



# LA CINQUIÈME PATTE

REVALORISATION D'UN PATRIMOINE LOCAL





Mémoire de recherche en design  
Diplôme Supérieur des Arts Appliqués  
Option : Design de Produits

La cinquième patte  
**revalorisation d'un patrimoine local**

Bodet Baptiste



# SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	p.4
INTRODUCTION	p.5-11
<b>Crise, mondialisation et réactions</b>	p.13-32
A/ Un état de crises, une crise d'états	p.13
B/ Mondialisation versus Ré-enchantement du monde	p.19
C/ La charge des alternatives locales	p.25
<b>La production locale et sa place actuelle</b>	p.35-52
A/ Artisanat : un idéal de mise en forme séculaire	p.35
B/ Nouvelles technologies, nouvelles questions	p.42
C/ Le rôle du designer dans ces systèmes de production	p.47
<b>Une filière à secourir : la filière laine</b>	p.55-70
A/ La laine dans la tourmente du progrès	p.55
B/ Une histoire passée	p.60
C/ Délaissements, traces, empreintes et fondements	p.63
D/ Les projets pour des valorisations	p.67
<b>La matière laine / déchet kératinique</b>	p.73-85
A/ Une matière aux multiples caractéristiques	p.73
B/ Son image actuelle dans la société	p.78
C/ Détournement et nouvelles formes	p.82
CONCLUSION	p.87-89
REMERCIEMENTS	p.91
GLOSSAIRE	p.93-96
BIBLIOGRAPHIE	p.99-103
RÉSUMÉ	p.105

## AVANT-PROPOS

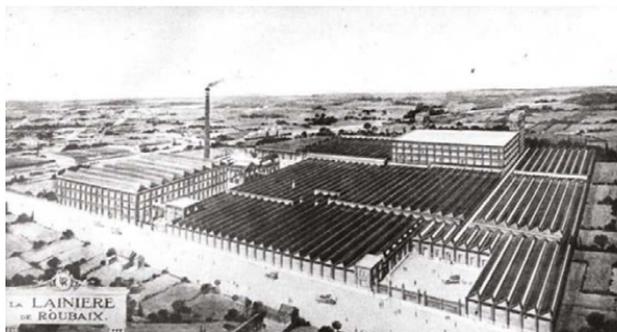
Rencontrant la laine dans le cadre d'un workshop, ma sympathie pour ce matériau naissait alors...

# INTRODUCTION

Notre société a connu une évolution extraordinaire depuis la révolution industrielle, marquée notamment par l'explosion des domaines scientifiques, techniques et technologiques. Dès l'avènement de la machinerie industrielle, la production s'est dans sa globalité accélérée et amplifiée. Les activités humaines (travail, transports, communication, fabrication des artefacts, etc) jusqu'à l'acception même de la vie et de la nature ont été reconsidérées à une vitesse fulgurante et sans précédent. Le développement des sciences et techniques de l'Âge Moderne promettait à l'Homme une amélioration considérable de ses conditions d'existence via une maîtrise exercée sur son environnement naturel. Mais aujourd'hui, l'apparition des technologies nucléaires ou encore des bio ou nanotechnologies, susceptibles d'aider comme de menacer l'homme, appelle à se poser de nombreuses questions quant aux avantages et aux limites de la technique. La vision progressiste dite moderne a montré ce que la nature cachait. Elle l'a provoquée, pour mettre à profit et exploiter les mystères du système naturel, alors que le paysan laissait les forces de la terre agir. La nature s'est vue arraisonnée, objectivée, remplacée ou utilisée comme objet d'industrie. Le désir d'indépendance de l'homme envers celle-ci, l'a amené à trouver des alternatives plus rentables. Mais cette émancipation n'a pas été sans conséquence. Des ressources naturelles, des denrées tant convoitées, ont été progressivement ou brutalement délaissées, tout bonnement remplacées. Leur éviction a eu des conséquences sur les économies locales et les patrimoines ruraux. Cette rupture avec « le monde d'avant » s'est traduite par un désintérêt progressif pour les matières naturelles. Le plébiscite pour les nouveaux matériaux s'est accompagné de l'adhésion des designers, comme des fabricants et consommateurs aux valeurs diffusées par l'utopie

