisienne a été une prouesse du hacking. Ces activistes ont utilisé leur savoir technique pour diffuser des informations censurées. Cette révolution qui avait pour objectif de lutter contre le régime de Ben Ali a été qualifiée de « e-révolution ».

Dans une société dominée par les techniques, les hackers deviennent les maîtres du monde. Ils prennent le contre-pouvoir des moyens de communication et sont même parfois plus efficaces que les politiques pour transmettre des informations. C'est d'ailleurs ce qui s'est passé après le passage de l'ouragan Sandy, en 2012 : grâce aux hurricane hackers, les « hackers des ouragans », eau potable, électricité, chauffage et accès à Internet auront été rapidement rétablis, avant l'action gouvernementale.

En tant que designer, il est de ma responsabilité, en période de crise, de mettre à disposition mes connaissances techniques et mon ingéniosité afin de résoudre des situations d'urgence en détournant, transformant des objets de leur fonction première. Cette action de hacking devient alors une aide majeure lors de ces événements. Le hacker serait-il notre version du héros contemporain ? Certes, il ne décortique plus des machines comme il le faisait auparavant, mais son action virtuelle a un vrai impact matériel. Et, tel un designer de l'urgence, il met à

profit ses capacités lors de situations de crise. Pourrait-on alors parler d'un hacker designer ? Que se passerait-il si les différents savoirs interagissaient ? Designer, hacker, ingénieur ?

Le hacker, tout comme le designer, a su s'adapter à son temps, élargir son champ de connaissances et ses intérêts. Il a pris progressivement une position majeure dans notre société actuelle et peut avoir aujourd'hui un rôle décisif lors de situations de crise. Ce qui était un loisir est devenu un acte engagé, et l'évolution même de ce progrès peut avoir une interaction avec d'autres entités professionnelles.

Le monde virtuel a déjà atrophié nos cinq sens, mais il ne nous enlèvera pas l'acte de respirer. Tant que notre univers réel ne se dématérialise pas en une plage de pixels, la création matérielle survivra.

Bibliographie

Guiton Amaëlle, Hackers. Au cœur de la résistance numérique, Vauvert, Au diable Vauvert, 2013.

Lévesque Simon, Le Petit Livre du hacker, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2013.

Filmothèque

Bates Robin, The KGB, the Computer and Me, 1990.

Lee Ralph, The Secret History of Hacking, 2001.

How Hackers Changed the World, BBC Four, 2013.

Webothèque

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Informaticien>

HyPERLINK «http://www.amazon.fr/AmaelleGuiton/e/B004MPGDOG/ref=dp_byline_cont_book_1»

www.wave-innovation.com/hurricane-hackers.html www.telerama.fr/techno/hackers-le-cinquieme-pouvoir,77111.php

[www.widoobiz.com/actualites/du-garage-a-la-legende-la-fabuleuse-histoire- d'apple/9891](http://www.widoobiz.com/actualites/du-garage-a-la-legende-la-fabuleuse-histoire-dapple/9891)

vers un design de la médiation

Nicolas Verschaeve —

portrait

Née en 1995, diplômé en 2017.

Nicolas Verschaeve travaille dans les domaines de la recherche, de l'édition et du design de produits. Il a établi sa pratique à Paris où son approche questionne la façon dont objets, mobilier et espaces peuvent contribuer à une appropriation de nos lieux de vie et du monde de chacun. Ses projets remettent en question des processus de fabrication tant artisanaux qu'industriels, et veillent à proposer de nouvelles façons d'interagir avec les objets et espaces de vie.

Le designer, qui est à l'origine de la conception d'un objet, est aussi responsable de sa vie, du choix de sa matière première jusqu'à sa disposition en rayon. Le processus de création place le designer au tout début d'une chaîne de production dont il doit maîtriser l'ensemble des paramètres (matière employée, type de transformation, lieu, temps et coût de réalisation, etc.). Il a donc des responsabilités considérables quant à l'efficacité du mode de production choisi pour son produit.

Je me pose ainsi une question : est-il normal qu'aujourd'hui la plupart des objets présents dans le commerce sont conçus par de (bons) designers occidentaux et que la fabrication de ces objets soit exclusivement chinoise ? La plupart des personnes vous diront que non, ce n'est pas normal, mais que la compétitivité existante oblige ce mode d'action. En d'autres termes, la seule raison de fabriquer à l'étranger est économique. En effet, nous sommes, depuis la révolution industrielle, plongés dans une dynamique qui nous pousse vers une pensée du « plus » – plus grand, plus vite –, et nous ne remarquons même plus les illogismes présents dans nos sociétés, dans nos vies.

Nous trouvons aujourd'hui sur nos étals de supermarchés des tomates et des ananas en plein hiver. La demande est doublée, remplacée par l'offre, créant ainsi de la demande

où elle n'a pas lieu d'être. Mais ne perd-on pas, de cette façon, de la qualité dans ces produits ? Une tomate mûrie sous le soleil de Provence en plein mois d'août sera bien plus savoureuse qu'une tomate élevée sous serre en culture hors-sol, arrivant en novembre ou février sur nos assiettes et ayant parcouru des milliers de kilomètres. Comme le dit le chef Alain Passard¹, nous nous devons de : « respecter les saisons et ce que la nature nous à offert, [...] ne penser tomates que trois mois par an, [...] une tomate est faite pour se désaltérer en été et une soupe de panais, par exemple, est un plat pour se réchauffer en hiver, l'organisme en a décidé ainsi. »

Alors que le mot « design » a émergé avec cette société, il était destiné à améliorer la vie d'individus. On fait du design pour les autres, pour rendre la vie plus simple, plus agréable. J'ai ainsi en tête le travail de Peter Behrens qui, au début du xxe siècle, a créé pour l'entreprise AEG (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft) un nouveau bâtiment apportant plus de confort (lumière, température, etc.) aux ouvriers.

Mais l'enjeu du design est-il toujours le même aujourd'hui ? Il est partout, on utilise son image, le mot « design » est lui-même un outil de commercialisation (la marque Made in Design² a été créée en 1992). Tout doit se vendre, s'acheter, s'user, se jeter, et rebelote. Il existe des milliers de modèles de chaises, de radios, de

lampes. Nous accumulons dans nos garages, armoires, placards, sur nos murs, nos bureaux, dans nos poches, une multitude de ces objets plus ou moins utiles.

Nous ne sommes pas libres dans le sens où nous dépendons de plus en plus de certains objets, et nous sommes ainsi de moins en moins autonomes par rapport au monde. Il est difficile de concevoir aujourd'hui pour certaines personnes de faire un trajet en voiture sans GPS (Global Positioning System, Géo-positionnement par satellite), nous nous habituons à un confort qui nous rend de plus en plus dépendants de ce genre de dispositifs, si bien que nous serions réellement perdus sans eux. Le GPS trouve notre chemin, notre téléphone retient nos rendez-vous, Facebook nous informe des anniversaires de nos amis... Nous n'avons plus rien à retenir et notre mémoire est, j'en suis sûr, affectée.

Les objets nous tiennent en laisse et nous possèdent plus que nous les possédons. Plusieurs fois, j'ai pu observer autour de moi des personnes perdre ou se faire voler un téléphone ou, pire, un ordinateur. Vous connaissez la suite : l'objet est perdu mais surtout son contenu, des informations, des souvenirs, des contacts, notre moyen de communication, mais aussi tout notre travail en cours. C'est comme effacer une partie de sa vie.

Aujourd'hui, je pense que nous avons plutôt besoin

d'objets qui nous rassurent, sur lesquels on peut compter, qui nous suivront peut-être le long de notre vie. Ces objets, nous les voulons uniques parce qu'ils sont personnels, à l'inverse de l'éphémère et de l'obsolescence programmée, ils devront durer. Je remarque aujourd'hui l'intérêt qu'ont de jeunes personnes comme moi envers de vieux objets, appareils photo argentiques, disques vinyles, livres... Pourquoi ? Peut-être, et même sûrement, parce qu'ils ont une âme, une identité, une unicité et une chaleur absente de ce que l'on trouve dans les objets neufs et produits en série. Ces objets-là ont un vécu et continueront à vivre avec nous.

C'est un sentiment que je partage avec les objets et produits locaux, visibles dans des pays étrangers mais aussi dans nos régions. Ce qui me fascine alors est le caractère de ces objets, portant la marque de celui qui les a réalisés, le geste du céramiste qui a tourné son bol ou le goût d'un vin élaboré sur un terroir spécifique. « L'homme, à la différence de la machine, prend en considération les nuances et le contexte spécifique, influant ainsi sur la qualité du produit, au contraire de l'industrie où l'opérateur enclenche, arrête et vérifie la bonne tenue du process mais ne détermine pas le résultat. Ce qui retient mon attention ici est l'authenticité et l'unicité. »³ À l'image du céramiste utilisant la terre de sa région ou du verrier travaillant dans son atelier, non loin d'une carrière de sable, le travail du designer sera,

selon moi, de s'inspirer de cette démarche, travailler avec les ressources locales et en accord avec l'environnement. Cette démarche est explicite dans les propositions de Studio Swine⁴ qui utilise des déchets comme matière première. Un de leurs projets les plus connus est un tabouret produit à partir de plastiques récupérés en mer, à bord d'un chalutier. Les morceaux de plastique habituellement rejetés à la mer sont ici réunis, fondus puis moulés. De même, Clément Bottier, diplômé du secteur Design textile et matière de l'EnsAD en 2014, a développé pour son Grand projet une collection de textiles et matières écologiques, essentiellement issus de production française. Il imagine ainsi une filière textile globale, locale et respectueuse de l'environnement. Pour ce projet, c'est l'union de savoir-faire locaux, mais qui n'agissaient pas ensemble au départ, qui permet au designer d'innover. Le rôle du designer n'est pas forcément celui d'un expert, à l'image d'un artisan dans une matière spécifique ; son rôle est de combiner des savoirs et savoir-faire pour créer durablement, instaurer des cycles de production juste pour l'environnement, ainsi que pour ses acteurs et, plus globalement, pour notre société.

Je ne considère pas le designer comme un savant ou un prophète mais nous sommes tous originaires de quelque part ; nous connaissons tous certaines régions

de notre pays et du monde plus que d'autres, nous avons tous l'occasion de reconsidérer notre action à plus petite échelle avant de vouloir changer le monde, de partager nos savoirs et compétences avec ceux qui sont disponibles autour de nous. C'est cette combinaison de savoirs propres à chacun qui mènera, selon moi, vers des solutions novatrices, libérées de l'image formatée que l'on se fait du design de masse, pour proposer des solutions plus justes et plus proches du destinataire et de ses besoins, qu'elles soient matérielles ou non (objets, applications numériques, systèmes d'auto-partage...). Un design reflétant l'environnement culturel et le contexte historique.

Jusqu'à présent, design et artisanat étaient séparés. Certains objets justifient l'utilisation de matériaux universels issus de l'industrie (plastiques...), mais la production de masse a induit une divulgation sans précédent d'objets en série tous identiques et sans âme, tandis que l'usage de matériaux locaux confère aux objets une richesse culturelle et une identité propre. Intervenir sur une production industrielle en reconsidérant les matériaux utilisés, pour arriver à une production plus juste, c'est ce que propose Corentin de Chatelperron avec son projet Gold of Bengal⁵. Cet ingénieur français vivant au Bangladesh a relié deux univers jusqu'alors séparés : la construction navale et la production de jute, en remplaçant la fibre de verre par la

fibre de jute. Ainsi, plus besoin d'importer de l'étranger une fibre polluante et coûteuse : il crée des emplois dans une filière (le jute) connue et maîtrisée des locaux mais en déclin du fait de la mondialisation. Il apporte sa connaissance technique pour construire des bateaux plus solides que les habituelles barques en bois. Il relance l'économie locale tout en imaginant un cycle plus propre et respectueux de l'environnement.

Se diriger vers la décroissance ne signifie pas forcément abandonner tous les objets qui nous entourent. Au contraire, nous devons comprendre que la production fondée sur le profit ne permet pas de subvenir à nos besoins réels, et qu'elle nous formate à ne pas regarder ce qui est présent autour de nous. Nous avons aujourd'hui des exemples plus proches de notre quotidien. Ce n'est pas pour rien que de nombreuses communautés créatives et des Fab Labs naissent un peu partout : la notion d'économie du partage tente de se frayer un chemin dans une société modelée par un idéal de croissance, de matérialité, de surconsommation. Se déplacer avec BlaBlaCar, se nourrir avec La Ruche qui dit oui ou dormir chez quelqu'un par le biais d'Airbnb sont autant d'alternatives à une consommation formatée qui permettent un rapport plus

humain et agréable quant à des besoins primaires. L'idée de rapprocher les individus permet ici de combler des besoins opposés mais complémentaires, jusqu'alors proposés par des chaînes d'hôtels, de transport, etc., en supprimant le maximum d'intermédiaires, pour des services plus justes et « sur mesure », un circuit court rentable pour tous.

Les consommateurs sont « rois », libres et tiennent les rênes de leur avenir. Et les citoyens ont besoin de systèmes alternatifs tels que ceux-ci. Fondée en 2011, La Ruche qui dit oui compte aujourd'hui presque 450 000 membres, 4 500 agriculteurs, producteurs et artisans. Cette « entreprise solidaire » a permis l'ouverture de plus de 550 ruches en trois ans sur le territoire français. Les produits sont issus de l'agriculture raisonnée et biologique, le vrai bio qui ne vient pas du Mexique ou d'Afrique du Sud en avion mais qui provient au maximum de 250 kilomètres aux alentours. John Thackara explique que l'ensemble des facteurs transport- emballage-stockage-distribution représentent jusqu'à 40 % de l'empreinte écologique d'une ville⁶. Ici, cette empreinte est réduite par l'absence de non-vendus, la mise en commun de commandes et de produits livrés. Il n'y a pas de stockage et la distribution est directe.

En centralisant les productions dans une industrie géante,

j'ai bien peur qu'on limite toute innovation bénéfique. C'est peut-être l'association, la connexion de savoirs et savoir-faire locaux et particuliers qui façonnera un monde dans lequel citoyens et consommateurs trouveront un terrain d'entente.

Je crois en l'avenir de ces initiatives fertiles qui traduisent un certain retour dans le passé, à des configurations et des façons plus justes de penser nos modes de vie, à un niveau humain, où le profit n'est pas maître d'ouvrage, mais plutôt la logique et le partage de connaissances, de biens et d'informations. Je crois en l'importance du partage, de la création locale, d'identités géographiques pour une société culturellement riche et variée, remplie de surprises, car c'est dans ces conditions que naît l'innovation et que réside le « good design ».

Notes

1 Alain Passard, pour Le Point : www.youtube.com/watch?v=B3xqVeg7f9s

2 www.madeindesign.com

3 Anne Bony, *Le Dessin du geste*, catalogue d'exposition à l'Hôtel de Ville, Paris, Flammarion, 2012.

4 www.studioswine.com

5 Conférence Ted donnée par Corentin de Chatelperron: www.youtube.com/watch?v=synuo4ccjp4

6 John Thackara, *In the Bubble. De la complexité au design durable*, Saint-Étienne Cité du Design éditions, 2008.



légendes des images choisies



ESSAIS D'ESSAIS

DESIGN OBJET
2016

design + mauvais goût
Erwan Péron

2

slow meat design
Manon Véret

0

le storytelling en design, une nécessité ?
Clara Kernreuter

1

derrière le vide. rien
Arthur Ristor

éloge de l'amateur
Arthur Ristor

6



design + mauvais goût

Erwan Péron —

portrait

Né en 1993, diplômé en 2018.

Pour ce jeune designer, si l'ornement était un crime, il serait volontiers un serial-killer. À défaut, il « désigne » des objets pour s'introduire dans notre quotidien, y mettre un peu de couleur et s'aventurer dans des territoires de recherche complexes et ambitieux. Pour son Grand projet, il a mis en perspective le regard que nous portons sur notre environnement et sur les objets en partant du constat que l'intelligence artificielle tend à les transformer en profondeur par la systématisation de notre intentionnalité. Reconnu différemment selon qu'il est observé par un cerveau humain ou analysé par un réseau de neurones artificiels, le nouvel archétype d'objet issu du laboratoire de recherche d'Erwan Péron donne à comprendre ce que voient ces intelligences artificielles. Le rôle du designer n'est-il pas d'incarner et d'éduquer sur les métamorphoses de notre époque ?

Toute personne ayant fait l'expérience d'Internet a pu le constater. Dans un folklore d'images de lolcats, de « gifs » (d'images animées), de blogs tumblr, de vidéos virales et de photomontages qui tournent l'actualité en dérision, prend forme la cyberculture : certains parlent de LOL Culture (pour Laughing out loud qui signifie « mort de rire ») afin d'évoquer ce que d'autres divisent en d'innombrables subcultures. Dessinant un humour mutant, sans but et éphémère, le Net dessine une esthétique qui lui est propre et semble avoir donné un souffle nouveau au mauvais goût, vénéré par tous les réseaux sociaux. Cet e-espace, condensé infini d'images, a marqué une génération qui s'en ait imprégnée : de quelle manière cette dernière va-t-elle s'imprimer sur la société et les productions d'art ? La notion de mauvais goût est, quoi qu'il en soit, inhérente au questionnement du design. Faire design du mauvais goût peut paraître au premier abord une posture anti-héroïque. Dans les exemples qui suivront pourtant, traités à la manière d'un catalogue, il n'en sera pas question. Introduire la notion de mauvais goût dans la conception même de l'objet relève en effet de la démarche volontaire, et prend sans doute un tout autre sens par le prisme de la e-culture. La question est large et fait écho à de nombreux champs du design : social, environnemental, esthétique, politique, technique, fonctionnel, fictionnel. Les designers témoignent de diverses revendications et cultivent une

esthétique propre et volontaire, qui devient un véritable outil de transgression. La notion de mauvais goût n'est dès lors plus gratuite. Il sera ici question d'un design imparfait, de méchant design, du kitsch, d'art indifférent, de design négatif.

Marcel Duchamp + Charles Baudelaire = <3

Prenons la fontaine Urinoir (1917 et 1964) de Marcel Duchamp, artiste du xxe siècle, dont le mauvais goût était sa politique de création. En prenant le contre-pied de l'esthétique, l'objet devient l'outil pour rejeter l'élite qui s'adobe dans l'espace muséal. Dans ce cas, pour esthétique, on ne peut pas employer le terme de beauté à proprement parler mais de sensation : le contenu spirituel se trouve dans l'objet qui interroge et heurte dont la force réside en son mauvais goût. Et l'objet fit bien scandale en son temps ! Duchamp, au fond, contestait toute norme esthétique : « Le mauvais art est quand même de l'art, aussi bien qu'une mauvaise émotion est une émotion quand même. »

Le mauvais goût est lié à l'esthétique ; attardons-nous quelque temps sur cette notion. De par son étymologie grecque, elle désigne à la fois la beauté et la sensation. L'esthétique peut donc être définie comme la science du

sensible, qui se rapporte tant aux émotions qu'au jugement d'un objet. Au-delà du « chacun ses goûts » dont l'usage populaire nous laisse à penser la relativité de la beauté, le goût est aussi lié à l'individu qu'à un collectif. Emmanuel Kant, dans sa Critique de la faculté de juger, donne en ce sens à voir une esthétique universelle, propre à l'identité d'un groupe social ou d'une époque. À l'heure des réseaux sociaux (de véritables outils à penser le monde) dont les critères d'appréciations se réduisent à un « j'aime » ou un « j'aime pas », elle prend, je crois, d'autant plus d'importance.