technologique ambiante, ainsi qu'aux performances des techniques modernes. Avec l'essor des industries nouvelles, notamment de la pétrochimie, s'ouvrait dans les années cinquante, l'ère des matériaux synthétiques. Leur faculté à être moulés, à prendre toutes les formes, à accepter toutes les couleurs, leur adaptation à la production en grande série, leur permirent de toucher un public de consommateurs élargi. Le plastique possédait toutes les qualités prônées par la société de consommation dont il a accompagné le développement : économique, produit industriellement, reproductible à l'infini, protéiforme, etc. Avec lui, la consommation s'accéléra et les manières de vivre changèrent : on achète, on empile, on module et on jette. De plus, la seule chose qui semble encore aujourd'hui attirer la plupart d'entre nous est l'utilisation du produit, sa capacité à satisfaire un désir, un rêve souvent immédiat ou fugace, voire futile. On peut donc penser que la technique moderne dévoie la nature, lui extorque son énergie et par là même « dénature » le lien que l'homme entretient avec elle. Les matières et matériaux dits naturels se sont retrouvés en concurrence avec des nouvelles substances artificielles et leurs nouvelles techniques de mise en œuvre. La technique supplantant la nature et ses matières, a entraîné de nombreux bouleversements dans la consommation. L'histoire du textile peut être un exemple des plus pertinents pour expliquer cette évolution dans la consommation et la fabrication et montrer l'impact des technologies sur les matières et les savoir-faire séculaires. Cette aventure commence au néolithique. Le textile s'apparentait en premier lieu à des peaux de bêtes que les hommes liaient avec des filaments tirés de tendons. Puis apparut la réalisation manuelle des premiers fils faits à partir de laine ou de coton.

Par la suite, les techniques de fabrication des fils à partir de fibres naturelles, au cours de l'histoire, ont évolué vers une mécanisation croissante. La matière laine, par



*document du XIX  
siècle du centre lainier  
de Roubaix du site :  
<http://www.google.fr/>*

exemple, était à l'origine d'une industrie sans précédent, du Moyen-Âge à la Révolution Industrielle. Mais l'avènement du coton entre 1840 et 1850, pour des raisons techniques, a bouleversé la filière laine.

Durant cette même période, le coton, pourtant en pleine accession, fut dépassé par l'arrivée sur le marché du textile des fibres synthétiques. Ainsi le rapide essor de ces fibres artificielles engendra une diminution considérable de l'emploi de fibres naturelles, bien que ces fibres dites anciennes aient eu une histoire complexe et influente dans le passé. Cependant les préoccupations écologiques qui se manifestent avec de plus en plus de vigueur, reconsidèrent notre société du progrès et réinterrogent des techniques et matériaux peut-être trop rapidement mis au placard par la modernité. Le délaissement systématique des matières naturelles et de leurs cultures corollaires nécessite donc un temps de questionnement. Une revalorisation de la laine et de ses filières, très vite remplacées pour des raisons économiques et sociales, n'est-elle pas envisageable ?

Malgré ses qualités et sa durabilité, la laine est devenue peu importante sur le marché mondial, dominé par la fibre née du génie humain. La fibre artificielle, numéro un du marché mondial, est à l'origine de la destruction de la filière laine au niveau régional, national, voire européen. Mais les causes sont compréhensibles. Contrairement à la fibre de