Revenons-en au design. Le design est une démarche de projet par laquelle le créateur définit la relation, la gestuelle, le comportement, les contacts charnels d'un potentiel utilisateur à l'objet. On peut affirmer que le designer est doté d'une sorte de pouvoir surnaturel. Et puisque le design doit être responsable, il n'a pas échappé à la théorisation. Par exemple, la Charte de l'esthétique industrielle, datant de 1952, encadre par treize lois ce que Jacques Vignot, proche de Raymond Loewy, définit comme le design de qualité. Vingt ans plus tard, Dieter Rams conçoit à son tour ses dix principes du « bon design ». Quoi qu'il en soit, la volonté de normaliser le bon design démontre à quel point il est, par son essence même, difficile de le définir. Tous deux font l'éloge d'une beauté rationnelle qui éduque le consommateur au bon

goût et s'opposent à tout mauvais goût dans la création. Dieter Rams déclare à ce propos : « La qualité esthétique d'un produit fait partie intégrante de son utilité, [...] seuls les objets bien exécutés peuvent être beaux. » La beauté rationnelle, telle qu'il la promeut, n'est en aucun cas opposée à l'utile et au fonctionnel qui, au contraire, se complètent. L'objectif du projet de design étant ici la consommation, l'exécution est réussie lorsqu'elle répond au mieux à un cahier des charges, lui-même adapté à une cible, et la beauté doit être facteur de vente. Puisque le bon goût est lié à un jugement, est-il nécessairement lié à un cahier des charges ? Je ne le crois pas. Le cahier des charges lui-même ne serait-il pas un frein à un design plus responsable ? D'ailleurs, Ettore Sottsass parlerait à ce propos de méchant design. À l'occasion d'un pamphlet écrit en 1973, le designer italien s'inscrit en humaniste et répond à la critique qui lui est adressée en prônant un projet social et politique. Par ce terme, il s'oppose au design qui s'inscrit dans le cycle de la production/consommation, un design anti-humaniste entre autres. En prônant en effet une démarche complice du marché, le bon design tel que Jacques Vignot et Dieter Rams le définissent est fondamentalement éloigné de l'utilisateur. Dieter Rams + Ettore Sottsass = </3.

Dunne et Raby + Gaetano Pesce = <3

Pourtant, au-delà des intentions, le design ne va pas changer le monde. Fort de ce constat, Anthony Dunne déclare : « Comme designers, nous ne pouvons pas toujours changer la réalité, mais nous pouvons changer la perception que nous en avons, et proposer aux usagers une sorte de paix psychologique. » Et si la pratique du design ne se contentait que d'accompagner le quotidien de l'utilisateur ? Le mauvais goût peut n'être qu'un moyen de s'approprier des codes existants pour mieux les bousculer, de s'opposer au « design affirmatif » que définissent Dunne et Fiona Raby, c'est-à-dire « un design qui renforce le statu quo ». Le détournement de l'usage, l'esthétique monstrueuse, l'objet inutilisable, la manipulation des symboles, le produit choquant, la beauté étrange, l'objet cynique sont autant de procédés qui défient les ordres établis et poussent à la réflexion. Suivent ici quelques illustrations : Bruno Munari et ses machines inutiles, les peluches pour enfant représentant des explosions atomiques (à l'occasion de la série *Designs for Fragile Personalities in Anxious Times*) de Dunne et Raby, la Lampe Gun de Philippe Starck, la Chair Sculpture de Allen Jones. Ils peuvent apparaître comme des objets de non-sens au premier abord, tous pourtant dérangent et suscitent intérêt et incompréhension ; ils poussent

l'utilisateur à se questionner. Le Catalogue d'objets introuvables de Jacques Carelman est un merveilleux recueil qui recense des objets inexistants et insolites. En changeant de forme ou de matériaux, par l'hybridation, ces objets de rêverie forment un catalogue ridicule et corrosif. Les objets présentés sont plutôt des objets manifestes qui donnent à repenser leur propre usage. Mais la démarche ne prend pas forme dans le quotidien, en réalité, et se restreint à des objets étranges.

Le designer peut parfois être méchant et corrosif. John Angelo Benson crée des objets inutilisables. Avec sa série Corrupted Classics, il détourne des classiques à la manière d'un Marteen Baas. S'il ne les brûle pas comme le designer hollandais le fait, il les hybride en changeant leurs matériaux. Avec le Naked Confort (2003), il substitue au cuir du fauteuil LC2 de Le Corbusier de la paille et en fait un objet inconfortable, sale, éloigné de tout luxe urbain. Avec le Mies Lobby Trap (2003), il transforme la chaise Barcelona de Ludwig Mies Van Der Rohe. Dotée d'aiguilles en acier inoxydable, il devient impossible de s'y reposer et l'objet perd de son usage. Parfois, les objets de mauvais goût, avec lesquels le créateur donne à l'interprétation, s'ils sont facilement lisibles, se situent à la frontière entre art et design industriel. Le Mies Lobby Trap a-t-il plus de place dans l'espace de la maison ou dans celui de la galerie ? Peut-être qu'au fond, le problème

de ces objets est qu'ils ne deviennent que des « objets à voir » et ne peuvent s'inscrire dans un usage quotidien, contrairement à un bon design de Dieter Rams.

Dans tous ces cas, l'approche du design est alternative. Aux moralistes de la création industrielle, qui tentent de normaliser un design fonctionnaliste et rationnel pour l'éloigner des assauts du mauvais goût, s'oppose un design critique, qui appose au design une approche plus relative. « La volonté du design est de réaliser des objets parfaits, et nous voyons que ni les objets ni nous-mêmes ne sommes parfaits, et donc ce type d'objet est incapable de communiquer quoi que ce soit. Il communique seulement... qu'il est artificiel. » En ces mots, Gaetano Pesce questionne le rôle du designer et balaie les dogmes d'une esthétique rationnelle à la Dieter Rams. Et si le designer devait se résigner à créer des objets imparfaits, pour correspondre au mieux au consommateur ? Ce constat relève de l'honnêteté : la démarche d'un bon design est une utopie car, appliquée à la consommation de masse, elle implique une production en grande quantité, on ne peut plus éloignée de l'individu qu'est le consommateur. Le vase Amazonia (1990) illustre à merveille son œuvre généreuse mais avant tout atypique, composée de vases, d'assises et de toutes sortes d'objets en résine, en caoutchouc ou en silicone. Sa maîtrise de la matière en fait des objets uniques, fantaisistes, qui tranchent avec

l'uniformité induite par la société industrielle : la matière, en excès, dégouline, s'éparpille, coule abondamment, crée des formes aléatoires, au goût discutable. Les objets de Pesce, résolument anti-conformistes, s'inscrivent dans une époque, une actualité : dans les années 1960, le plastique devient le matériau de prédilection pour de nombreux créateurs grâce aux récentes innovations techniques. L'euphorie est telle qu'il devient le symbole d'une société de l'abondance en constante recherche de plaisir ; on parle par ailleurs de « l'utopie du tout plastique ». Il peut en effet être produit industriellement, aisément, à moindre coût et en de grandes quantités. Pourtant, une telle démarche, si elle fut justifiée à son époque, ne correspond sans doute plus aux enjeux actuels et à l'éco-responsabilité prônée par de nombreux designers. D'ailleurs, la crise pétrolière de 1973 freinera l'optimisme de toute une société. Le duo de designers Formafantasma, avec leur projet Botanica (2011), constitué d'objets réalisés en résine d'origines animale et végétale s'opposent sans doute à la démarche dénuée de conscience écologique de Gaetano Pesce. Le mauvais goût des objets de Pesce prend donc aujourd'hui un tout autre sens.

On comprend bien ici le phénomène de mode auquel est lié le goût et qui, lui-même, dépend de nombreux facteurs ici techniques et écologiques. Un objet de mauvais goût est propre au jugement de valeur d'une époque, et devient

a posteriori le témoin de cette même époque. Le mauvais goût laisse trace, le mauvais goût forme une empreinte lisible.

Alessandro Mendini + Pierre Bourdieu = <3

Face au bon goût, Alessandro Mendini exalte le kitsch. Le kitsch est un terme péjoratif qui, de par son origine allemande, définit l'objet populaire, plus particulièrement lié à la culture de masse tant les moyens de productions nés de la Révolution industrielle ont permis son essor. Le kitsch n'est pas forcément de mauvais goût, contrairement à ce que pourrait laisser penser son usage populaire, il y est pourtant lié. Fort du constat que la production en grand nombre ne peut qu'entraîner la production d'objets banals, le créateur de la Proust's Armchair (1978) définit le kitsch comme une attitude. À homme de la société de consommation, objet de consommation ! À homme kitsch, objet kitsch ! La posture d'Alessandro Mendini ne plairait sans doute pas à un Clément Greenberg, critique d'art et écrivain américain qui, en son temps, dans *Avant-garde et kitsch* (1939), marquait l'opposition entre le kitsch et ce qu'il appelle la « culture véritable ». Pierre Bourdieu s'emploie quant à lui à démontrer que l'art de l'élite, au contraire, n'est qu'un moyen d'asseoir

sa domination sur les masses, l'élite tirant son pouvoir du prestige de l'art et de l'intelligence inaccessible de l'œuvre. Le kitsch et le mauvais goût qu'il implique, en s'opposant à l'avant-garde, est un moyen de promouvoir la démocratisation d'une forme d'art et amène à penser la disparition des hiérarchies dans les productions mineur/majeur, beaux-arts/arts appliqués qui, au cours des années 1960, réorganise la perception de la beauté. Il devient clair que le mauvais goût est inhérent aux questions sociales, adoré de la masse et détesté par une élite. Les années 1960 d'ailleurs coïncident avec l'effondrement de frontières sociales dans le jugement sur l'art. Peut-être la citation de Charles Baudelaire illustrerait-elle fort bien cette démarche : « Ce qu'il y a d'enivrant dans le mauvais goût, c'est le plaisir aristocratique de déplaire. »

Marcel Duchamp + Jeff Koons = </3

Portons notre propos vers cet art'keting : le plasticien Jeff Koons est à l'origine d'une œuvre dont le kitsch sert de fil rouge. Pourtant, son positionnement est opposé à celui de Marcel Duchamp ; il utilise des images, des objets kitsch comme source de création. La parenté de Koons avec Duchamp est visible dans son *Inflatables* (1978), où il fait d'un objet trouvé sur un marché un ready-made à

la Duchamp. Il copie, dans ce cas, la démarche originale qui perd sans doute son sens initial. En fait-t-il un ready-made kitsch ? D'ailleurs, je ne suis pas sûr que Duchamp, mort en 1968, aurait apprécié l'œuvre. Sans doute cette dernière est-elle plutôt un ersatz de ready-made, qui a perdu son sens, une contrefaçon. De plus, il est clair qu'en reprenant comme inspiration des objets kitsch et en faisant appel à de petites mains, l'œuvre de Koons est avant tout industrielle, capitaliste ; son Balloon Dog (1994) s'est ainsi vendu le 12 novembre 2013 à 58,4 millions de dollars !). À Duchamp qui rejetait un art mercantile, l'œuvre de Koons est opposée. Lors de sa rétrospective au Centre Georges-Pompidou, le livre d'or était d'ailleurs rempli d'insultes et de critiques. Koons et Alessandro Mendini ont une vision du kitsch contradictoire, elle est pour l'un attitude et philosophie, pour l'autre inspiration et vecteur de vente.

Rococo + Kawaii = <3

Les objets de mauvais goût marquent l'imaginaire collectif. Il en fait leur force. Encore une fois, ils sont liés à une époque. Le martinet est cet objet de culture populaire que l'on pouvait trouver aisément au sein de diverses boutiques dans les années 1970 et qui ne

correspond plus aux standards sociaux et éthiques actuels. C'est pourquoi, d'ailleurs, nous n'y en trouvons plus. Le style rococo, le coucou suisse - qui doit aujourd'hui faire face à la dématérialisation et la multi-formalisation de l'heure - sont autant de dispositifs qui ne correspondent pas, en tant que tel, à l'attente de la société. L'objet kitsch dépend aussi d'une société, comme nous le disions précédemment. Ces objets à l'esthétique kawaii (qui signifie « mignon » en japonais), inspirés des films animés et des manga sont bien souvent mal perçus au dehors des frontières japonaises alors qu'au sein du Japon ils sont adulés. C'est un catalogue d'objets kitsch qui, s'il est exhaustif, montre à quel point il peut être balayé par la mode : ces objets s'effacent, ils renaissent. Et puisque la mode crée des idoles, le kitsch crée des idoles, à l'image du Juicy Salif de Philippe Starck. Au fond, en détournant des classiques, Marteen Baas et John Angelo Benson assoient la légitimité de ces mêmes classiques. Marteen Baas + Gerrit Rietveld = <3. L'objet de mauvais goût manipule les codes de l'imaginaire collectif, il devient un objet commun, un objet banal. Et j'irais même plus loin, les objets du mauvais goût sont des objets intimes, dans la mesure où ils impliquent un jugement personnel. Les jouets pour enfants, les boules à neige, les divers objets de mauvais goût que l'on peut trouver dans les boutiques de souvenirs sont autant d'objets iconiques, abondants,

qui partagent un lien particulier à l'usager. Il est donc tout autant objet-vecteur de lien, objet affectif, lisible par tous les pendants d'une même société. Il y a donc une forme de démocratie dans le mauvais goût. Les frères Fernando et Humberto Campana utilisent des peluches pour créer des assises. De cette particularité du mauvais goût, il en découle la starisation du design : le créateur se substitue au prophète comme un Philippe Starck, un Karim Rashid ou un Ora Ito. Au design de magazine people, se mue le designer en vedette.

J'en viens à la conclusion. Le mauvais goût, appliqué au design, et lorsqu'il est volontaire, peut être une puissante arme contestataire, nous ne pourrions le nier. La nébuleuse d'objets kitsch « à la magasin de souvenirs » fait sans doute du tort, dans l'esprit commun, à un design critique qui rejette une dérive humaniste et projette un dessein politique. Pourtant, la position sociale de l'objet de mauvais goût est délicate : elle rejette parfois autant qu'elle est démocratique, elle peut être marginale ou prendre la forme d'un objet de galerie inaccessible. Le mauvais goût s'insère dans le quotidien de l'utilisateur autant qu'il s'en éloigne. Il s'oppose tant à la société de consommation qu'il en fait le jeu ; il peut être rétrograde ou bien novateur. L'objet de mauvais goût donne à voir la philosophie d'une époque, le combat d'un créateur et est lisible pour les futures générations. Le mauvais goût offre

une palette si large de possibles qu'il est nécessaire de le porter consciemment en dessein.

À la question « Design + mauvais goût = <3 ? », nous ne pourrions finalement pas répondre, tant les enjeux sont nombreux, tant ce dernier corréle un jugement lui-même dépendant du temps et de la société, tant le mauvais goût est un outil qui offre de nombreuses possibilités. Avec ce texte, je ne voulais pas faire l'éloge du mauvais goût - bien que cela me faisait envie - mais une critique de ses apports au design. Le catalogue des objets, des designers, et de leurs positions politiques traités précédemment n'a eu pour objectif que d'ouvrir les champs à la question initiale. Le rapprochement des différents acteurs du design, dans les titres, peut paraître fortuit, ils ne sont à mes yeux que des illustrations. Fort du constat que le mauvais goût, mal perçu, rejeté parfois, par la société est pourtant si présent dans la culture populaire et, finalement, un outil largement usé par un design critique, il m'est paru nécessaire de m'interroger sur son efficacité. Sans doute, le positionnement critique du design né dans les années 1960 en Italie a permis une relecture du mauvais goût. A nous, alors, enfant de la cyber-culture, d'en assumer l'héritage. Objectif Memphis 2025 !

Bibliographie

« Crazy », in Cahier d’Inspirations, n°20, janvier 2012, édité par Maison&Objet.

Dautrey Jehanne et Quinz Emanuele (dir.), Strange Design : du design des objets au design des comportements, Grenoble, it: éditions, 2014.

Greenberg Clément, Avant-garde et kitsch, Paris, Macula, 1989.

Jollant-Kneebone Françoise (dir.), La critique en design : contribution à une anthologie, Paris, Éditions Jacqueline Chambon, 2003.

Vial Stéphane, Court traité du design, Paris, PUF, 2010.

Sottsass Jr Ettore : « Mi dicono che sono cattivo » (avril 1973), in Ettore Sottsass (éd.) Scritti 1946-2001, Vicenza, Neri Pozza, 2002.

Conférences

#SOCIETY, avec Stéphane Vincent, Sébastien Thiéry, Jean-Christophe Choblet, Augustine Scalbert, Alexandra Midal, pour «Fink Life », au Carreau du Temple, Paris.

Goûts et mauvais goût : de la subjectivité en design, avec Jean-Philippe Cabaroc, 2013.

Webographie

<http://www.lagazettedumauvaisgout.com/> <http://www.leblogdukitsch.com/>
<http://www.zones-subversives.com/> <http://www.articule.net/wp-content/uploads/2014/05/ottsassJeSuisTresMechant.pdf>

slow meat design

Manon Véret —

portrait

Née en 1994, diplômée 2018.

Pour Manon Véret, « le design est un outil d'intervention dans des domaines où une transition est nécessaire mais difficile à opérer. » De l'artisanat, thème de son diplôme, à l'éthique animale, sujet de son Essai d'Essais puis de son mémoire, ses sujets de recherche sont toujours sensibles et questionnant. En dehors du design, elle a un esprit plutôt littéraire et accorde une grande importance à l'apprentissage et la pratique des langues étrangères, plus spécialement l'anglais et l'allemand. Elle a mené plusieurs expériences en Allemagne pendant ses études. Fraichement diplômée, elle est installée aujourd'hui à Vienne, en Autriche.