laine, la fibre synthétique est calibrée. Dite parfaite, elle peut s'adapter à un mode de production industriel pour un coût relativement bas. Son origine artificielle fait de la fibre synthétique une matière alchimique, sans contraintes d'industrialisation ou limites d'utilisation. Matière majeure de l'industrie du textile pendant sept siècles, la laine a perdu de son envergure jusqu'à être considérée en France et en Europe comme une matière peu rentable, voire un déchet. Au niveau mondial, il reste encore 2 100 000 tonnes de laine travaillée. Mais cette consommation s'est réduite par trois en quarante ans. De plus, la laine est devenue une matière principalement travaillée par quelques acteurs mondiaux tels que l'Australie, la Chine, l'Inde... Pourtant au début du XX<sup>e</sup> de nombreux pays d'Europe tels que la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni ou encore la Belgique étaient des acteurs importants du travail de la laine dans le monde.

Les problèmes ainsi relevés viennent du fait que la production et l'utilisation mondiales de la laine se sont effondrées en ce début du XXI<sup>e</sup>, avec une part sur le marché du textile qui est passée de 10 % à 3 % d'après l'ouvrage *The wool : products and markets* Univ. Padoue, IFRESI-CNRS, 2004. D'autre part le marché de la fibre kératinique s'est concentré en moins d'un siècle sur quelques acteurs mondiaux. Alors que de nombreux pays d'Europe tels que la France étaient dans les années 1900 les principaux importateurs de laine dans le monde. Ce pays importait 218000 tonnes de laine en 1905 contre 52756 en 2000 d'après G.Riello (op. Cit.). Ainsi une analyse des contextes socio-économiques et environnementaux sera indispensable pour comprendre pourquoi se crée un tel remplacement du naturel par le synthétique. Il sera tout aussi indispensable d'expliquer pourquoi la production et la consommation pour particuliers et professionnels de la laine se sont totalement délocalisées vers de gros producteurs et transformateurs. Nous pourrions aussi questionner les différents leviers culturels, sociaux,

économiques sur lesquels nous appuyer et ainsi valider comme invalider la cohérence d'une renaissance des filières laines.

Actuellement la société, dite de consommation, semble cultiver une certaine définition du bonheur comme étant l'accumulation de la possession et la consommation de biens de plus en plus nombreux et variés. Nous sommes arrivés au cœur de la consommation de masse, de l'artificialisation des besoins, où abondance rime avec jouissance. Les notions liées à la consommation, telles que la mode et l'apparence, entraînent une stratification des classes sociales de plus en plus marquée et un isolement individuel de plus en plus fort. Cette société de consommation a inévitablement engendré de nouveaux problèmes et de grandes dérives, notamment sociales et environnementales, accentuant les inégalités. Face à ces dérives, une certaine prise de conscience semble émerger depuis peu et les valeurs éthiques semblent prendre de plus en plus d'importance dans la société de consommation actuelle. Les consommateurs se retrouvent désormais confrontés aux notions de développement durable, de commerce équitable et de morale. Une réorganisation économique et politique semble être en marche. Le local et l'authentique semblent redevenir des besoins de plus en plus pressants dans notre société et sont symboles d'une nouvelle tendance valorisant l'écologie. Le naturel et le fait-main sont recherchés pour l'assurance d'une qualité certaine et du développement de toute une économie plus proche des consommateurs. Quelles solutions hypothétiques seraient alors à mettre en avant ?

Des plans de valorisation on déjà été mis en place pour d'autres matières naturelles, comme la fibre de lin par exemple. En Basse-Normandie, la MIRIADE et le comité régional Basse-Normandie de MOV'EO ont lancé une étude sur la valorisation industrielle du lin dans des applications techniques. Ce projet a permis de remarquer

les perspectives de développement de l'utilisation du lin et d'identifier précisément les applications intégrant ou pouvant intégrer le lin.

Aussi le rapide balayage de quelques contextes scio-économiques et environnementaux particulièrement éloquentes, montre l'intérêt potentiel du développement d'une voie de valorisation de la matière/déchet telle la laine. La matière et le rôle du design dans sa valorisation, l'artisanat comme idéal de mise en forme ou encore l'identité territoriale et la micro-économie locale semblent être des tremplins de réflexion indispensables à cette recherche en cours.

Ainsi la complémentarité entre matière, artisanat et design est essentielle puisque les deux premiers apportent la richesse, la qualité, et l'aspect authentique, perfectible, sensible, tandis que le dernier la valorise en donnant une forme plus actuelle et contemporaine à un savoir-faire ancestral. Pour ce travail de valorisation de la filière laine, nous pourrions nous appuyer autant sur les propriétés techniques de ce matériau que sur l'authenticité de la matière et des savoirs locaux de mise en forme. Mon intervention se recentrant au départ sur une redynamisation locale de la filière laine dans le Limousin, mon appui et mon intérêt pour les acteurs de valorisation de la filière au niveau régional sont indispensables. Ainsi les actions et le résultat des associations telles que Laine Réseau limousin ou Lainamac seront énumérés ultérieurement. Le travail présenté dans ce mémoire a pour objectif d'étudier la validité d'une revalorisation de la laine, en se basant sur différents leviers et moyens pressentis. Nous vérifierons le postulat selon lequel la laine, en tant que matière de convergence de nombreuses questions et paramètres de notre temps, peut devenir une matière à promouvoir. Nous pourrions ainsi nous demander en quoi une renaissance de la filière laine est envisageable au niveau régional, national mais aussi mondial. Y aurait-il des intérêts à sa résurrection ?

Un premier chapitre détaillera le contexte dans lequel nous,

usagers, consommateurs, acteurs, nous évoluons. Cet état des lieux nous permettra de légitimer ou non le sujet, de mettre en évidence les changements de comportements des consommateurs, et de questionner les nouvelles mouvances de la consommation responsable.

Un second chapitre sera consacré à questionner l'industrie et l'artisanat comme deux moyens distincts de mise en forme mais pouvant, dans notre époque, emprunter des vecteurs de convergence via l'émergence des nouveaux modes de fabrication proposant un artisanat dit technologique, propre au modèle de « troisième révolution industrielle » défendu par Jérémy Rifkin.

La production et la transformation de la laine seront abordées dans un troisième chapitre, l'étude de l'état de cette filière dans l'histoire au niveau régional, national et mondial y sera développée. Cette partie nous permettra de montrer comment la filière laine a failli disparaître au niveau européen et en quoi des acteurs locaux tentent de la réhabiliter à différentes échelles.

Enfin, un quatrième chapitre fera l'objet de l'étude de la laine comme matière aux nombreuses propriétés techniques, physiques et chimiques. Nous pourrions ainsi nous appuyer sur différents travaux de recherche mettant la laine au premier plan. Les recherches sur les problèmes techniques engendrés par cette fibre hasardeuse, mais ô combien sensuelle, seront pris en compte pour étudier en quoi de nouveaux moyens de mise en forme peuvent être utilisés pour solutionner les problèmes relevés précédemment.