Presque midi. G. n'avait pas pour habitude de se lever si tard. Seulement, il était resté toute la soirée au bistro avec ses amis de l'abattoir et n'était pas rentré de bonne heure. Ils avaient parlé boulot presque tout le repas. Comme G., beaucoup d'éleveurs et d'ingénieurs travaillaient sur ce projet d'abattoir mobile, dont on attendait beaucoup en termes d'économie, d'écologie et d'éthique. À cause du changement d'échelle de l'industrie de la viande, aujourd'hui produite en masse, les petites fermes familiales comme celle de G. n'arrivaient plus à suivre. G. aimait profondément ses dindes et connaissait mieux que personne leur affolement et leur souffrance lors du transport habituel de la maison à l'abattoir. Sans parler de la pollution liée à ce trajet, effectué des milliers de fois chaque jour dans tout le pays. Alors, au lieu de transporter l'animal jusqu'à son lieu de mort, quelqu'un avait pensé inverser le processus : pourquoi l'abattoir ne pourrait-il pas venir jusqu'à la vache, au mouton, au lapin, à la dinde de G. ? Le projet, encore sous forme de prototype, commençait pourtant à séduire pas mal de monde¹.

Tout en prenant son café, G. repensait à leur soirée de la veille. Un nouveau restaurant venait justement d'ouvrir en ville et remportait déjà un succès fou. Puisque tout le monde en parlait, G. et ses collègues avaient décidé de le tester. Près du Boucher Végétarien², le Bistro In

Vitro3 affichait ses belles couleurs rouge et blanc. Dans la vitrine, des bioréacteurs en action donnaient un avant-goût aux clients du menu qui les attendait. G. était resté en admiration devant ces merveilles de design culinaire. Même s'il voyait déjà quelle concurrence la viande in vitro pourrait faire à son activité d'éleveur, le concept était trop inédit pour être ignoré. Et puis, il existait maintenant tellement de manières de manger de la viande... Lui-même reconnaissait aimer certains plats végétariens et simili carnés. Seulement, dans le cas du Bistro In Vitro, l'idée allait beaucoup plus loin : la viande était produite par la culture de cellules animales dans un bioréacteur. Et puis, c'étaient des designers, des chefs, des scientifiques, des artistes, des philosophes qui avaient créé chaque plat, parfois aidés par de nouvelles technologies comme l'impression 3D⁴. G. avait gardé un de leurs menus pour se rappeler son repas, tellement ça l'avait épaté. En apéritif, il s'était laissé tenter par le Friendly Foie Gras, issu de la « culture de foies d'oie sans oie », qui se présente dans un flacon-pompe. Puis il avait enchaîné avec un steak tricoté, fait de longs fils de tissu musculaire, dont la taille ne se limite plus à l'animal comme autrefois puisque leur culture se fait in vitro. Cela n'avait pas manqué d'amuser et d'intriguer toute la table. Mais le clou du spectacle, cela avait été la viande de fruit en dessert. Les Meat Fruits en avaient séduit plus d'un ; le menu vantait

« la rencontre entre la douceur féminine d'un fruit et l'attraction masculine pour la viande rouge, en une fête hybride pleine de combinaisons surprenantes. » Et la tarte à la viande de fruit qu'ils avaient partagée commençait en effet par le goût intense du bœuf, pour se finir sur des notes plus douces de bleuet. Tous ces souvenirs commençaient à ouvrir l'appétit de G. Mais pas de viande pour aujourd'hui, déjà trop d'excès la veille. Ils avaient accompagné tout leur repas des fameux cocktails B-52, qui mélangent bacon de culture et whisky, ou viande de baleine et saké. G. se dit qu'il passerait peut-être en ville acheter de quoi déjeuner à J., le boucher végétarien. C'était un vieil ami, agriculteur bio. Son projet avait été de développer des simili carnés : entièrement à base de végétaux, et principalement de soja, ces aliments imitent le goût de la viande à la perfection, et dupent même plus d'un carnivore. G. se souvenait quand J. lui avait cuisiné son faux steak (d'ailleurs G. n'était pas trop d'accord pour qu'on appelle cela un « steak »), et qu'il avait été bluffé par tant de ressemblance. Il s'était dit que s'il n'avait pas été du métier, il aurait probablement cru manger de la viande.

Mais son ventre lui faisait désormais bien comprendre qu'il avait faim. Comme il n'avait pas envie de sortir de chez lui, G. se dit qu'il se ferait livrer son repas par

Beyond Meat⁴, une société de similis carnés qui, comme J., proposait des substituts de viande mais à une bien plus grande échelle. Il avait lu sur leur site qu'ils entendaient réduire la consommation mondiale de viande de 25 % d'ici 2020, rien qu'en proposant des substituts imitant le goût de la viande. Une sorte de multinationale du faux poulet et autres protéines végétales. G. trouvait ça tout de même étrange, tous ces aliments qui éfont semblant ». Il en avait parlé à V., une de ses amies designer qui avait fait un projet sur la question. Intitulé Faked Meat (Viande truquée), le travail de V. partait du constat que les substituts de viande se répandaient à grande vitesse dans les supermarchés et cherchaient toujours à imiter la vraie viande. Ne s'agit-il pas toujours de saucisses végétales, de faux steaks pour hamburger, voire de faux morceaux de poulet ? Elle lui avait dit : « On pourrait tout aussi bien inventer de nouveaux animaux. Pourquoi ne pas jouer à Dieu ? ». Et elle avait commencé à combiner design et cuisine, inventant de faux animaux dans l'assiette, comme le *Sapicu-Avicularis Atrovirens*, qui vivrait dans les érables canadiens, ou le *Ponti-Pontikos Volcanae* européen⁵. Et alors qu'il était en train d'ouvrir son Atlas de la viande⁶ pour mesurer l'impact de la consommation massive de viande sur les hommes et l'environnement, G. se dit qu'il aimait bien tout de même cette idée de passer par la fiction pour réfléchir...

Si nous devons ou non manger de la viande, ce n'est pas ce que nous essayons de savoir. En revanche, cette question conduit à s'interroger sur bien d'autres champs que celui, exclusivement, de notre alimentation. On parle d'économie, d'écologie, d'éthique ! Cette question de la viande concerne bien des domaines, au premier rang celui du design. Car c'est d'abord en concevant des objets comme le cookbook fictif, des véhicules comme l'abattoir mobile, des aliments comme ceux de Marije Vogelzang⁶, en inventant de faux restaurants comme le Bistro In Vitro, ou en lançant des start-up comme Beyond Meat, que l'on rend tangibles les choses, qu'on amorce une réflexion, qu'on transmet des idées à tous. Et c'est pourquoi, si le design ne nous dit toujours pas si nous devons ou non manger de la viande, au moins permet-il déjà que l'on se pose tout simplement la question.

Notes

1 Le projet d'abattoirs mobiles est en réalité déjà bien entamé. Conduire les animaux à l'abattoir pose de nombreux problèmes. La production en masse de la viande a entraîné la fermeture de beaucoup de petits abattoirs et la consolidation de plus grandes installations qui nuisent aux petits éleveurs et aux fermes familiales. Alors même que la demande des consommateurs pour de la viande plus locale et produite plus naturellement augmente. Il a donc fallu mettre en place des installations d'abattage plus adaptées à leurs besoins, comme un abattoir mobile allant de ferme en ferme, éloigné des chaînes ordinaires d'abattage en masse.

www.organicagcentre.ca/NewspaperArticles/na_mobile_abattoir_part1_f.asp

2 Le Boucher Végétarien a été créé en 2011 par Jaap Korteweg, un agriculteur bio ayant pourtant grandi au milieu des vaches dans la campagne hollandaise. Après les désastres de la peste porcine et de la vache folle, et voyant de plus en plus comme un problème le fait de manger de la viande, Jaap chercha une manière de satisfaire son envie carnivore sans avoir à manger les animaux. Après dix ans de recherche sur des substituts imitant parfaitement le goût et la texture de la viande, il s'est associé au chef Marco Westmaass, au designer Niko Koffeman, au professeur Rob Van Haren et à une équipe, pour travailler la saveur et rendre encore plus « bluffants » ses produits. Ils sont aujourd'hui disponibles dans de nombreuses épiceries et restaurants dans toute l'Europe, et on ne compte plus le nombre de personnes à s'être fait mystifier par ces similibarnés. www.vegetarianbutcher.com/

3 Le Bistro In Vitro est un projet de Submarine Channel et Next Nature Network. Il s'agit d'un restaurant fictif qui explore l'impact potentiel que la viande in vitro pourrait avoir sur notre culture culinaire. Par le biais de leur site Internet et l'édition d'un cookbook fictif, ses concepteurs présentent différents plats imaginaires (tel que ceux cités dans le texte) inventés par des designers, chefs, artistes, scientifiques, philosophes. En proposant une fiction sur un domaine encore à ses débuts (le premier burger in vitro a été

cuisiné en 2013), le projet souhaite prendre part à la discussion sur le futur de la viande.

www.bistro-invito.com/en/bistro-invito/

4 Sur le même principe, mais de l'autre côté de l'Atlantique, la société Beyond Meat, créée en 2009, commercialise des similis carnés avec une ambition à grande échelle. « Nous croyons qu'il existe une meilleure façon de nourrir la planète. Notre mission est de trouver des solutions de grande consommation qui remplacent parfaitement les protéines animales par des protéines végétales. Nous sommes déterminés à améliorer la santé humaine, à avoir un impact positif sur le changement climatique, sur la conservation des ressources naturelles et sur le respect et la protection des animaux. [...] Nous voulons manger de la viande mais nous ne voulons aucun des inconvénients qui vont de pair avec elle. » Beyond Meat séduit de plus en plus de monde avec son concept de viande végétale et espère ainsi réduire de 25 % la consommation de viande dans le monde d'ici 2020.

www.beyondmeat.com/

5 L'Atlas de la viande (Meat Atlas) est une publication des Friends of the Earth Europe (Les Amis de la Terre) et de la Fondation Heinrich Böll (avec l'aide financière d'un fonds de l'Union européenne), qui vise à sensibiliser les gens aux enjeux collectifs de la consommation de viande et à promouvoir une consommation plus responsable. www.amisdelaterre.org/IMG/pdf/latlasdelaviande.pdf www.slate.fr/life/82131/atlas-viande-consommation-responsable

6 Marije Vogelzang est une designer néerlandaise diplômée de la Eindhoven Design Academy. Elle travaille sur le concept de « eating design », qu'elle différencie du « food design », et considère qu'aucun matériau n'est aussi proche de l'homme que la nourriture. Elle n'axe pas sa réflexion sur l'aliment en lui-même mais sur une vision plus globale : une certaine atmosphère, l'histoire que cela raconte, le goût, la texture, la couleur, comment et dans quoi il est préparé et servi. « Ce qu'on mange va dans l'estomac, mais aussi dans notre cerveau et peut ainsi réveiller des souvenirs et des émotions fortes. »

www.marijevogelzang.nl/www.marijevogelzang.nl/home.html

le storytelling en design, une nécessité ?

Clara Kernreuter —

portrait

Née en 1996, diplômée en 2018.

Clara Kernreuter prolonge ses études avec un master à Sciences Po Paris en « communication, médias et industries créatives » car elle est convaincue que le monde manque fortement d'éthique et de préoccupations environnementales. Elle pense aussi que « pour faire évoluer ce monde, la politique et la communication ont plus d'impact que le design ». Dans sa pratique de designer, elle aime élargir son champ d'action et prend à cœur tout ce qui est lié à la nature et à la nourriture, au jardinage, à la permaculture, à la montagne, à la gastronomie, aux procédés de fermentation et à la pâtisserie.

« Quel est ton scénario ? » « Que cherches-tu à exprimer ? »
« Quel est le sens de ton projet ? » « À qui s'adresse-t-il ? » « Avez-vous envoyé vos notes d'intentions ? » Telles sont les questions que j'entends souvent autour de moi.

Fabriquons-nous des histoires sur des projets ou des projets sur des histoires ?

Fabriquer des histoires sur des projets est un principe qui a été théorisé et porte le nom anglophone de *storytelling*. Ce terme a été « déposé » dans les années où la société est devenue « de consommation ». Les populations étant devenues de plus en plus friandes d'achats divers et variés, gadgets, vêtements, électroménager, cosmétiques, etc., le monde des objets s'est considérablement développé. Il a donc fallu trouver de nouvelles solutions pour ajouter de la valeur aux objets afin de cibler et séduire les consommateurs concernés. Au-delà des propriétés fonctionnelles et technologiques d'un produit, lui apporter une histoire est un moyen de le rendre plus attractif en faisant appel à l'émotionnel du client.

En d'autres termes, dans l'objectif de vendre ou de convaincre, le *storytelling* consiste à utiliser une histoire plutôt qu'à mettre classiquement en avant les arguments rationnels d'une marque ou d'un produit. Ce principe est

même aujourd'hui considéré comme une « méthode » de marketing : pas seulement dans le domaine du produit mais aussi pour accompagner des discours politiques, soutenir un message à faire passer à une foule, fidéliser des clients à une marque...

Storytelling ou narration honnête ?

Afin de réfléchir à cette question, pensons à n'importe quel projet de design, une affiche, un meuble, un vêtement, une création culinaire. Un projet qui renvoie à une histoire et fait appel à notre imaginaire.

Dans un premier temps, imaginons que l'idée qui y est présentée a réellement été motivée par une histoire, une forte émotion distinctement reproduite par le créateur, un souvenir de son enfance, l'histoire de personnes pour lesquelles il a voulu agir et s'engager. Ici, le message diffusé par ce projet est honnête car il correspond à une origine. Par ce biais, la narration qui en émane peut inspirer les consommateurs ou spectateurs tout comme elle a inspiré le créateur.

Issey Miyake est l'un des créateurs dont les projets semblaient à l'origine réellement inspirés par des histoires. Sa collection Pleats Please (1991) résultait de son souhait de créer des vêtements « faciles à porter et dans lesquels

bouger » et de son intérêt pour les processus techniques et industriels de fabrication textile. Puis il rencontra les danseurs de la troupe de William Forsythe lors de la création du ballet *The Loss of Small Details*. Ce sont leurs mouvements qui ont dicté à Issey Miyake les coupes et les matières qui pouvaient leur être adaptées. Je me souviens d'avoir lu un ouvrage à son propos il y a quelques années, dans lequel il était expliqué qu'il avait imaginé des coupes de vêtements suite à un voyage en Afrique centrale. Il y avait longuement regardé les courbes du déhanché des femmes, la manière dont se froissaient avec le vent leurs tissus de coton étendus, les couleurs alentour, l'utilisation que ces populations avaient du vêtement, etc. Et grâce à ses souvenirs, il avait conçu une collection « mémoire » de son voyage. Ces projets et leurs histoires font rêver, ils attisent la curiosité.

C'est dans ce type de circonstance que, en tant que créateurs, nous pouvons nous dire qu'il est important de savoir retranscrire une histoire vraie, et qu'utiliser son propre vécu peut être un moyen de rendre les projets plus riches en sens et en émotions. Une création provoquée par un sentiment s'en imprègne et ne peut qu'en être marquée. Encore faut-il avoir été soi-même ému par quelque chose et trouver la nécessité d'en faire une production...

Reprenons notre idée fictive. Dans un second temps, il est facilement imaginable que le produit en question puisse

avoir été motivé par toutes sortes d'autres situations, et que la narration qui y est associée ait été artificiellement pensée en amont, en tant qu'argument de vente. On peut se dire : « Mais quelle hypocrisie ! » Nous pouvons dans ce cas précis parler de véritable storytelling. Au vu de son résultat final, il est parfois possible de ressentir qu'une création émane directement d'un vécu. Mais il est souvent compliqué de savoir si l'histoire s'est déroulée avant le projet ou le projet avant l'histoire. Aujourd'hui, dans une école de commerce, il existe des cours consacrés uniquement à cette méthode de communication. Et nous voyons se développer des groupes de coaching en storytelling, des livres d'apprentissage, etc. Impossible de comptabiliser combien de projets utilisent un storytelling uniquement pour séduire le public et attirer son attention. Car tout l'intérêt de ce travail est de donner à croire à de réelles histoires, et de tromper les consommateurs.

Ashraf Ramzy, directeur d'une agence de conseil en marketing narrativité, explique : « Les gens n'achètent pas des produits mais les histoires qu'ils véhiculent. Ils n'achètent pas des marques mais les mythes et archétypes qu'elles symbolisent. » En effet, presque tout produit de consommation est aujourd'hui associé à des codes et à des signes que manipulent très bien les experts en storytelling. Cela se remarque facilement en observant les publicités. Dans les catalogues, les objets sont souvent

mis en scène et présentés en images. Dans un premier temps, l'hypothétique consommateur constate des faits : « Sur l'image, je vois une lampe. Elle éclaire un canapé beige, fraîchement marqué par les corps qui se sont levés. La lumière est chaleureuse et un livre encore ouvert est posé à côté. Sur le sol se trouve une peluche d'enfant. » Ensuite ses effets sémantiques entrent en jeu : « Cette maison est celle d'une famille, cette famille est en mouvement, ils sont plein de vie, il y a des enfants. Cette famille pourrait être la mienne. » Par conséquent, « cette lampe est la lampe d'une famille à laquelle je m'identifie, donc je m'intéresse à cette lampe. » Jamais un tel objet n'est présenté au grand public sous forme de dessin technique coté et comportant des informations précises à propos de la densité des matériaux, etc. Lorsqu'il ne s'agit pas d'images, il peut s'agir de cartels, de discours, de vidéos... Dans cette société qui croule sous les images, il faut trouver des histoires de plus en plus frappantes, voire choquantes, pour attirer l'attention des gens. Et force est de reconnaître que les plus grands consommateurs d'aujourd'hui n'ont pas souvent besoin réellement des produits qu'ils achètent.

Il n'est donc pas toujours facile de savoir si un projet a été conçu en fonction d'une histoire ou l'inverse, plus hypocrite. Mais ce que je ressens est que, dans la plupart des cas, la véracité ou non de l'histoire n'a pas beaucoup

d'importance pour le consommateur. Ce qui compte le plus lorsqu'il aborde des produits, c'est le scénario auquel ils le renvoient personnellement, argument marketing ou non. Ce qu'ont voulu transmettre les personnes qui en sont à l'origine est souvent secondaire.

Good Storytelling For Good Design?

La qualité de l'histoire racontée par un produit est-elle proportionnelle à ses qualités fonctionnelles, esthétiques, industrielles écologiques ? Il est fort probable que parfois la narration appliquée à un projet soit « gonflée », ambitieuse, et que le sens de l'objet individuel ne suffise pas à l'égaliser. Quand Jim monte à Paris est selon moi un bon exemple de création de designer dont l'intérêt provient surtout du sens de l'histoire qui y est associée. Le titre de cet objet est un premier indice qui nous propulse dans un certain imaginaire et non pas un nom couramment utilisé pour désigner un simple lit pliant. Ensuite, Matali Crasset introduit le décor/contexte de son projet, lorsque qu'elle le présente : « J'ai voulu faire ça pour mes amis, quand ils viennent ils peuvent dormir bien. » Un prénom, une ville, une action, une motivation, le scénario est très simple à percevoir, et il est très facile de s'y identifier. En ce sens, sa narration est très efficace, plus ludique et

moins ennuyeuse que les appellations habituelles que l'on pourrait rencontrer pour ce type d'objet. « Matelas pliable », « futon pliant », « matelas d'appoint pliant », sont autant de noms que j'ai trouvés sur des catalogues de grandes enseignes d'ameublement, pour des produits de fonction identique.

Mais cet objet est-il vraiment aussi simple ? Sur le site de Matali Crasset, il est possible de voir trois photos du lit hors contexte et sans pouvoir vraiment en juger l'échelle. J'ai donc recherché ailleurs quelles étaient les dimensions de ce lit et ai été assez étonnée de constater qu'en réalité le matelas replié est bien plus encombrant qu'il n'en a l'air

(structure fermée : L 340 x P 340 x H 1900 mm ; ouverte : L 1900 x P 1300 x H 10 mm). Je l'imaginais beaucoup plus petit puisque qu'il est dit qu'il « répond parfaitement au manque de place dans beaucoup d'appartements urbains. » Je ne suis donc pas totalement convaincue par la réelle fonctionnalité d'un tel produit. Il existe des matelas pliants conçus par des ingénieurs plus ergonomiques, plus économiques, plus petits, plus légers... De plus, son prix élevé me porte à croire que ce n'est pas principalement dans des appartements où la place manque que l'on va retrouver Quand Jim monte à Paris. Donc le problème de son usage est manifeste. Mais cet objet justifie tout son intérêt grâce à l'histoire qu'il porte. On l'achète pour ce

qu'il représente, parce qu'on l'admire mais pas forcément pour s'en servir.

Un bon storytelling est un outil de communication indispensable lorsqu'il s'agit de design pour l'innovation sociale, là où un projet est à la fois appuyé par l'histoire de personnes, d'une communauté, et est communiqué à la société sous forme de narration. La philosophe Virginia Tassinari, bras droit d'Ezio Manzini, explique qu'il est important de comprendre les marges de la société dans toute leur complexité et de partager ensuite ses analyses sous forme d'histoires. Ces histoires, une fois diffusées au reste de la société, deviennent plus tangibles, et peuvent motiver et stimuler d'autres communautés à développer leurs propres projets locaux, leurs propres services. La narration favorise donc les actions bottom up car elle est un support d'étude et de communication qui s'adapte à des projets non pas motivés par des industriels ou des administratifs mais conçus par et pour la société. Le réseau d'écoles engagées dans l'innovations sociale DESIS, par exemple, s'est récemment attachée à écouter, dans son cluster Ageing, l'histoire de personnes âgées de plus de 90 ans. Ils ont vécu avant que notre société ne devienne « de consommation » et étaient plus en adéquation avec la nature. L'idée est de rechercher des solutions dans le passé, où les objets étaient plus durables, les industries

plus locales (...) pour façonner notre monde de demain. Il est donc important que les designers s'immergent à l'intérieur de ces histoires et s'en fassent leurs propres expériences pour être capables de devenir acteurs de l'innovation sociale.

Mais sommes-nous toujours obligés de raconter ou de nous référer à des histoires pour créer ?

L'histoire peut être le point de départ ou l'objectif d'un projet, un facteur d'innovation sociale, mais comme je le disais précédemment, encore faut-il trouver l'histoire. Il ne faut sans doute pas négliger que le charme, le sens et la poésie d'une idée peuvent également surgir du hasard. L'intuition et le principe de sérendipité sont tout aussi riches en pistes de création. Par exemple : « Je manipule quelque chose, il se produit quelque chose d'autre. J'y trouve des qualités plastiques, matérielles, fonctionnelles. Suite à cela, je rebondis, je vais réfléchir à la manière de mettre en valeur ces qualités, en tirer des conclusions, me fixer de nouveaux objectifs, etc. » C'est ce que l'on pourrait appeler « la dynamique de l'atelier ». D'une manière similaire, un objet scientifiquement réalisé peut être très appréciable et admirable de par son extrême fonctionnalité, son économie, sa forme la plus efficace

possible.

Aux côtés de l'intuition, de la science, de la fonctionnalité, des besoins, l'art de raconter des histoires n'est pas une nécessité pour parvenir à créer. Mais dans un monde où les produits et les images sont de plus en plus nombreux, il faut sans cesse rivaliser d'inventivité pour « surenchérir les autres » et séduire. L'histoire, qu'elle soit essence d'un projet ou élément marketing, est un chemin empruntable pour y parvenir.

Bibliographie

Benaim Laurence, *Mémoire de la Mode : Issey Miyake*, Paris, Assouline, 1997.

Kitamura, Midori, *Pleats Please*, Köhln, Taschen, 2012.

Webographie

www.conseilsmarketing.com/mailings/le-story-telling-lart-de-raconter-une-histoire-pour-vendre www.matalicrasset.com/fr/projet/quand-jim-monte-paris-domeau-peres

derrière le vide. rien

Arthur Ristor —

portrait

Né en 1991, élève de la spécialisation Design objet à l'EnsAD depuis 2014.

Arthur Ristor étudie tout en menant parallèlement son métier d'assistant designer chez Eric Schmitt. Pour son projet de diplôme, il est en binôme avec son camarade Victor Calsou, « un ami bercé par Claude Sautet » ! Ils ont déjà travaillé ensemble pour la RATP, édité un meuble avec le Mobilier National, collaboré avec la manufacture de Sèvres... Ce qu'ils veulent creuser pour leur Grand projet c'est la fête, le carnaval, le désir et l'enivrement... ; une position à « la Perec » dans la tentative d'épuisement d'un lieu parisien ! N'aime ni la niaiserie dans les projets de design, ni le monde lisse. Le design qui lui plait se retrouve aussi dans la gravité, la tristesse, le vide. Une sorte « de design de l'ombre ».

arthuristor.com

Aujourd'hui, le rien est-il acceptable ? Notre vie se calcule avec l'outil de mesure appelé temps, bien goupillé. Des doodles pour gérer mes disponibilités, des échéances pour évaluer ce qu'il me reste, un réveil pour calibrer mon organisme, un agenda pour découper des tranches horaires, une montre pour mesurer le respect de ces tranches. Un emploi du temps bien huilé qui permet la bonne transition des évènements, les uns derrières les autres.

Gérer, mesurer, respecter, calibrer.

À la vue de ce vocabulaire, je me demande encore s'il me reste un peu d'humain Tentons de retrouver cette infime part. Ici, elle passe par la fuite hors de ce temps malmené. Derrière cet encombrement des jours, semaines, mois, tous abordés suivant une accumulation d'échéances, deadlines, événements, se trouvent des espaces vides, des trous, du rien.

Il est extrêmement vertigineux, ce vide. Il est même dérangeant. Est-ce acceptable ? Celui qui ne fait rien est condamné à l'égoïsme, à l'ermitage, au couvent. Il est hors du temps. Quand tout est fait pour ne pas perdre son temps, quand la vitesse est une vertu, l'espace vide devient vite angoissant.

Mais peut-être prendriez-vous un peu de Catherine Deneuve dans Les Demoiselles de Rochefort : « Quand tu m'as assez vue, soupirerais-tu en / Disant Excuse-moi le temps c'est de l'argent ! »

D'ailleurs, que disait-il, lui ? Time is money. Lui, Benjamin Franklin, qui fut président des États-Unis. En plus contemporain, nous avons eu un certain Steve Jobs qui prononçait au campus de l'université de Stanford en 2005 : « La mort est très probablement la meilleure invention de la vie. C'est l'agent de change de la vie. Elle nous débarrasse de l'ancien pour faire place au nouveau. À présent, le nouveau, c'est vous, mais un jour, peu éloigné d'aujourd'hui, vous deviendrez graduellement vieux et serez éliminés. Désolé d'être aussi théâtral, mais c'est parfaitement vrai... Votre temps est limité, alors ne le gaspillez pas en vivant la vie de quelqu'un d'autre. Ne soyez pas prisonnier du dogme qui se perpétue sur les résultats de la pensée des autres. Ne laissez pas le bruit des opinions des autres étouffer votre voix intérieure. Et, surtout, ayez le courage de suivre votre cœur et votre intuition, ils savent ce que vous voulez vraiment devenir. Tout le reste est secondaire. »

Time is life !

La personne qui distribue ce conseil vient de savoir qu'il est porteur d'une maladie incurable, soulignant une échéance nette sur le calendrier de sa vie.

Mais ne nous laissons pas abattre, reprenons un peu de Catherine Deneuve : « Mais le temps mon ami, pour moi, c'est de l'amour / C'est rire, c'est chanter, tant que dure / le jour / C'est aimer chaque nuit que le seigneur a faite / Le temps, c'est de l'amour, vivre, c'est une fête ! »

Alors ne perdons plus de temps. Vite ! La fin est proche. De ce pas, je veux tout apprécier, tout, toi, moi, l'air, ce clavier en plastique qui fait un bruit de secrétaire de bureau, ce bruit d'avion, la fenêtre de ma voisine d'en face, ma voisine d'en face, la balustrade rouillée, tout.

Oui, mais où peut conduire cet environnement quotidien si ce n'est à la passivité, à la lassitude ? Alors qu'au multiplex, je sais qu'on sert des films qui font « waouh » avec du bon pop-corn sucré qui donne soif ! Soif, vous dites ? Mais le coca bien pétillant, bien frais, il est là-bas aussi. Oh ! Et il y a même de la musique. Ah ! Et de belles lumières de toutes les couleurs. Hmm...

Oui, c'est vrai mais désolé, je suis rabat-joie, le « waouh » m'emmerde. Ces éléments sont intrinsèquement appréciables, c'est trop évident. Revenons donc à du moins spectaculaire. Retour au vide.

« Ce que l'on ne note généralement pas, ce qui ne se remarque pas, ce qui n'a pas d'importance : ce qui se passe

quand il ne se passe rien, sinon du temps, des gens, des voitures et des nuages. » Lui, je l'aime bien. Il s'appelle George Perec. Dans cet ouvrage, il déclare une flamme au sens de la vue.

Voir, selon le Wiktionnaire, c'est : « Percevoir l'image des objets par l'organe de la vue. » Une évidence, me direz-vous. Mais ce n'est pas la seule facette qui nous intéresse. Voir quelque chose, c'est aussi lire ce qui nous entoure, c'est lui accorder notre précieux temps. Le temps de pouvoir lire les choses. Prendre le temps de voir les choses. Voir, c'est aussi regarder, considérer avec attention. Jusqu'à fréquenter. On dit que l'on voit quelqu'un, c'est une relation d'exclusivité vis-à-vis de quelqu'un. On se consacre à...

Ce que m'offre ce cher voir avec mon environnement, c'est de l'amour.

L'amour. C'est quelque chose, ça, l'amour. Et pourtant, au lieu d'être auprès des personnes que j'aime, je me tue à la tâche, loin d'eux, chassant un diplôme, dans une certaine école, dans le but d'atteindre un certain idéal de vie. Ça ne me fait pas forcément rêver. Quand nous courons dans le métro, avec de l'animosité envers toutes les personnes nous entourant... Poussant, criant, courant à tout va. Dans quel but ? Putain, mais c'est quoi l'idée ? Ah, oui ! Time is life, time is money, money is life.

Oui, mais prenons encore un petit peu de temps. « Nous

avons beau dire, nous ne pouvions jamais leur faire comprendre que c'était pour regarder le ciel et la mer, pour évaporer notre âme au soleil, pour sentir fermenter en nous notre jeunesse et pour recueillir des impressions, des sentiments, des idées, que nous écririons peut-être ensuite en vers... »

Aujourd'hui, regarder le ciel et la mer consisterait à les capturer dans une boîte, qu'elle soit appareil photo ou Smartphone, et à déposer le butin sur un réseau social afin de lui donner consistance publique (le voir ne devient plus une relation d'exclusivité liée à l'esprit mais un possible produit de promotion de soi quantifiable).

Ici, je pointe la dévalorisation du simple acte de contemplation qui, malheureusement, s'il ne reste qu'un dialogue de l'esprit, sera considéré comme étant inutile. Tristement, cette relation passionnelle ne devient que du rien, de l'inintéressant.

Alors, à défaut d'être passionnante, notre vie est devenue calculable. Combien de kilomètres je parcours pour aller de mon bureau jusqu'à chez moi, quels sont ces déplacements, quel est mon pouls, quel itinéraire le plus court pour aller d'un endroit à un autre, quelles activités me sont proposées pour combler un espace vide, comment gérer efficacement cette précieuse monnaie qu'est le temps.

Quantifier, comptabiliser, enregistrer, faire des statistiques, des chiffres, des pourcentages.

Encore du champ lexical qui m'éloigne de ma condition de simple être humain. Pour en être arrivé là, je me demande quelle est la valeur de quelque chose qui ne se quantifie pas ? C'est ce que l'architecte Jean Nouvel appelle le détournement.

« À un moment donné, l'objet singulier est rendu à ce côté énigmatique, inintelligible même par celui qui l'a créé, qui nous obsède et nous ravit. Heureusement, c'est aussi la raison pour laquelle on peut continuer à vivre dans un univers aussi plein, aussi déterminé, aussi fonctionnel. Notre monde serait invivable sans cette puissance de détournement infuse. »

Cette puissance de détournement, c'est l'espace de jeux nécessaire pour l'esprit. Elle est l'ouverture, l'histoire qui nous tend les bras à chaque coup d'œil attentionné que nous tendons, l'objet d'un désir encore inconnu. Et c'est finalement derrière ce rien qu'il y a des choses à voir, à déceler. Le bavard broie notre capacité de contemplation. D'un certain point de vue, cela touche à notre singularité, en tant qu'être humain en devenir, car c'est par notre faculté à pouvoir voir selon notre propre filtre que notre vie se construit.

Là se trouve le sens du possible. Notre possibilité de pouvoir imaginer, à partir de ce que l'on voit, tout un monde. Créativité absolue, le monde n'est plus figé, et s'ouvre à l'interprétation personnelle. « Ces hommes du possible vivent, comme on dit ici, dans une trame plus fine, trame de fumée, d'imaginations, de rêveries et de subjonctifs ; quand on découvre des tendances de ce genre chez un enfant, on s'empresse de les lui faire passer, on lui dit que ces gens sont des rêveurs, des extravagants, des faibles, d'éternels mécontents qui savent mieux que tout le monde. » Alors rêvons.

Bibliographie

Baudrillard Jean, Nouvel Jean, Les Objets singuliers. Architecture et philosophie, Arles, Arléa-Poche, 2013.

Birnbaum Jean (dir.), Où est passé le temps ?, Paris, Gallimard, Folio essais (n° 568), 2012.

Lamartine Alphonse de, Graziella, Paris, Gallimard, Folio classique, 1979.

Musil Robert, L'Homme sans qualités, Paris, Editions du Seuil, collection Points, 2011.

Perec Georges, Tentative d'épuisement d'un lieu parisien, Paris, Christian Bourgois, 1982.

Filmographie

Demy Jacques, Les Demoiselles de Rochefort, 1967.

éloge de l'amateur

Arthur Ristor —

C'est un amateur de musique classique. Lui, un amateur de gastronomie. Et là, un amateur de danse contemporaine. Enfin, ce sont des amateurs en tout genre. Des amateurs ? Prenons tout d'abord la définition du Littré : « Celui qui a un goût vif pour une chose. Un amateur de peinture, de musique. » Cependant, il est fâcheux de constater que l'on utilise souvent ce mot pour son caractère négatif. Mais il a du bon, ce mot. Il suffirait de le regarder plus amplement à la racine, car celle-ci, latine, correspond à *amator*, qui signifie amoureux.

Donc parler d'amateur revient à parler d'amour.

Mais ne faisons pas de raccourcis et notons une petite différence vis-à-vis du simple amour. En effet, l'amour consiste à éprouver des sentiments envers quelque chose, point. Mais l'amour d'un amateur pousse ce sentiment plus loin, aux abords de la passion, à la compréhension du sujet, à l'étude.

Par amour, je m'intéresse, par passion, je m'adonne à cette activité.

Être amateur, c'est accepter de n'être qu'un amateur, d'apprécier sans pouvoir prétendre tout connaître mais, au contraire, pouvoir affirmer ne pas tout connaître. Ce manque de connaissance, loin d'être handicapant, devient source d'envie et pousse à vouloir aller plus loin dans son étude amoureuse.

C'est aussi accepter de ne pouvoir s'adonner à cette

passion que partiellement. Les rares moments qui lui sont destinés sont légion. C'est le refus des « cerises quand il gèle » de Jean-Jacques Rousseau : la table des rois peut en être garnie lorsque ce n'est pas la saison mais si ces raretés deviennent illimitées, ne perd-on pas le plaisir de la retrouvaille, de l'arrivée du moment tant attendu ?

L'amateur est la personne qui s'adonne à un domaine ne relevant pas de son expertise : « Ce lieu qu'on ne connaît pas, si on se débrouille bien, il pourrait être celui d'un certain secret. Et il pourrait, à partir de là, véhiculer des choses, des choses qu'on ne maîtrise pas, des choses qui sont de l'ordre du fatal, qui sont de l'ordre du volontairement incontrôlé. »

La passion de l'amateur se vit comme un escapisme vis-à-vis du labeur quotidien, à savoir les corvées et l'activité professionnelle, qui ne sont pas forcément sources de satisfaction. « Escapisme » est un mot dérivé de la touche se situant en haut à gauche de notre clavier, escape qui, une fois pressée, permet de se sortir de n'importe quelle situation inconfortable. Une fenêtre ouverte vers un ailleurs, parsemée de petits rêves.

Ces zones de fuite, on les retrouve dans certains films de science-fiction. Dans *Zero eorem* de Terry Gilliam, sorti en 2014, Qohen Leth, programmeur casanier, personnage non adapté au monde, trouve refuge sur

une plage paradisiaque au moyen d'une combinaison connectée à son ordinateur, lui permettant de se trouver dans un endroit où sa calvitie bavarde n'est plus, où ses angoisses sont vaines, où le fantasme d'une autre vie se matérialise. Il vit alors une renaissance. Une re-naissance, une deuxième naissance.

À l'image du rêve, être amateur, c'est se dégager un espace possible pour pouvoir imaginer et fantasmer une vie nouvelle. Car il est difficile de pouvoir changer de vie, de tout « plaquer » pour faire autre chose. Ces questions, au moment où mon avenir se dessine à travers les murs de l'École, sont essentielles.

Suis-je à l'école pour développer une passion ou pour devenir un professionnel ? Ou alors pour professionnaliser mon amateurisme ?