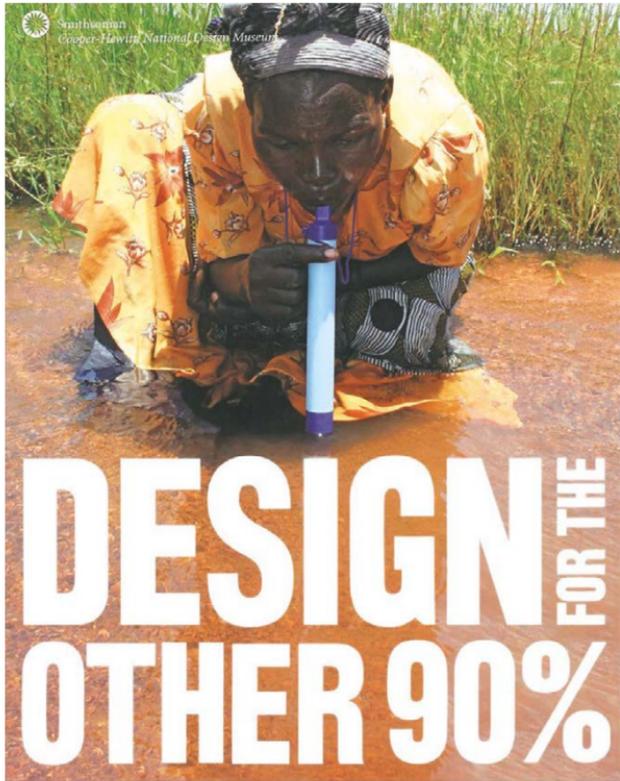
## Crise, mondialisation et réactions

### **A/ Un état de crises, une crise d'états**

La France comme de nombreux autres pays est touchée par un ensemble de crises interconnectées entre elles. Cet état de crise donne naissance à un contexte nouveau, ayant des répercussions autant au niveau régional, national que mondial. Ses conséquences brutales n'incitent-elles pas à des modifications concernant nos modes de vie, de consommation et nos habitudes ? Tout projet novateur voulant s'inscrire dans une réalité présente et future doit s'inscrire dans ce schéma de rupture globale. Ce contexte d'austérité est marqué par quatre crises dont une majeure qui semble alimenter les trois autres, c'est bien sûr celle que les médias relatent depuis déjà environ cinq ans. La crise économique donne l'impression d'avoir généré une crise politique, une crise écologique et une crise sociale dont l'impact tend à s'étendre. Cette crise financière paraît être le point de départ d'un nouveau contexte, dont il faut bien comprendre les causes pour envisager un après positif et constructif.

Ce contexte de crise peut se définir actuellement comme une situation de pénurie marquée par une diminution massive, mais pas généralisée, du pouvoir d'achat et une augmentation considérable de la pauvreté. Des solutions visant à une amélioration de ces dégradations sont envisagées et expérimentées par différents secteurs, institutions, acteurs, tels le commerce, la politique mais aussi le design.

Ce design inhabituel apparaît au grand jour pour montrer son engagement pour cette majorité grandissante de délaissés.



*couverture du catalogue  
pour l'exposition  
«Design for the Other  
90 Percent. crédit photo  
Vestergaard Frandsen;  
conception par Tsang  
Seymour conception.*

*Design for the Other 90 Percent* le titre de cette exposition de MAI 2007 à New York indique les réactions de ce design soucieux de ce qu'il adviendra du futur. De nombreux projets exposés lors de cet événement annoncent l'ascension de ce design engagé sur des problématiques autant sociales qu'écologiques. La compréhension de ces problèmes présents semble obligatoire pour quiconque veut proposer une solution et une amélioration. La crise économique et l'ensemble de ses répercussions et ses causes actuellement perceptibles seront les principaux éléments de cette première partie.

Si nous nous référons à de nombreux économistes, l'histoire

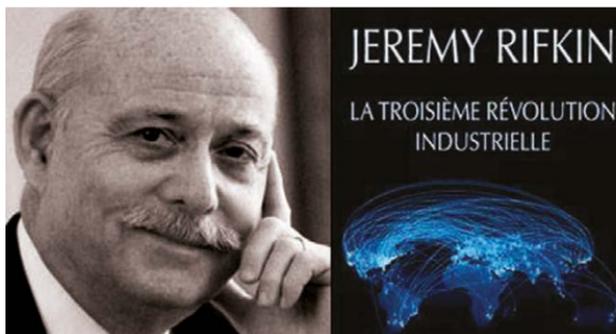
de la crise économique, potentielle cause de l'état actuel de la société, commence aux États-Unis après une longue période d'augmentation constante des prix des logements et avec l'éclatement de la bulle immobilière en 2004. De nombreuses familles ont été soutenues par les banques dans leurs emprunts pour acquérir un logement, et les prêteurs ont alors commencé à se lancer dans une pratique dite des « prêts hypothécaires à haut risque » : « les subprimes ». Ce n'est que vers 2005/2006, que les premières conséquences, engendrées par un marché immobilier incontrôlable et incontrôlé, apparaissent. Alors, des dettes internationalement interconnectées surviennent et suscitent une panique mondiale dans le milieu financier. Soudainement, les banques ne voulaient plus se prêter mutuellement, d'où un resserrement, voire un étranglement du crédit. Puis durant une période qui suivit, le système finit par faire défaut de solvabilité. Les pertes s'accumulèrent. En Juillet 2008, de grandes banques et de grandes institutions financières de par le monde ont annoncé des pertes se montant à environ 435 milliards de dollars. Ainsi beaucoup de ces institutions ont dû se déclarer en faillite, sous peine que leur effondrement porte un coup à l'économie au sens large. Les gouvernements ont dû voler à leur secours. L'anticipation de nouvelles faillites a conduit l'administration américaine à élaborer en premier un plan de renflouement de 700 milliards de dollars pour prévenir ce risque de faillites multiples. C'est ainsi que d'autres plans de renflouement ont été adoptés dans le monde, que cela soit en Europe ou en Asie.