L'amateur confie du temps à ses petits rêves et entretient avec eux un rapport privilégié sans recherche de gratifications conventionnelles comme l'argent ou la reconnaissance sociale. C'est avant tout une question de plaisir, et le plaisir vient en faisant. Dans ce faire, il transforme son fantasme en acte, la fécondité de celui-ci n'étant pas un paramètre déterminant car le plaisir réside avant tout dans le travail du fantasme. Cette citation de Fédor Dostoïevski nous le dit plus clairement : « Comme le joueur d'échecs, peut-être, ils n'aiment que le processus

qui mène au but, et non le but en tant que tel. »

L'aboutissement de ce fantasme, je le retrouve à travers l'œuvre architecturale du facteur Cheval, simple facteur, homme du peuple. « Il rêvait en marchant de construire un palais féérique, dépassant l'imagination, tout ce que le génie d'un humble peut concevoir. » Et ce rêve, il l'a matérialisé, pierre après pierre, allongeant ses tournées postales pour récupérer les matières premières. Pendant trente-quatre ans, cet homme aura construit son palais, le plus souvent de nuit, étant occupé la journée par ses devoirs professionnels.

Invoquer la figure de l'amateur, maintenant, c'est parler du temps qu'il nous reste pour tendre vers ce que l'on veut devenir, en veillant à apprécier continuellement ce que l'on fait sans consentir le sacrifice de « passer sa vie à la gagner ». Enfin, la beauté de l'amateur réside dans sa liberté de dire qu'il y a d'autres possibles, finalement, la vie n'étant pas linéaire mais parsemée d'une infinité de chemins abordables.

« Quand il ne peut plus lutter contre le vent et la mer pour poursuivre sa route, il y a deux allures que peut encore prendre un voilier : la cape (le foc bordé à contre et la barre dessous), qui le soumet à la dérive du vent et de la mer, et la fuite devant la tempête en épaulant la lame sur l'arrière avec un minimum de toile. La fuite reste souvent,

loin des côtes, la seule façon de sauver le bateau et son équipage. Elle permet aussi de découvrir des rivages inconnus qui surgiront à l'horizon des calmes retrouvés. Rivages inconnus qu'ignoreront toujours ceux qui ont la chance apparente de pouvoir suivre la route des cargos et des tankers, la route sans imprévu imposée par les compagnies de transport maritime. Vous connaissez sans doute un voilier nommée Désir ? »

Je vous prierai, Mesdames et Messieurs, de bien vouloir embarquer dans ce voilier.

Bibliographie

Chaté Anne, Bonheur tranquille : vivre avec l'esprit de modération, Paris, Payot & Rivages, 2009. Collectif, « Fantasma », Qui ne dit mot consent, n°3.

Dostoïevski Fédor, Les Carnets du sous-sol, Arles, Actes Sud, 1992.

Laborit Henri, Éloge de la fuite, Paris, Folio, 1985.

Nouvel Jean, Baudrillard Jean, Les Objets singuliers. Architecture et philosophie, Paris, Calmann-Lévy, 2000.

Ragon Michel, Histoire de l'architecture et de l'urbanisme modernes, Paris, Points, 2010.

Essai
D'ESSAIS
2017 —

— *DESIGN OBJET* —



légendes des images choisies



le design pour l'innovation sociale
Oriane Lesaffre

2

bio-co : les enseignements des systèmes de collaboration dans la nature
Oriane Lesaffre

0

les objets bavards
Maurine Rolland

la mécanisation de l'esprit
Antoine Pintout

des objets et des genres
Talita Otovic



1

7

le design pour l'innovation sociale

Oriane Lesaffre —

portrait

Née en 1995, élève en année de diplôme de la spécialisation Design objet à l'EnsAD depuis 2014.

Nourrie par un stage chez EDF, Oriane Lesaffre a conforté sa curiosité pour le design de service. Elle a vécu plusieurs mois en Italie où elle a approfondi cet intérêt en suivant des cours au Politecnico de Milan. Son mémoire sur l'évolution des relations entre les humains et les animaux sauvages est inspiré par les causes qu'elle défend - respect de l'environnement, protection animale, des peuples premiers. À présent, elle poursuit ses recherches dans le cadre du Grand Projet.

Dans cet essai, je comprends les actions d'ordre « humanitaire » de manière très large, comme un ensemble d'actions déployées dans le but d'améliorer la condition humaine. Cela peut donc se référer à de l'apport d'aide dans des situations d'urgence, ou encore à la création d'innovations permettant d'améliorer les besoins fondamentaux d'une population.

La « cause environnementale », quant à elle, se réfère aux conséquences sur la nature que peuvent exercer les actions humaines ainsi que les retombées négatives sur le bien-être de l'homme. Les actions menées à cet égard englobent des solutions à plusieurs échelles qui peuvent être mises en place afin de réduire l'impact négatif de l'homme sur son environnement.

Je conçois le design à vertu sociale de la façon suivante : comme une discipline qui appréhende des questionnements sociaux, répondant à des besoins présents ou futurs, et qui tend à améliorer le quotidien d'un groupe de personnes par des réponses concrètes relevant de domaines variés (objet, service, architecture).

Le rôle du designer est de répondre aux besoins de l'homme et de trouver des solutions innovantes pour son bien-être présent et à venir. Or, s'il y a bien deux sujets majeurs et globaux qui viennent contrarier l'épanouissement de la race humaine à notre époque, ce sont les causes humanitaires et environnementales. Je

me pose donc la question suivante : le designer peut-il apporter des initiatives appropriées et pertinentes dans ces deux domaines ?

Problématiques humanitaires et environnementales/
design : des postures qui rassemblent

Aujourd'hui, notre planète est confrontée à des crises humanitaires et environnementales croissantes et complexes, provoquées par des guerres incessantes, des catastrophes naturelles, ou encore des déforestations dues, entre autres, aux cultures industrielles. Par exemple, le développement des plantations de palmiers à l'huile se fait encore dans plus de 50 % des cas à la place de forêts naturelles¹ qui sont donc brûlées, notamment en Asie du Sud-Est. Il ne se passe pas un jour sans que l'on parle dans les médias des conditions de vie déplorables des réfugiés syriens, afghans ou somaliens arrivés en Europe. Nous sommes également tous alarmés par le fait qu'en 2013, plus de 10 % de la population mondiale vivait sous le seuil de pauvreté établi à 1,90 \$ par jour², et que 11 % de la population n'a pas accès à l'eau potable³. L'activité humaine a tellement endommagé notre planète qu'aujourd'hui la pollution de l'air, notamment aux particules fines, a causé la mort de près de 7 millions de

personnes en 20124.

Je ne tends pas dans cet essai à dresser l'un après l'autre la liste des problèmes sociaux et environnementaux que nous subissons aujourd'hui et à en tirer des conséquences politiques ou économiques. Car ce n'est pas le but de mon questionnement, et quelques pages ne suffiraient pas et que je ne prétends pas avoir de connaissances assez pointues pour le faire. Cependant, il me paraissait sensé de débiter cette réflexion – autour de l'action possible du designer dans les causes environnementales et humanitaires – par un rappel du tableau extrêmement large de problématiques sociales et environnementales urgentes touchant l'intégralité de notre planète dont nous, en tant qu'êtres humains, et nous designers, avons le devoir d'interroger et d'apporter une aide.

Son champ d'action

La « cause humanitaire » est un terme très vaste dans lequel nous pouvons regrouper de multiples situations, certaines dans lesquelles le design peut jouer un rôle pour développer des solutions. Afin d'identifier l'ampleur de cette problématique, je vais donc citer trois exemples concrets de contextes très différents, dans lesquels des projets ayant attrait au design ont été développés :

- la situation d'urgence après une catastrophe naturelle,
- l'innovation dans un contexte d'adversité,
- l'insertion de réfugiés par le design collaboratif.

Pendant une crise humanitaire, comme un séisme qui a dévasté une région, par exemple, nous sommes confrontés à une situation d'urgence. Juste après la catastrophe, il faut apporter les premiers secours, monter des abris temporaires, ravitailler en eau et en nourriture, trouver comment s'éclairer, comment s'abriter du froid, du vent... À mon sens, c'est un champ d'action très peu accessible aujourd'hui pour le designer en intervention directe car la rapidité prime et, pour cela, la connaissance globale du matériel de secours doit être universelle, afin que n'importe quel intervenant sur le terrain sache s'en servir. Cependant, de nombreux services peuvent être pensés pour ces types de cas, comme la mise en place d'une plateforme numérique ayant pour but de cartographier la zone sinistrée d'après des informations envoyées par les sinistrés.

C'est ce qu'a fait le Kathmandu Living Labs à l'occasion du séisme de magnitude 7,8 qui a dévasté le Népal le 24 avril 2015. Cette organisation à but non lucratif fondée par Nama Raj Budhathoki développe des cartographies en open source. M. Budhathoki siège également au conseil d'administration de l'Humanitarian OpenStreetMap Team qui réalise des cartographies contributives dans

des contextes humanitaires en se servant du partage de données. Vingt heures après cette catastrophe, le Lab a déployé une plateforme d'urgence afin d'enrichir les cartographies existantes en localisant les fortes zones nécessitant de l'aide. Ce qui permettait aux populations locales d'identifier le type d'aide dont elles avaient le plus besoin. En contact avec les équipes de secouristes, notamment la Croix Rouge et l'Armée du Népal, ces précieuses informations récoltées en temps réel ont aidé à coordonner les actions de secours. En deux jours, plus de 2 200 personnes à l'international ont contribué à enrichir la cartographie des zones frappées par le séisme via OpenStreetMap.

Voyons maintenant un tout autre contexte d'intervention qui touche au développement d'une solution visant à améliorer le quotidien d'une population donnée. Je vais parler ici d'un exemple suivant le principe de la stratégie d'innovation Jugaad. « Jugaad » est un concept hindi que l'on peut traduire par « débrouillardis ». C'est le fait de faire plus avec moins, de revenir à l'essentiel d'un produit, de répondre au besoin du consommateur et non à un désir, et donc de proposer des solutions justes, sans sophistication inutile. On parle aussi « d'ingénierie frugale ». C'est un état d'esprit adopté par les économies émergentes comme l'Inde ou le Brésil qui se servent de

l'adversité comme d'un moteur d'innovation.

Cummins Infosystems KPIT est une société indienne de services en ingénierie électronique et prestataire de services informatique. Un jour de l'année 2008, un de ses ingénieurs, Tejas Kshatriya, a eu l'idée de créer un système d'alimentation hybride à moindre coût à implanter sur les voitures. Il en a eu l'idée alors qu'il était coincé dans un embouteillage à Bombay. Le système Revolo est lancé en 2010. Ce kit comprend une batterie rechargeable, un moteur électrique et une poulie. Une fois ce kit installé sur un véhicule roulant à l'essence, il permet de le convertir en véhicule hybride. Il peut être installé sur n'importe quelle voiture, peu importe la marque et l'âge de celle-ci, sans interférer avec la configuration du constructeur automobile. Revolo fonctionne très bien en circulation urbaine dense car il capte l'énergie cinétique générée à chaque fois que les freins sont actionnés et la stocke dans ses batteries. Voici ce qu'en pense Ravi Pandit, le directeur général de KPIT Cummins : « Avec Revolo, nous avons trouvé une solution abordable pour transformer une voiture à essence en véhicule hybride respectueux de l'environnement, économe en carburant mais aussi de haute performance. Avec Revolo, les propriétaires de voitures obtiennent plus de valeur à moindre coût. »

Je trouve cet exemple pertinent car il met en avant une entreprise qui a bien compris le contexte dans lequel elle

pouvait intervenir. Sa réflexion est partie d'un problème concret et quotidien rencontré en Inde, la circulation dense qui entraîne un gâchis d'essence et la pollution de l'air. De cette réflexion est née une innovation qui est bénéfique pour l'utilisateur. Effectivement, son prix est compris entre 1 300 et 3 250 dollars sur le marché indien, il coûte 80 % de moins que les autres systèmes hybrides.⁵ Selon une étude, une utilisation quotidienne moyenne de cinquante kilomètres permet d'amortir le kit en moins de deux ans. Il permet donc à des usagers n'ayant pas les moyens de s'acheter une voiture hybride de répondre à plusieurs problèmes : il réduit sa consommation d'essence tout en polluant moins. En effet, d'après des tests, Revolo améliore l'efficacité énergétique de plus de 35 % et réduit les émissions de gaz à effet de serre d'au moins 30 %. À mon sens, KPIT Cummins démontre bien l'utilité et l'efficacité de la pensée Jugaad. Premièrement, l'entreprise a développé une innovation en réduisant ses coûts car son développement lui a coûté moins de 2 millions de dollars, ce qui est nettement moins que si elle avait développé une nouvelle voiture, de plus hybride, qui s'élève en moyenne à un milliard de dollars.⁶ De plus, elle a créé cette technologie en s'appuyant sur un besoin et non sur un désir des consommateurs, avec l'envie d'apporter une solution minimaliste, simple mais pas simpliste, et qui offre de la valeur en améliorant la vie des

gens concernés, tout cela à un prix abordable. Qui plus est, elle répond à la fois à un problème humanitaire et à une question environnementale.

Utiliser la méthode du design collaboratif pour favoriser l'insertion socio-économique d'artisans réfugiés maliens au Burkina Faso, voilà l'objectif du projet de co-crédation Design For Peace. C'est une démarche mise en place à l'été 2015 par Afrika Tiss, en collaboration avec le Haut Commissariat des Nations-Unies pour les réfugiés (HCR), qui vise à rendre autonome les artisans réfugiés en valorisant leur savoir-faire. Le but était de proposer à des artisans réfugiés une collaboration avec des designers français, afin d'expérimenter de nouvelles techniques et de mettre au point une collection capsule valorisant et croisant différents savoir-faire.

En premier lieu, six designers et dix-sept artisans ont donc travaillé ensemble afin de créer des objets qui vont permettre aux réfugiés de s'intégrer dans l'économie locale et internationale, puisque le but est également de faire parler de cette démarche au-delà des frontières du camps, notamment par l'organisation d'une exposition en France et au Burkina Faso. Dans le cadre de ces rencontres artistiques, l'objectif a également été de former ces premiers artisans réfugiés à être eux-mêmes formateurs afin de pouvoir transmettre leur savoir-

faire et les nouvelles techniques acquises aux côtés des designers français à d'autres personnes du camp. Ainsi, par cette démarche de design solidaire, le but à l'horizon 2018 est que deux cents artisans puissent vivre de leurs créations. Design For Peace est selon moi une démarche de design collaboratif bien pensée car ici le design est utilisé comme un outil de communion, le dessin comme un moyen universel de communiquer et le travail manuel comme langage. L'échange est formateur des deux côtés, les designers français apprennent du savoir-faire des artisans maliens et ces derniers se forment à de nouvelles techniques qui leur donneront l'occasion de devenir autonomes. De plus, ce projet voué à être communiqué au-delà des frontières du Burkina Faso permet à la communauté internationale d'être avertie de cette action et de participer à son bon développement.

Par ces trois exemples, j'ai voulu affirmer que le design peut jouer un rôle dans le développement de solutions ayant trait à des causes humanitaires et environnementales. Mais il faut prendre en compte certaines conditions obligatoires : la collaboration, la co-crédation, la pleine compréhension du contexte et de son environnement et, enfin, l'échelle temporelle d'intervention.

Quand ces conditions ne sont pas respectées au cours de l'élaboration d'un produit visant à améliorer le quotidien

d'une population, celui-ci se révèle ne pas être adapté. Par exemple, quand des projets sont créés à distance : on observe de trop nombreux projets de design voulant apporter des réponses à des problèmes humanitaires mais qui sont pensés loin du contexte auquel ils sont destinés et qui ne fonctionnent donc pas dans la pratique ou dans un environnement global. Je pense par exemple au LifeStraw qui est une sorte de paille qui filtre l'eau pour la rendre potable. À l'exposition « Design for the Other 90 % » au Cooper-Hewitt National Design Museum à New York, qui a eu lieu en 2007, elle est mise en situation sur une photographie où on voit une personne l'utilisant pour boire l'eau d'une rivière boueuse. Comme le fait remarquer David Stairs dans son article "Why Design Won't Save the World", ce filtre ne protège pas contre les infections transmises par le ver bilharzia nageant dans l'eau. C'est une preuve de non prise en considération de tous les éléments gravitant autour du contexte d'intervention. Certes, c'est un objet qui a été pensé pour répondre au problème de l'accès à l'eau potable, mais il faut être conscient quant à son efficacité dans tous les environnements.

Il ne suffit donc pas d'être bien renseigné sur la situation politique, économique et sociale d'un pays pour le comprendre. Même si on est aidé par des renseignements précis, chiffrés et provenant de sources fiables, on sera influencé par sa culture, son mode de vie et les possibilités

de production qu'on connaît. Le designer doit donc savoir s'entourer de spécialistes selon le contexte dans lequel il intervient (sociologue, économiste, anthropologue, etc.) afin d'engager un travail de cocréation entre acteurs de disciplines différentes. La communication et l'échange entre les plusieurs entités en jeux dans ce genre de projets sont cruciaux.

Le designer n'est pas un sauveur : bien comprendre ses limites, son rôle

Ce début de siècle a vu le métier de designer occuper une place d'envergure. Il est présent sur tous les fronts : produit, espace, service, graphisme, interface numérique. D'après moi, notre force est de concevoir un projet avec l'œil de l'utilisateur et d'identifier un besoin en fonction de l'usager ciblé. Nous devons avoir la capacité d'être en empathie avec l'usager afin de comprendre ce dont il a réellement besoin. Certes, nous nous interrogeons sur les besoins de l'homme et posons des problématiques sociétales qui nous touchent aujourd'hui, et nous nous projetons aussi dans un avenir plus ou moins proche afin d'imaginer des initiatives qui fonctionneraient sur le long terme. Mais nous ne sommes pas les sauveurs de l'humanité. Je suis persuadée que le designer est l'un des

acteurs majeurs des prochaines décennies et qu'il peut participer à la résolution de problèmes majeurs à échelle locale, nationale, continentale ou même mondiale.

Cependant n'oublions pas que le rôle du designer existe en intégrant un contexte et donc aussi une équipe de travail, une communauté. Ce n'est pas forcément ses idées qu'il met en place, il faut accepter qu'il puisse être une pièce rapportée, un atout au sein d'un groupe. Au-delà de la co-crédation, John Thackara parle dans une interview au Design Observer en 2007 de la notion de « citizen codesign ». Ce principe va plus loin que la co-crédation au sein d'une équipe pluridisciplinaire. Il engage directement l'utilisateur du service ou du produit à devenir acteur et en parti porteur du projet. Dans des projets à visées humanitaires, sociales, il paraît logique de faire intervenir les premières personnes concernées, les usagers. Cette méthode de collaboration entre une équipe de spécialistes et un ensemble d'usagers volontaires permet d'aller au plus près des envies et des besoins de ces derniers, au-delà de sondages ou relevés d'informations récoltés en amont du projet. L'utilisateur est présent à toutes les étapes de la conception du projet, de l'ébauche à la mise en place en passant par le prototypage. Ce dialogue entre les divers professionnels porteurs du projet et les utilisateurs permet de faire toujours évoluer le projet autour des besoins de l'utilisateur.

C'est donc un travail de collaboration, de cocréation, d'échanges d'idées et d'expériences qui enrichissent la pratique du designer ; ainsi que sa curiosité, son empathie et sa modestie qui lui serviront à la création d'initiatives novatrices dans les domaines humanitaires et environnementaux.

Notes

1 Source WWF (World Wide Fund for Nature ou Fonds mondial pour la nature)

2 Source Banque Mondiale

3 Source UNICEF (United Nations International Children's Emergency Fund ou Fonds des Nations unies pour l'enfance)

4 Source OMS (Organisation mondiale de la santé)

5 Dogget, S., "Low Cost Revolo Hybridisation Kit Could Boost India's Presence in Gas Electric Arena", Autoobserver.com, 13 septembre 2010.

6 John, S.&Sood, V., Cleaner, Greener, Cheaper, Mint, 29 juillet 2010.

Bibliographie

Radjou Navi, Prabhu Jaideep et Ahuja Simone, L'Innovation Jugaad, Redevons ingénieux !, Diateino, 2013.

Van Helvert Marjanne, The Responsible Object, A History of Design Ideology for the Future, Valiz, 2017.

Webographie

Stairs David, "Why Design Won't Save the World" in Design Observer, August 20th 2007.

Projet Kisskissbankbank: Design for Peace porté par Nelly Wandjy www.Ushahidi.com

New York Times, "3 Ways Nepalis Are Using Crowdsourcing to Aid" in Quake Relief, May 1st 2015.

"Design Observer: Design for (im)mobility" in Domus, July 15th 2007.

bio-co : les enseignements des systèmes de collaboration dans la nature

Oriane Lesaffre —

L'homme est « l'apprenti de la nature »

J'ai entendu cette formule prononcée par Janine Benyus, biologiste américaine, lors de sa conférence TED1 en 2009. Je la trouve très juste car elle véhicule une idée de respect envers notre environnement ; une idée de respect qui est aujourd'hui inégalement acquise par l'homme, car la plupart des êtres humains se sentent exister hors de la nature, au-delà d'elle, et ils adoptent une posture de supériorité. C'est un fait, la nature n'a pas eu besoin de nous pour se développer et prospérer. En revanche, la survie de l'espèce humaine dépend de son équilibre, de sa bonne santé. Nous ne sommes pas supérieurs à la nature. Mais la plupart des hommes se font cette réflexion lors de catastrophes naturelles dévastatrices (tsunamis, tremblements de terre) ; donc pour des raisons négatives. On dit alors souvent « on ne peut rien faire contre la nature », « nous sommes impuissants » comme si elle était notre ennemi, comme si elle était séparée de notre propre bien-être sur terre. Pourtant, nous formons un tout. La nature est un puits sans fond d'idées et de ressources à imiter dans nos sociétés humaines pour innover dans toutes sortes de domaines.

S'inspirer de la nature pour résoudre des problèmes est ce qu'on appelle le biomimétisme. L'homme utilise depuis

toujours sa capacité à observer et reproduire certaines propriétés de la nature afin d'innover, comme Léonard de Vinci qui, à la Renaissance, s'est inspiré des oiseaux pour inventer des machines qui permettraient à l'homme de voler. Mais c'est au cours des années 1990 que le terme de biomimétisme a été popularisé par la biologiste américaine Janine Benyus. C'est depuis la parution en 1997 de son ouvrage *Biomimicry, Innovation Inspired by Nature* que l'on conçoit davantage ce principe comme l'inspiration de phénomènes de la nature (animaux, écosystèmes, plantes...) afin de concevoir des objets ou des processus s'inscrivant dans une démarche de durabilité et qui résolvent des problèmes rencontrés par l'homme de manière efficiente pour notre environnement.

Aujourd'hui, le biomimétisme n'est plus chose rare. Nous savons que les ingénieurs, les scientifiques ou les designers emploient ce phénomène pour innover dans les domaines scientifiques et technologiques (santé, robotique, ingénierie spatiale).

Ce à quoi nous pensons moins est le potentiel inspirant des stratégies de collaboration entre individus que l'on trouve dans la nature et qui leur permettent d'évoluer dans les meilleures conditions possibles. S'inspirer de ces systèmes qui fonctionnent depuis parfois des milliers d'années me paraît être une piste idéale pour nous encourager à redéfinir

nos stratégies de collaboration et de développement ; que ce soit dans le cadre d'une entreprise qui doit faire face à la rareté des ressources ou encore à l'échelle d'une ville qui voudrait devenir autonome en énergie. Il s'agit en fait de trouver des principes de collaboration durable dans le but de s'adapter à notre monde qui change afin de produire des biens, des services, ou tout simplement de vivre de manière plus efficace. Et pour cela, rien de mieux que d'aller puiser dans la nature.

Nous vivons actuellement dans un environnement économique complexe, fragile, instable. La rareté des ressources fossiles, l'explosion démographique ou encore la crise environnementale sont des facteurs qui tirent la sonnette d'alarme concernant notre manière de produire – biens, énergie, nourriture – et de consommer. Cela induit donc la nécessité de se comporter différemment face à ses enjeux. Ces quelques chiffres recueillis dans l'ouvrage *L'innovation Jugaad*, *Redevenons ingénieurs* confirment ce bouleversement à échelle planétaire : « L'Inde et la Chine devraient, ensemble, contribuer à plus de 50 % de l'augmentation de la demande mondiale d'énergie entre 2010 et 2035. En 2035, la consommation d'énergie en Chine sera supérieure de 70 % à celle des États-Unis. »

Un certain modèle de croissance

Notre modèle d'innovation occidentale est lié à la volonté

d'une croissance constante.

Pomper les ressources de notre planète sans égards pour elle depuis la Révolution industrielle pour augmenter la croissance, être compétitif et produire toujours plus de produits nous pousse, en ces temps de crises diverses (économique, environnementale, démographique) – aux conséquences encore incertaines mais en tout cas négatives vis-à-vis de notre environnement – à repenser radicalement notre manière de tirer parti de ce qu'elle a à nous offrir pour poursuivre notre vie sur terre.

Ceci me conduit donc à revenir à ma question de départ, à savoir : pourquoi ne pas nous inspirer des systèmes de coopération présents dans la nature pour repenser nos propres systèmes de collaboration, afin de résoudre des enjeux tels que, par exemple, la transition énergétique ?

Prenons l'exemple du réseau de transmission entre arbres dans une forêt afin d'expliquer en quoi la stratégie de collaboration interne à ce milieu permet l'optimisation d'énergie et de flux. Ici, il s'agit donc de considérer le système entier plutôt que de se concentrer sur le rôle d'une certaine espèce à un certain moment dans cet écosystème.

Il y a vingt-cinq ans, l'écologiste Suzanne Simard a mené des recherches sur la transmission d'informations souterraines entre les arbres. Elle est allée sur le terrain afin de faire ses expériences en milieu naturel, au fin fond d'une forêt du Canada. Elle a cultivé quatre-vingt

répliques de trois espèces : du bouleau à papier, du pin de Douglas et du cèdre rouge de l'Ouest. Son hypothèse était que le bouleau et le pin communiqueraient par réseau souterrain mais pas le cèdre car il ne fait pas parti du même écosystème. Les résultats ont été concluants : à l'aide d'un compteur Geiger, Suzanne constate que le bouleau a envoyé du carbone, qu'elle lui avait préalablement injecté, au pin qui avait été recouvert par une toile d'ombrage. Et, comme prévu, le cèdre ne s'est pas relié au réseau. Le reste de ses expériences lui ont permis d'affirmer qu'il y a bien une relation bidirectionnelle entre le pin et le bouleau. Ils s'envoient plus ou moins de carbone selon leurs besoins : si le bouleau est ombragé ou n'a plus de feuilles, alors le pin lui enverra davantage de carbone, et inversement. C'est aussi vrai avec du phosphore, du nitrogène, des hormones, ou bien de l'eau. Les arbres d'une même forêt se transmettent ces informations grâce au réseau de mycélium (les filaments à l'extrémité des champignons) qui connecte les racines entre elles et leur donne accès aux nutriments du sol. On observe que dans ces réseaux, les « arbres-mères » qui sont les plus gros, nourrissent les plus petits qui poussent dans les sous-bois. Ils leur envoient leurs excédents de carbone par le réseau mycorhize afin d'augmenter leurs chances de survie. Il s'avère également que chaque espèce reconnaît les siens à travers le réseau. Par exemple, un bouleau qui est un arbre-

mère enverra davantage de carbone aux autres bouleaux en développant un réseau de mycélium plus important. Ils réduisent même la compétition entre leurs racines afin de laisser plus de place aux jeunes arbres qui poussent. Et quand un arbre-mère est blessé ou meurt, il relâche ses nutriments vers les jeunes plants aux alentours.

Ce qui est intéressant dans cet exemple est de constater que la communauté d'arbres augmente sa résistance et se développe grâce à des communications bidirectionnelles et un partage de nutriments adapté selon les besoins de chaque arbre. Ils partagent donc de manière avertie et reconnaissent les différentes entités présentes dans le réseau. Ce réseau est auto-suffisant et se régénère en permanence car même si un arbre-mère meurt, il envoie assez de nutriments pour qu'un autre prenne sa place ; de toutes les façons, un réseau se compose de plusieurs arbres-mères.

Des systèmes de réseau

L'explication de cet exemple me permet de mettre en parallèle le fonctionnement de ce réseau avec les smart grid, un réseau de distribution d'électricité, dit « intelligent », qui utilise des technologies informatiques et de télécommunication avec l'objectif d'optimiser

le transport d'énergie des points de production à ceux de distribution. Ces réseaux doivent donc permettre de faciliter la mise en relation de l'offre et de la demande entre les producteurs et les consommateurs d'électricité². Le smart grid est un outil que l'on retrouve dans les projets de smart cities, ces villes qui souhaitent optimiser leur production et leur consommation d'énergie en reliant par un réseau tous les acteurs qui produisent, stockent et distribuent l'énergie. On retrouve ici cette notion de réseau, de communication entre plusieurs entités dans le but de produire et distribuer de façon optimale de l'énergie.

La ville d'Issy-les-Moulineaux (Hauts-de-Seine) est un bon exemple de smart city. Deux éco-quartiers sont sortis de terre grâce au projet IssyGrid, le premier réseau de quartier intelligent. La ville s'était donnée pour ambition, en 2011, d'héberger le premier réseau énergétique intelligent à l'échelle d'un quartier en France. Elle avait alors demandé à un grand nombre d'entreprises de mener à bien ce projet dont l'objectif était de permettre aux habitants, entreprises et commerces d'optimiser la consommation énergétique de leur quartier. Ses enjeux sont de consommer mieux tout en incluant les nouveaux usages de consommation d'énergie, d'intégrer harmonieusement la production locale d'énergies renouvelables (panneaux

photovoltaïques) au réseau de distribution publique en ayant recours à des moyens de stockage et de réduire les émissions de gaz à effet de serre.

D'après les informations du site IssyGrid, à l'heure actuelle, le réseau supervise les consommations et productions énergétiques d'environ 2 000 habitants et 5 000 employés sur un périmètre de 100 000 m². Il leur fournit des informations en temps réel au niveau du quartier afin de les mettre en capacité d'optimiser leur consommation en lien avec la production d'énergies renouvelables et le stockage sur batteries. Ces informations sont disponibles via une interface qui partage les données d'un logiciel permettant d'obtenir une mesure précise des consommations d'énergies des différents usages (éclairage, informatique et télécommunication, chauffage, ventilation, climatisation, eau chaude, parkings, ascenseurs, recharges des véhicules électriques). Le but est ainsi de pouvoir intervenir sur les paramètres de consommation de tel ou tel bâtiment tout en préservant le confort des utilisateurs. Ce réseau intègre également l'éclairage public et les équipements collectifs et établissement recevant du public.

Ce qui est pertinent dans ces deux exemples réside dans le point commun où chaque individu participe au bon fonctionnement de la communauté. Il trouve son utilité dans un ensemble. Nous avons, d'un côté, un réseau

de communication et de transmission de nutriments entre arbres qui nourrit des écosystèmes entiers depuis des millénaires et, de l'autre, une initiative récente permettant à une ville de connecter tous les acteurs du domaine énergétique afin d'optimiser la consommation d'énergie d'un quartier. La démarche est la même ainsi que l'objectif : permettre à tous les habitants de ce réseau de se développer dans les meilleures conditions et durablement. Il est clairement question de fonctionner en tant qu'écosystème, défini simplement comme un « ensemble formé par une association ou communauté d'êtres vivants et son environnement biologique, géologique, édaphique, hydrologique, climatique, etc. Les éléments qui constituent un écosystème développent un réseau d'échange d'énergie et de matière permettant le maintien et le développement de la vie. »³

La mise en parallèle de ces deux réseaux de communication et de collaboration que sont la forêt et le projet IssyGrid permet de comprendre la nécessité de réfléchir dans le cadre de la transition énergétique à des solutions à l'échelle des écosystèmes, en mettant en relation tous les acteurs possibles, afin de créer des communautés autosuffisantes et durables recherchant des solutions pour un avenir meilleur. C'est ce que Gunter Pauli résume en une phrase dans son ouvrage *L'économie bleue* : «

La sagesse intrinsèque d'un écosystème n'est pas qu'il fournit des avantages tels qu'un air pur et de l'eau fraîche, qu'il réensemence le sol, qu'il autocontrôle les bactéries, mais qu'il cherche en permanence une voie meilleure, plus équilibrée, plus efficace. Les écosystèmes devraient donc être une source d'inspiration pour corriger notre monde actuel, générateur de déchet et de consommation sans limites ». Il ne nous reste plus qu'à aller puiser dans les écosystèmes naturels pour nous aider à développer de nouvelles initiatives de réseaux durables afin de répondre aux enjeux de notre époque.

Notes

1 Conférences TED (Technology, Entertainment and Design) sont une série de conférences organisées au niveau international par la fondation à but non lucratif américaine The Sapling foundation. Elle a pour but de diffuser des « idées qui valent la peine d'être diffusées » (en anglais : « ideas worth spreading »). La première conférence TEDx francophone a eu lieu à Paris en mai 2009 à l'initiative de Michel Lévy-Provençal, l'animateur du réseau TEDx en France. Depuis, chaque année a lieu TEDxParis²⁸. Les derniers se sont tenus au théâtre du Châtelet le 1er novembre 2015, au Grand Rex le 13 novembre 2016, et le 6 novembre 2017 (Wikipedia).

2 Source : actuenvironnement.com

3 Source : Wikipédia

Bibliographie

Pauli Gunter, L'économie bleue : 10 ans, 100 innovations, 100 millions d'emploi, Paris, Caillade Publishing, 2011.

Radjou Navi, Prabhu Jaideep et Ahuja Simone, L'Innovation Jugaad, Redevons ingénieux !, Diatino, 2013.

Filmographie

Conférence TED: Suzanne Simard, How Trees Talk to Each Other, juin 2016.

les objets bavards

Maurine Rolland —

portrait

Née en 1997, élève de la spécialisation Design objet à l'EnsAD depuis 2014.

Maurine Rolland s'amuse de l'ambiguïté entre unique et multiple, en mettant en tension arts plastiques et objets sériels. Son approche, tant poétique que philosophique, s'affirme aussi dans la dérision. À travers un empirisme introspectif ou fictionnel, sa volonté plus large est de questionner l'ancrage dans le temps ; ou comment des choses provisoires peuvent impliquer l'avenir. Cette adepte du décalage et des procédés de mise en abyme est une conteuse née et le storytelling son arme.

Prenez un livre. Le livre vous parle, et ce serait un tort de l'en priver. On le priverait de sa fonction. Votre micro-ondes qui bipe quand le temps d'agitation des molécules d'eau est écoulé, il vous parle. Et si certains objets devenaient supports de narration, explicite ou implicite ? S'ils nous racontaient leurs auteurs, leurs étapes de fabrication ? S'ils se faisaient supports de paroles à influencer les mentalités, au-delà de leur seule fonction, peut-être que le monde se porterait-il mieux, peut-être que l'on se sentirait moins seul, comme avec un livre...

À travers cet essai, des exemples d'objets que je juge bavards, ou des circonstances qui rendent certains objets bavards, seront présentés pour tenter de définir ce qu'est un objet bavard et, à plus juste titre, un bon objet bavard... Quoi de plus docile et prévisible qu'un objet ? Dans son élaboration, l'objet est pensé selon un scénario d'usage qui, bien souvent, renseigne une utilisation prévisible de l'objet impliqué, laissant peu de place à l'appropriation de l'utilisateur. Comment, outre sa fonction, un objet peut-il générer un rapport plus intime et exclusif à son utilisateur ? Comme s'il se livrait à lui, lui seul, dans le dénouement d'une découverte ludique, mystérieuse et subtile.

Tout objet achevé nie les étapes de son insertion dans le monde, son temps de conception et de fabrication. Peut-être moins pour le designer averti, mais face aux objets,

l'usager est comme réduit à les utiliser de manière attendue. Quelle place alors pour le discours des objets ? D'un objet passif peut-on passer à un objet actif, source de réflexion, un objet bavard, prêt à vous susurrer quelques mots doux au simple regard ? Quelle place pour la narration et le langage au sein des objets du quotidien ? Quelle place pour un objet gorgé de sens, oscillant entre arts appliqués et arts plastiques ? Quelle place pour la signification d'un objet ?

L'objet que je qualifierais de bavard qui m'a le plus marquée fut profondément observé au sein du Centre Pompidou, dans le département des collections permanentes. Il s'agit de Card File, une œuvre de Robert Morris. Plutôt objet d'art, ou plutôt installation conceptuelle, ce dispositif m'a semblé proposer une transcendance de la matière et de son implication dans le contexte artistique. En effet, l'objet consiste en une liste étayée des différentes étapes de la conception de cet objet d'art. L'objet fini est donc un objet qui parle de lui-même, qui est auto-référencé : le résultat de l'objet est la compilation de ses étapes de fabrication, explicitement référencées, exprimées, et non implicites, comme quand elles sont induites par la création finale obtenue. L'objet fini se raconte (se la raconte ?), il suspend la temporalité et les enjeux qui l'engendrent, il est mis à nu, devant nous, sans secret, limpide, transparent

dans sa parole muette, mais évidente, qu'il contient et qui le contient. Il exprime le rapport de l'unité au tout, de chacune de ses parties qui évoquent sans répit son ensemble, tout en le constituant.