Malgré cela, la crise économique et ses répercussions tant au niveau social, politique qu'écologique ne cessent de croître. D'ailleurs l'économiste Alessandro Girardo, auteur de *Mythes et Légendes économiques*, estimait que la crise actuelle « allait forcer les acteurs de l'économie à ralentir leur activité et à prendre moins de risques ». Dans une époque où un redressement économique est invoqué par toutes les

parties, la peur du risque financier écarte toute initiative de ce genre et engendre un cercle vicieux de fébrilité et de repli. Ainsi, dans nombre de pays industrialisés, le resserrement du crédit imposé par les banques aux entreprises comme aux ménages provoque une restriction de la consommation. La crise sociale apparaît, comme origine du déclin économique. Ses répercussions directes sont le chômage, l'augmentation des inégalités, la baisse du pouvoir d'achat et l'accroissement de la pauvreté, mais aussi un doute envers la solidarité collective. Les pouvoirs politiques tentent, expérimentent, mais ils semblent malmenés. En France, la lenteur du changement annoncé par le gouvernement actuellement en place montre ce combat chancelant entre une politique flageolante et un environnement à la fois révolté et rétif. La population nationale mais aussi européenne refuse, s'oppose aux démarches adoptées par de nombreux états pour des raisons d'incompréhension et de lassitude face à une crise interminable et une politique qui paraît être relativement impuissante.

L'Europe comme la mondialisation est montrée du doigt comme fautive ou probable cause de ce contexte. La crise économique engendre donc une dépression sociale et un affaiblissement de la politique. Son impact ne semble pas s'arrêter là, la crise écologique en serait aussi un résultat. Pourtant certains économistes comme Julien Milanési pensent que l'écologie et son délaissement ne sont pas un résultat de la crise économique, au contraire. C'est-à-dire que la relation entre crise économique et environnement est étroite. Il considère la crise écologique comme base, point de départ de cet état mondial actuel. Son raisonnement commence sur la crise des subprimes de 2007, il montre que simultanément se produit une augmentation importante des prix des hydrocarbures et de l'alimentation sur le marché mondial. Ce pont entre ces deux événements néfastes annonce un problème et en engendre un autre. L'augmentation économique