Plight, de Joseph Beuys, est aussi une belle structure de narration en ce qu'elle reflète son créateur et sa singulière aventure. Bien que l'acoustique produite par l'installation au Centre Pompidou relève d'un silence qui étouffe l'espace, l'objet parle de son auteur. Celui-ci, dans un accident d'avion, s'est vu protégé par des couvertures, du moins, c'est ce qu'il raconte. Cet accident marquant, dont Beuys est un miraculé, a été déterminant pour le restant de sa vie, alors qu'il est sauvé par une patrouille allemande. Il est le point de départ de son œuvre à caractère autobiographique, qu'il qualifie de « mythologie individuelle ».

Un objet bavard, qui parle de lui-même, qui se révèle à lui-même, serait la chaise Pratt de Gaetano Pesce. Fruit de ce qui s'appelle communément une « série différenciée », cette création questionne et valorise la place de l'ouvrier dans la fabrication d'un objet, parmi la lourde chaîne qui s'étend de la conception jusqu'à la production industrielle. Dans sa structure, l'objet révèle son essence, ses conditions et circonstances de fabrication, sous des airs poétiques, voire plastiques. Entre l'objet d'art et le produit, la chaise Pratt démontre une liberté de la matière,

comme l'expression spontanée de celle-ci, à travers une forme normée, sérielle.

Mais ces deux derniers « objets bavards » ne sont-ils pas des objets élitistes, qui ne parlent qu'à des initiés, à qui on a enseigné certaines choses, qui ont été sensibilisés et, de cette manière, sont en quelque sorte prédestinés à s'intéresser et comprendre ce type d'objets... ?

Un objet bavard qui puisse être pertinent doit, selon moi, être sériel et universel. Sauf qu'il n'existe pas de réel langage universel... Mais un objet n'est-il pas d'autant plus riche qu'il touche plus de monde ? C'est dans la sensorialité que l'on doit pouvoir trouver un moyen d'expression universel car les sens, opérationnels chez une majorité d'individus, sont garants d'une appréhension similaire du monde.

Jean Rostand parle aussi des « langages communs à tous les hommes : la mathématique et l'érotisme ». Il parle donc d'un langage scientifique et rationnel, qui peut s'exprimer dans l'aspect technique d'un objet, base de connaissances nécessaires à sa fabrication ; et d'un langage des sens, qui est sexué. L'utilisation d'un objet peut-elle véhiculer des informations, par les sens, le contact physique ? Cette option me rappelle un jeu qui demande de se mettre en cercle, les uns derrière les autres, assis, et puis de faire circuler un message en dessinant au doigt des lettres, une

forme sur le dos de la personne de devant.

Un objet interactif pourrait donc être un objet bavard. Un ordinateur serait pourtant trop prévisible à mon goût, et s'il échoue dans sa fonction, il devient trop vite ennuyeux pour être un phénomène de déviance intéressant et source d'un sens oublié... C'est ainsi pour la plupart des outils technologiques. La télévision n'a rien de bien bavard, les informations qui s'en échappent s'inscrivent dans un circuit fermé de données sélectionnées. Philippe Geluck confie même, à travers *Le Chat*, que « en lisant le journal, les gens croient apprendre ce qui se passe dans le monde... En réalité... Ils n'apprennent que ce qui se passe dans le journal », et j'ose élargir cette citation au journal télévisé. La chaîne *Souvenirs From Earth*, dite aussi *SFEtv*, propose, je trouve, une belle alternative à tout ce que la télévision peut nous montrer. Cette chaîne à visée artistique donne à voir une succession de films courts, la majorité du temps muets, accompagnés de musique. Sans comporter aucune publicité, *SFEtv* ouvre le spectateur à un langage qui tend vers l'universalité, tant les manifestations qui se produisent à l'écran relèvent de l'abstrait, du sensitif, du sensoriel. Il s'agirait d'un petit musée d'art contemporain à exclusivité audio-visuelle mais, là encore, cette originalité peut demander efforts et patience... Surtout quand on aime se laisser porter par un scénario stéréotypé : situation initiale, élément perturbateur, péripéties, dénouement, situation

finale... Il n'est pas impossible de s'y confronter, mais le contenu global des films diffusés est pour le moins décalé, étrange. Par ce moyen, l'écran de télévision est pour moi transcendé, exploité au « meilleur » de ses capacités, entre images d'art en mouvement, et une musique tout aussi spécifique, originale. Les vidéos se déploient dans une priorité esthétique, très conceptuelle, parfois sans rapport direct à la réalité.

On pourrait sans encombre envisager pareille diffusion en plein cœur du Palais de Tokyo à Paris. Je me souviens par exemple de la vidéo d'une femme vue de face se passant du rouge à lèvres sur la bouche, à outrance, jusqu'à ce que celui-ci déborde de la zone prévue initialement pour être teintée. Autre vidéo, montrant cette fois une pièce close, sans fenêtre, on pourrait croire à une cave. Il n'y a personne. Parfois une échelle, une chaise. Les plans se succèdent, jour, nuit, la pièce est tantôt éclairée, tantôt plongée dans l'ombre. Cadrage sur un carré vert, un possible ailleurs, un dehors utopique mais hors d'atteinte ? Toute la force de la séquence se situe dans la composition du décor, chaque plan est comme un tableau, une image à part entière, réfléchie dans son ensemble, en tant qu'entité totale. J'ai aussi vu une vidéo qui se terminait par un pain en forme d'homme allongé, placé sur une table au milieu de la nature, dans un cadre bucolique. C'est après être

passée au four que cette pièce de pain est posée sur la table, et on en reste « sur notre faim »...

Si le rôle de l'éducation est de transmettre des savoirs essentiels et de communiquer à chacun une culture commune, un objet bavard, qui serait aussi un objet du quotidien, devrait être essentiel par sa fonction et exclusif par son côté bavard... Un juste équilibre à trouver, qui n'est pas des plus aisés à obtenir. Car si c'est en se documentant que l'on accède aux perles de la culture, en évitant une culture de masse relativement pauvre, l'enjeu d'un bon objet bavard résiderait dans une fonction universelle, de masse, couplée d'un contenu culturel pointu, voire porteur d'un fort engagement moral.

Autre phénomène qui tiendrait de l'objet bavard existant, ou plutôt d'un produit de soin bavard, dépassant sa seule fonction : un dentifrice qui indique, par sa saveur en bouche, la météo. Plus mentholé il est, plus la température extérieure sera froide, plus acide il est, plus le temps sera humide... Le dentifrice quitte sa seule utilité de nettoyer la bouche de son usager pour lui donner à ressentir de manière incongrue une information le concernant directement. L'accès à cette entité fonctionnelle qui veut bien s'exprimer, raconter autre chose que son goût nettoyant, est rendu aisé en ce que le dentifrice est un objet du quotidien, utilisé par une grande partie de la population, si ce n'est tout le monde. Les enjeux de

fonctionnement du potentiel bavard de cette masse plus ou moins mentholée est donc saisie simplement, et défie les soucis d'un objet bavard réservé à des initiés... Mais le dentifrice n'est pas un objet... Et la connaissance de la météo est une connaissance peu pérenne, aléatoire : elle n'a de sens et d'importance que dans une temporalité restreinte... Ce n'est en rien un apport culturel... Toutefois, il me semble que c'est dans cette approche d'un objet du quotidien que doivent être pensés les objets bavards de demain...

En tant que designer, comment puis-je alors créer des objets bavards, comment me vois-je le faire ? S'il faut suivre cette nécessité de s'en prendre à des objets du quotidien, je penserais, pour commencer, à greffer des instructions teintées d'humour dans de possibles modes d'emploi, ce qui ne touche pas directement à l'objet, soit. Dans un projet mené par le passé, j'avais pensé une installation participative, implantée dans une exposition sur la thématique du temps. Cette installation consistait en une étagère parallélépipédique, sur laquelle était disposée une multitude de pots à crayons cubiques, dont seule une face était visible, tels qu'ils étaient placés sur l'étagère à 360°. Quand un visiteur se saisissait d'un pot, un trou se créait dans la masse issue de l'accumulation de chaque pot, révélant un mot de la citation suivante d'Henri Poincaré,

affichée sur la paroi du fond de l'étagère : « Dans chaque domaine, les lois précises ne décidaient pas de tout, elles traçaient seulement les limites entre lesquelles il était permis au hasard de se mouvoir. » Chaque pot retiré révèle un mot de la citation, gravé également sur la face du pot qui était en contact avec la paroi de l'étagère. Le visiteur qui se saisit du pot en fait acquisition pour chez lui. Il peut le personnaliser en y glissant une photo, une image de son choix, et peut prendre connaissance de la totalité de la citation sur le dessous.

Le pot à crayons est un objet du quotidien passif, qui devient actif par le mot et la citation que l'on peut y lire. La citation peut ainsi éveiller la curiosité pour Poincaré, et renvoyer à une expérience passée de l'objet, rapporté à son contexte d'origine, lorsqu'il faisait partie de l'installation qui le missionnait.

C'est dans un contexte participatif et ouvrant à la réflexion que j'aimerais créer des objets bavards, vers une démarche humaniste, sans chercher une fonction complexe, mais en me tournant plutôt vers la dimension conceptuelle dans laquelle l'objet s'inscrit, dans l'esprit de la citation d'Ettore Sottsass : « Faire du design, ce n'est pas donner forme à un produit plus ou moins stupide pour une industrie plus ou moins luxueuse. Pour moi le design est une façon de débattre de la vie. »

Bibliographie

Burckhardt Lucius, Le design au-delà du visible, Paris, Éditions du Centre Pompidou, 1992. Rostand Jean, Carnet d'un biologiste, Paris, Le Livre de Poche, 1971.

Webographie

https://fr.wikipedia.org/wiki/Joseph_Beuys

la mécanisation de l'esprit

Antoine Pintout —

portrait

Née en 1995, élève de la spécialisation Design objet à l'EnsAD depuis 2013.

Antoine Pintout vit en symbiose avec les machines. À l'EnsAD, il a développé son intérêt pour la conception lumière et les interactions entre monde virtuel et monde réel, avec par exemple des Bras Robots qui répondent aux mouvements. Il s'intéresse à la manière dont le programme, qu'il soit biologique, numérique ou mécanique, pourrait créer du mouvement et de l'émotion. Ce designer d'interaction en herbe, toujours élève à l'EnsAD en année de diplôme, travaille déjà au sein d'un studio de VR (Virtual Reality). Ses travaux au sein du studio vont du théâtre immersif aux collaborations avec divers artistes autour des réseaux de neurones et de la création par le programme. Pour son Grand projet, il songe à simplifier les objets électroniques d'aujourd'hui afin qu'il puissent devenir plus compréhensibles, intuitifs et transparents pour le grand public.

Trois grandes inventions ont façonné de manière significative le visage de l'humanité et son lieu de vie, la Terre. Toutes les autres avancées technologiques découlent directement de ces inventions. L'agriculture a été révolutionnée par l'invention de la roue qui a permis de rendre l'usage des outils agricoles plus aisé vers -3 500 ans avant J.-C. La roue a façonnée les paysages de la terre.

On a retrouvé dans la même période les premières traces d'écrits qui ont permis l'échange plus aisé des marchandises agricoles. L'invention de l'écriture marque le début de l'Histoire. Plus récemment, Internet a permis l'échange instantané d'informations. Aujourd'hui, il est utilisé par 46 % de la population mondiale (<http://fr.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016>) et façonne les comportements humains. L'accès à Internet est devenu indispensable dans la vie des Occidentaux.

Ces trois avancées de l'humanité ont en commun d'avoir facilité la mise en place de l'intelligence collective, accélérant chacune la communication de cerveau à cerveau. On peut ainsi facilement remarquer que la dernière invention est distante de plus de cinq millénaires des deux premières.

Je pense que l'intelligence artificielle (IA) constituera très rapidement la quatrième invention fondamentale dans

l'histoire de l'Humanité dont observe que son progrès est en constante accélération. L'idée d'une « singularité technologique », une explosion de découvertes techniques et scientifiques, est très populaire. Le domaine de l'intelligence artificielle n'échappe pas à ce phénomène : si au tout début de l'histoire de l'informatique les programmes démontraient une logique très simple et très spécialisée, depuis quelques années les algorithmes sont capables d'auto- amélioration grâce au procédé du machine learning (apprentissage automatique ou apprentissage statistique). Grâce à cette technologie, l'humain ne dit plus à la machine comment résoudre le problème mais plutôt comment apprendre à résoudre n'importe quel problème. Une de ces techniques, le réseau neuronal artificiel (deep learning), est un algorithme qui copie le fonctionnement du cerveau à un niveau assez haut. L'utilisation de cet algorithme s'est révélé très efficace. Il est la base de plusieurs outils familiers (ou qui le deviendront très bientôt) comme Google Translate ([https:// arxiv.org/ pdf/1609.08144v2.pdf](https://arxiv.org/pdf/1609.08144v2.pdf)) ou les voitures sans conducteurs.

Google Translate est un bon exemple des raccourcis rendus possibles par l'intelligence artificielle. Auparavant, pour intégrer une langue dans le programme, il fallait un corpus de la langue originale puis un autre corpus pour chacune des langues de destination. C'est pourquoi

certains passages d'une langue à une autre n'étaient pas toujours possibles et l'ajout d'une langue nécessitait le travail d'un traducteur humain. Aujourd'hui, il suffit d'un seul corpus traduit pour autoriser le passage vers toutes les autres langues. En effet, l'approche a été d'utiliser un réseau de neurones pour apprendre toutes les langues et les traduire dans un langage universel (un format numérique, un encoding) rendant compte seulement des concepts qu'il est possible de communiquer par le langage. Il suffit alors pour ajouter une langue de donner une traduction dans une des langues de destination pour que l'algorithme apprenne à convertir cette nouvelle langue dans son format universel.

Cette application de l'intelligence artificielle montre à quel point nous sommes proches d'une numérisation totale des concepts qui peuvent être échangés par le langage. Cependant cette technologie doit encore faire ses preuves, il est impensable à l'heure actuelle de faire traduire son œuvre autrement que par un traducteur humain. Les intelligences artificielles par réseaux de neurones fonctionnent de la manière suivante :

a. Une première phase consiste à lui montrer des exemples (réels ou générés) de traitement d'une donnée, de lui demander de reproduire ce traitement et enfin de l'évaluer. En fonction de cette évaluation, elle va modifier

son programme interne afin d'améliorer son score. On répète ce processus avec le plus de données possibles jusqu'à ce que le traitement soit satisfaisant.

b. Ensuite, il suffit de lui demander de traiter une nouvelle donnée pour qu'elle utilise son apprentissage pour nous fournir un résultat correspondant à nos attentes.

Aujourd'hui, les plus enthousiastes pensent que nous arriverons très certainement à créer un jour une intelligence artificielle dotée des mêmes capacités que le cerveau humain. À partir de ce moment, il est très probable que cette intelligence artificielle soit utilisée pour créer d'autres procédés d'intelligence artificielle plus performants que ceux issus des cerveaux humains. Ce qui conduira très certainement à la création de ce que l'on appelle une « superintelligence ». Selon les spécialistes, la naissance d'une telle intelligence pourrait survenir en cinq secondes comme en plusieurs années. Dans son ouvrage *Superintelligence*, Nick Bostrom, philosophe spécialisé dans les nouvelles technologies, décrit ces scénarios, leurs dangers et les stratégies à adopter pour éviter la possible destruction de la société ou de l'espèce humaine.

Soyons rassurés pour le moment, la technologie actuelle n'offre pas encore d'intelligence à la hauteur de celle du cerveau humain. Toutefois, l'IA n'a pas besoin de

surpasser l'intelligence humaine pour la remplacer dans certains domaines. Les voitures sans conducteur sont quasiment déjà présentes sur nos routes et déjà moins dangereuses que leurs homologues classiques à plusieurs degrés de magnitude. Ce n'est qu'une question de temps pour que des tâches dévolues aux cerveaux humains ne soient confiées aux machines. Le domaine de l'art n'est pas en reste. Le processus de créativité peut paraître obscure et propre à l'humain mais c'est un mécanisme finalement assez bien compris en science cognitive : il s'agit de sélectionner une réponse (une forme) nouvelle qui répond à un problème donné (une idée, concept, contrainte).

Cependant, la plupart des applications de l'intelligence artificielle dans le domaine de l'art se résume à du transfert de style. L'IA est spécifiquement entraînée avec les œuvres d'un artiste ou avec une technique particulière dans le but de la copier. On peut citer des outils qui permettent de traiter n'importe quelle photo pour la faire ressembler à un tableau de Van Gogh (<https://arxiv.org/pdf/1508.06576v2.pdf>), ou écrire un morceau complètement inédit des Beatles (<http://www.flow-machines.com/ai-makes-pop-music/>). On s'étonnera par ailleurs de trouver que Kristen Stewart a co-écrit un papier (<https://arxiv.org/pdf/1701.04928v1.pdf>) qui

décrit comment elle a utilisé l'intelligence artificielle dans son travail de réalisation pour *Come Swim*. Il s'est agi de traiter des images prises en vue réelle vers un style impressionniste. Ici, l'intelligence artificielle n'est utilisée que comme un outil numérique supplémentaire au service de l'artiste. Cependant, il est intéressant de noter que contrairement aux applications de traitement d'image classiques (comme ceux trouvés dans Photoshop ou After Effect), ici le problème de « transformer une prise de vue réelle en une image impressionniste » n'a pas une unique solution. Si on demandait à trois peintres impressionnistes de peindre le même sujet en même temps, leurs trois tableaux seraient complètement différents et pourtant nous nous accorderions à dire qu'ils représentent la même chose et qu'ils sont du style impressionniste. Tout le travail de l'IA (et ce qui rend la chose fascinante) est de faire des choix arbitraires pour arriver à une solution parmi l'infinité de solutions acceptables.

On peut alors se poser la question de la personnalité. Au fil de notre vie, nous nous gorgeons d'informations, d'expériences qui font ce que nous sommes.

De la même manière que les trois peintres ont produit trois tableaux différents pour un même sujet, trois IA entraînées séparément produiraient un résultat différent. Dans le cas des trois peintres, chacun a vécu dans sa vie

des événements uniques qui l'ont conduit à regarder le monde d'une manière unique. C'est leur personnalité. Dans le cas du machine learning, la « vie » de l'IA, sa phase d'entraînement, se déroule dans l'environnement extrêmement contrôlé du programme informatique. Pour induire ces « événements uniques », on rajoute une fonctionnalité qui va permettre d'ignorer ou de créer certaines données au hasard. Cela va donc différencier chaque IA qui, pour un même ensemble de données, aura une vision, un intérêt différent.

En design, les applications sont restées jusqu'alors très techniques. Ils s'agissait de trouver les structures organiques les plus efficaces pour un meuble ou de concevoir une à une les dalles de plafond d'une philharmonie ([https:// www.wired.com/2017/01/ happens-algorithms-design-concert-hall-stunning-elbphilharmonie/](https://www.wired.com/2017/01/happens-algorithms-design-concert-hall-stunning-elbphilharmonie/)) afin de maximiser l'acoustique.

Mais très récemment, un projet réalisé au sein d'Autodesk a permis la réalisation d'une chaise entièrement conçue par une intelligence artificielle. À l'origine de la chaise Elbo ([https:// www.wired. com/2016/10/elbo-chair- autodesk-algorithm/](https://www.wired.com/2016/10/elbo-chair-autodesk-algorithm/)), de simples paramètres sont établis par les designers (Arthur Harsuvanakit et Brittany Presten) : l'assise doit être à 45 cm du sol, la chaise sera capable de résister à 140 kg et sa réalisation sera effectuée à la fraiseuse numérique. De là, le programme Dreamcatcher

a proposé des centaines de solutions, les a évaluées selon les paramètres donnés et a finalement sélectionné quelques modèles qui convenaient. Au fur et à mesure que l'IA proposait des modèles, la structure de la chaise ressemblait de plus en plus à des os. Il ne restait plus au designer qu'à sélectionner le modèle qui répondait le mieux à ses critères esthétiques et de le faire fabriquer. Bien que l'ensemble de la chaise ait été conçu par une IA, l'auteur reste finalement le designer. En effet, dans le cas présent, Dreamcatcher évalue ses propositions sur des critères uniquement techniques ; il a fallu l'œil humain pour sélectionner une solution sur des critères esthétiques. Cette IA particulière n'en est pas capable, elle ne dispose pas de personnalité.

Qu'est-ce qui fait qu'une intelligence artificielle sera considérée comme l'auteur de ses créations ? À l'heure actuelle, c'est l'humain qui fait le choix ou non de produire ou diffuser les créations des programmes informatiques, et cette intervention suffit à considérer l'humain comme auteur. Cependant si la production ou la diffusion fait aussi partie de ce programme et ne passe pas par un filtre humain, on pourrait considérer le programme comme auteur de sa création.

Archillect(<http://archillect.com/about>) est une intelligence artificielle qui sélectionne sur Internet des images et des

vidéos afin de les intégrer à sa collection et les diffuser sur ses différents réseaux sociaux. Bien qu'elle ne soit pas auteur du contenu, il est possible de la considérer comme auteur de la sélection des œuvres, à l'instar d'un commissaire d'exposition qui sélectionne des œuvres à exposer. Elle se base sur la popularité de chacune de ses sélections et du contenu des images pour apprendre et se forger un regard.

Ce genre d'application pourrait à court terme être un bon moyen d'évaluer en quelques instants toutes les réalisations connues par Internet dans un domaine particulier. Une sorte de Google Image mais conscient du contenu des images et pas seulement de ses métadonnées. Ainsi, je pense que la notion d'auteur est fortement liée à la notion de personnalité. Le projet de la chaise Elbo est intéressant pour la grande liberté donnée à l'IA durant le processus créatif, mais Dreamcatcher est un programme technique conçu pour donner la meilleure solution et pas sa solution. La personnalité pourrait se résumer à la capacité de l'être humain à sélectionner la solution qui lui paraît la meilleure, capacité influencée par tout ce qu'il a vécu, vu, par son travail et ses recherches, et ce dans tous les domaines et les instants de sa vie. Pour se construire une personnalité complète, une intelligence artificielle devrait idéalement analyser une énorme quantité de données dans des domaines variés et pas seulement dans ceux dans

lesquels sa fonction se trouve. Aujourd'hui, le facteur limitant est la puissance de nos ordinateurs mais, demain, les algorithmes seront plus efficaces et la puissance de calcul adaptée pour le traitement d'énormes quantités de données. On pourra alors éventuellement assister à l'émergence d'intelligences artificielles reconnues comme auteurs, dont le travail sera financièrement viable pour être édité automatiquement. Il suffira à l'IA de faire mieux que l'humain pour le remplacer.

Le travail du designer évoluera, éventuellement jusqu'à sa complète disparition. On utilise déjà l'IA dans l'industrie pour dessiner les formes de certaines pièces mécaniques, mais peut être que demain le designer ne sera-t-il plus que le gardien de l'IA qu'il aura nourri de références, courbes, couleurs, contextes et environnements humains pendant des années. Son travail quotidien consistera à l'entraîner, l'évaluer, la raffiner, soumettre ses productions à une deuxième intelligence qui sera capable de dresser un plan marketing, un plan de vente, de fixer un prix et prévoir les étapes de production. Le designer ne sera plus que le superviseur de ces employés mécaniques, jusqu'au moment où l'IA saura mieux superviser que l'humain !

Il est certain que la technologie de l'intelligence artificielle va profondément changer la manière dont les individus vivront au quotidien. Internet s'est imposé comme un élément indispensable de la vie en société, au point que

les États occidentaux considèrent que l'accès à internet est aussi important que l'accès à l'eau ou à l'électricité. De la même manière, l'IA s'imposera très certainement comme une composante essentielle de la société : beaucoup des tâches qui incombent aujourd'hui aux humains seront réalisées par des programmes. Le travail va disparaître. La société va bientôt entrer dans une période de transition qui va nécessiter d'adapter les lois et de trouver un nouveau fonctionnement capable de prendre en compte le fait que le labeur ne sera plus humain, mais mécanique.

Webographie

INRIA : Intelligence Artificielle, Livre blanc (https://www.inria.fr/content/download/103897/1529370/version/4/file/AI_livre-blanc_n01.pdf)

Bostrom Nick: Superintelligence, survey (<http://www.nickbostrom.com/papers/survey.pdf>)

Chollet François: On the importance of democratizing artificial intelligence (<https://blog.keras.io/on-the-importance-of-democratizing-artificial-intelligence.html>)

CGPGrey: Humans need not apply (<https://www.youtube.com/watch?v=7Pq-S557XQU>)

Wait but Why: The AI Revolution: The Road to Superintelligence, part 1 (<http://waitbutwhy.com/2015/01/artificial-intelligence-revolution-1.html>), part 2 (<http://waitbutwhy.com/2015/01/artificial-intelligence-revolution-2.html>)

Welch Labs: séries sur le Machine Learning (<https://www.youtube.com/user/Taylorn34/videos>)

Wikipédia: Genetic Algorithms (https://en.wikipedia.org/wiki/Genetic_algorithm), Computer Automated Design (https://en.wikipedia.org/wiki/Computer-automated_design)

Ars Technica: Movie written by algorithm turns out to be hilarious and intense (<http://arstechnica.com/the-multiverse/2016/06/an-ai-wrote-this-movie-and-its-strangely-moving/>)

Google AI invents its own cryptographic algorithm; no one knows how it works (<http://arstechnica.co.uk/information-technology/2016/10/google-ai-neural-network-cryptography/>)

Wired: So. Algorithms Are Designing Chairs Now (<https://www.wired.com/2016/10/elbo-chair-autodesk-algorithm/>), What Happens When Algorithms Design a Concert Hall? The Stunning Elbphilharmonie (<https://www.wired.com/2017/01/happens-algorithms-design-concert-hall-stunning-elbphilharmonie/>)

des objets et des genres

Talita Otvic —

portrait

Née en 1996, élève de la spécialisation Design objet à l'EnsAD depuis 2014

Originaire du Montenegro, Talita Otvic affectionne particulièrement l'histoire de la Yougoslavie, ancienne ou actuelle. De manière générale, elle aime tout ce qui touche aux arts performatifs, à l'histoire et l'esthétique, la photo, la vidéo, la peinture... Très éclectique, elle s'intéresse aussi à Urbex, l'exploration de lieux urbains laissés à l'abandon. Après une résidence artistique à New York et un Erasmus à Ljubljana (Slovénie), elle est actuellement en stage chez des souffleurs de verre. Curieuse de la mise en forme des matières et de leurs techniques, elle entend profiter de cette « année de césure, pour découvrir le monde et ses savoir-faire ».

Jouer un rôle ou jouer son rôle ? De nos jours, la question du genre est omniprésente, de nouvelles identités non binaires s'affirment face aux standards masculins/féminins. La norme instituée selon la référence d'un groupe par rapport à lui-même est constamment remise en question. Cette norme assimilée par les individus se reflète sur son comportement, ses possessions et son environnement. Cette problématique m'intéresse particulièrement car je constate que de plus en plus d'individus ne s'identifient plus dans les stéréotypes de leur genre, s'y sentent enfermés, moi-même en tant que femme et designer, je ne supporte pas qu'on puisse me dire qu'un stylo me convient car il est rose brillant, que ma tenue est « trop masculine » et non-conforme à l'idéal de la féminité dans lequel nous sommes éduquées ; ou encore que bricoler, c'est compliqué pour moi parce que « c'est dur pour une fille ». Tout est normé : les produits masculins et féminins, les métiers masculins et féminins, les couleurs masculines et féminines et comme beaucoup de personnes de ma génération, je ne m'y retrouve pas.

En 2011, la théoricienne et experte du Gender Design, Uta Brandes, publie *My Desk is my Castle*, une étude comparative analysant l'usage du bureau dans près de douze pays et cela dans divers contextes : banque, administration, studio. Le bureau se révèle être un lieu

intermédiaire entre l'espace personnel et collectif mais, surtout, l'espace d'expression du genre par excellence. Cette étude révèle que les objets et l'environnement de bureau reflètent immédiatement les normes du genre et tout individu peut deviner d'après une simple photo le sexe de leur propriétaire.

Le bureau est un marqueur du genre : « Il n'y a pas de corps, pas d'hommes et pas de femmes mais l'on peut tout de même reconnaître le genre. » Dans cet environnement à priori neutre, les genres se révèlent, entre autres, par la présence de plantes vertes en bonne santé sur le bureau des femmes ou sur la tendance des hommes à s'étaler sur leur plan de travail davantage que leurs collègues du sexe opposé. Le style des objets choisi montre aussi clairement l'identité de son propriétaire : métalliques et sombres pour les hommes, clairs et clinquants pour les femmes. Uta Brandes reconnaît pourtant que mener une telle étude s'appuyant sur notre conception actuelle du genre est problématique car fondé sur un langage commun, celui du stéréotype. Ce langage est lié à notre rapport au groupe et ses normes que nous assimilons de manière consciente ou inconsciente. Quelques tentatives de reconstruction totale du genre par l'éducation et dès la naissance existent mais restent expérimentales voire marginales. Ces tentatives éducatives portent deux noms : Pop né en Suède en 2009 et Storm né au Canada en 2011.

Pop et Storm sont deux enfants élevés sans qu'on leur révèle leur sexe, leurs parents ayant souhaité leur laisser le choix d'adopter leur identité. Le frère de Storm résume la philosophie de la famille en une phrase : « Le sexe, c'est ce que tu as entre les jambes et le genre, c'est la manière dont tu te considères en tant qu'individu. » Ce cas a suscité de nombreuses controverses : en effet, les deux enfants sont scolarisés à domicile car leur éducation est incompatible avec celle des institutions classiques. Selon la psychologue Linda Blair, ce cas ne peut pas être une solution à l'échelle de la société, ces enfants sont le produit d'une utopie qui les isolerait des réalités du monde : « Il faut prendre en compte la réalité extérieure, nous ne pouvons pas isoler les gens du monde réel. » Pop et Storm restent une goutte d'eau dans une société bien normée mais ils ont le mérite de montrer que d'autres réalités existent.

D'autres approches proposent de déconstruire le genre et ces stéréotypes par l'éducation d'une manière moins radicale. C'est le cas d'Egalia en Suède, une école maternelle gender neutral. Le principe ? Libérer les enfants des attentes sociales fondées sur leur sexe de manière à ne pas les restreindre. Le directeur Lotta Rojalin explique la base du travail de l'établissement : « Toutes les filles savent qu'elles sont des filles et tous les garçons

savent qu'ils sont des garçons. Nous ne travaillons pas avec le genre biologique mais avec la problématique sociale. » Ici encore comme dans le cas précédent, il y a une distinction entre le sexe biologique et le genre conditionné par la norme dans son expression. Egalia veut traiter le problème du genre à sa source et éduquer les enfants dès leur plus jeune âge à concevoir le genre autrement. Cette éducation passe par la reconstruction des acquis : par exemple à Egalia on n'utilise pas les pronoms lui ou elle mais un pronom neutre. Les livres sont triés pour ne comporter aucune représentation par genre et ne sont par conséquent pas non plus classés par genre. Egalia n'est pas une expérience isolée : en France, la crèche Bourdarias à Saint-Ouen défend le même postulat : une éducation non différée pour ne pas réduire la palette des possibles de chacun des enfants. Ici, on inverse les rôles et on montre aux enfants que les tâches ne sont pas l'apanage d'un sexe.

Les filles s'occupent du bricolage car cela les encourage à taper fort et à prendre des initiatives. Et les garçons s'occupent de la pâtisserie de manière à apprendre à ralentir et verbaliser. D'une manière générale, on ne cherche pas à masculiniser ou à féminiser mais avant tout à humaniser. D'après les observations effectuées à la crèche, les filles ont tendance à attendre l'aval des assistants maternels pour régler un conflit : on va donc

leur apprendre à s'imposer et ne pas être intimidées par les garçons. Ces dernier doivent de leur côté apprendre à traduire leurs sentiment sans moraliser, des sacs à chagrin/colère/ bisou sont à leur disposition pour qu'ils puissent s'exprimer. Egalia et la crèche Bourdarias sont des réflexions sur les schémas patriarcaux et ses stéréotypes mais aussi une action à la source plutôt qu'une réparation de l'existant, selon l'adage : « Il vaut mieux prévenir que guérir ». En Suède, il est même question d'une loi-cadre faisant intervenir ces propositions à l'échelle d'un système, preuve qu'il est possible de changer ce système et l'ensemble de ses acteurs grâce à des initiatives de ce type.

Le genre est politique, social, culturel mais aussi commercial. En 2010, Merete Lie, à la tête du centre de recherche sur le genre au NTNU (Norvège) intervient au Centre Pompidou au sujet du genre des objets et mène une réflexion sur une exposition d'objets sexués. Un des exemples mis en avant lors de son intervention est celui du four à micro-ondes. À ses débuts, le four à micro-ondes est présenté comme un objet hautement technologique et innovateur, destiné à une clientèle apparemment masculine. Néanmoins ses ventes vont vite décliner et c'est alors que le marketing repositionne l'objet vers une clientèle féminine, notamment la ménagère. L'aspect du

four à micro-ondes va alors considérablement changer, les couleurs sombres à l'apparence trop technique sont remplacées par un blanc émaillé qui deviendra la convention dans le gros électroménager. C'est la naissance des white goods (produits blancs) pour qualifier les appareils électroménagers tels que les réfrigérateurs, fours, climatiseurs, qui se différencient des brown goods (produits bruns) – appareils électriques légers tels que les ordinateurs, radios, télévisions. Il suffit d'une visite dans n'importe quel magasin pour comprendre que la norme des produits blancs et l'orientation des produits vers une clientèle ciblée féminine ou masculine est encore largement d'actualité et surtout en débat.

Pour revenir à notre exemple du four à micro-ondes, cela n'a pas été le seul changement opéré sur le produit pour le rendre moins technique et ainsi adapté à la ménagère. Les panneaux de commande ont été simplifiés avec des pictogrammes et le statut du micro-ondes est passé de celui de produit hautement technologique à celui d'appareil de cuisine. Ce repositionnement affirme que pour obtenir l'acceptation féminine, il faut simplifier la technologie, le label WAF est un exemple très parlant à ce sujet. En 1989, le Women/Wife Acceptance Factor (WAF) voit le jour : c'est une indication d'achat permettant à un client masculin d'évaluer le degré de tolérance d'une femme concernant l'achat d'un produit et donc d'éviter

tout conflit avec cette dernière en prévoyant ce risque. Ce label est toujours utilisé dans le domaine de la Hi-Fi et repose sur des critères comme la couleur, la complexité, le prix ou la taille en appuyant encore une fois la « vision binaire qui oppose la technologie masculine à la décoration féminine ». C'est ici une expression claire du système patriarcal dans lequel l'homme détient l'autorité et la gestion des biens tandis que la femme est cantonnée au second plan.

Le gender marketing agit au service de la construction des codes autour du genre et offre des réponses toutes prêtes réduisant nos choix à des cases prédéfinies : « À trop dessiner les contours d'un imaginaire collectif, on appauvrit les imaginaires individuels. Plus les choix d'identification sont dessinés, moins il y a de place pour les choix alternatifs. » En tant que future designer, je ne me vois pas travailler pour nourrir ces stéréotypes même si le système m'y encouragera car il est construit ainsi. Je pense que nous avons une responsabilité importante et que les objets que nous réalisons ont des conséquences sur leur environnement, les utilisateurs et leurs mentalités. C'est à nous de façonner le monde dans lequel nous voulons vivre, le reconstruire pour le rendre plus viable, proposer des solutions qui permettent à chacun de vivre hors d'une case prédéfinie et s'épanouir dans une existence qui lui convient.

L'alternative, c'est de proposer une réflexion, un changement, non pas pour féminiser les hommes ou masculiniser les femmes, mais pour humaniser l'ensemble des individus et reconstruire une vision du genre qui ne limite ni l'homme ni la femme dans la création de soi et de son environnement.

Bibliographie

- Anstett Elisabeth et Gélard Marie-Luce, *Les objets ont-ils un genre ?*, Paris, Armand Colin, 2012.
- Beillouin Flora, « Même les anges ont un sexe / Reportage à la crèche Bourdarias », *L'Humanité.fr*, 2011.
- Brandes Uta, *My Desk Is My Castle*, Bâle, Birkhäuser, 2011.
- Delamart Romain, *Design dans le genre*, Paris, ENSCI-Les Ateliers, 2015.
- Lagerwall Katrina, « L'égalité des sexes dès le plus jeune âge », *Courrier international*, 2012.
- Mazaurette Maia, « Storm, Pop et l'éducation non genrée », *www.madmoizelle.com*, 2013.

c r

é d

i t s

Polices de caractères
Times New Roman, bold, italic & regular
Times, italic & regular
Avenir Next, bold et demi-bold italic

Papier

Crédits photographiques
Toutes images (D.R.)

à définir et à ajouter

Directeur de la publication
Emmanuel Tibloux???

Direction de l'ouvrage
Anna Bernagozzi

Coordination éditoriale
Vincent Bouvet

Impression
BSR, Paris???

Achevé d'imprimer
2019???

École nationale supérieure
des Arts Décoratifs – Paris
31, rue d'Ulm
75240 Paris cedex 05
T +33 (0)1 42 34 97 00
F +33 (0)1 42 34 97 85
Facebook : @Ensad75
Twitter : @Ecole_ArtsDeco
Instagram : ensadparis
Vimeo.com/ensad
www.ensad.fr



OBJET

FUTURE

PARIS 42

Le Montreuillois
le journal de la ville
comme un flux participatif

École
nationale
supérieure
des Arts
Décoratifs

PSL



RESEARCH UNIVERSITY PARIS