de ces denrées de plus en plus rares ampute le budget des ménages endettés par leur emprunt immobilier. Ce trou dans la tourmente financière crée ainsi cette fameuse crise de subprimes de 2007. La crise écologique est engendrée par une crise de rareté. Partout sur la planète, les ressources piliers de notre système arrivent à leurs limites d'utilisation. Les ressources concernées sont nombreuses : hydrocarbures, ressources minérales, ressources agricoles... Pour les hydrocarbures, le pétrole possède des réserves limitées. Les réserves sont estimées à une quarantaine d'années. Dans notre monde, ce vieux monde, le pétrole est présent sous une multitude de formes (carburant, matière...) et semble indispensable pour le moment. Les alternatives concernant cette ressource et ses usages dans la vie de tous les jours tardent fortement à être appliquées ou sont limitées dans leurs transferts et leur vulgarisation par les lobbies énergétiques. Principal responsable des changements économiques et sociaux du siècle dernier, le pétrole apparaît pour Jérémy Rifkin comme la matière obsolète dont l'abandon verra naître le prochain stade industriel. Dans son livre, *La troisième révolution industrielle*, il annonce que la seconde ère industrielle a pris fin en 2008. Il écrit que toute révolution industrielle naît d'une convergence d'une énergie nouvelle et des moyens de communication. Le mariage idéal pour sortir de cette dépression, serait



*Photo de Jérémy Rifkin avec la couverture de son ouvrage « La troisième révolution industrielle » paru en 2012  
photo du site : [http://www.lavie.fr/actualite/economie/la-3e-revolution-industrielle-an-  
noncee-par-jere-](http://www.lavie.fr/actualite/economie/la-3e-revolution-industrielle-annoncee-par-jere-)*

de lier des nouvelles sources d'énergie et Internet. Le grand fondement de son livre est le passage vers d'autres énergies et ressources. Dénonçant les énergies fossiles comme des ressources de plus en plus inaccessibles, il montre a contrario, que le soleil et le vent opèrent tous les jours quelque part. Dans la révolution industrielle de Rifkin, chaque immeuble, chaque maison deviendra une source de production d'énergie, donnant une accessibilité à la fois locale et globale. L'Internet, par essence collaborative et extensible, pourrait offrir cette matrice, ce réseau de communication pour distribuer cette énergie. La mise en pratique de la philosophie de Jeremy Rifkin sera donc testée en France dans cette région aux difficultés autant sociales qu'économiques<sup>1</sup>. Son intervention est considérée comme une sorte de design de service entre dans des démarches solutionnant des problèmes présents en pensant un changement radical pour le futur<sup>2</sup>. Jeremy Rifkin propose une solution et envisage des bienfaits considérables amenant à faire réfléchir sur une mutation positive pour le consommateur.

Cette solution peut être extrapolée modifiée, transformée pour questionner d'autres problèmes et proposer un ensemble de réponses de change. Mais comment se tourner vers une consommation durable et accessible jusqu'ici régie par les énergies fossiles ? Quelles autres solutions pourraient être adoptées pour résoudre cet état de crise ? Quelles

-----

*1) Le Nord-Pas-de Calais va entrer dans la 3ème Révolution Industrielle », tel est le titre d'un article de la revue Socialter n°2 « J'habite donc je suis » de décembre 2013-janvier 2014.*

*2) « Les bénéfices sont supposés être énormes : d'ici 2050, le NPDC réduirait de 60 % sa consommation énergétique et couvrirait 100 % de ses besoins grâce à la production d' énergie renouvelable. Avec à la clé 165000 emplois nets créés », extrait du même article.*

sont celles qui viennent d'émerger ? Sont-elles finalement viables ?

Avant de répondre à cet ensemble de questions, on se doit de questionner le concept de mondialisation, souvent montré du doigt par des politiques ou une partie de l'opinion publique comme étant le grand fautif. Quels ont été réellement son rôle, ses répercussions ? En quoi la mondialisation a-t-elle influencé, gouverné la consommation des usagers ?

## **B/ Mondialisation versus Ré-enchantement du monde**

Le terme de mondialisation est apparu au début des années 1980 dans la langue française. Mais son action apparaît bien plus tôt, au début du XX<sup>ème</sup> siècle. La production en série, l'ouverture des marchés et la libre concurrence sont les principaux éléments d'un nouveau système d'achat et de vente. Dès lors s'est formée une société de consommation proposant de plus en plus de produits diversifiés à des consommateurs de plus en plus exigeants. Paradoxalement se manifeste en même temps une unification de la production et de la consommation. Un consommateur est une personne qui utilise, à titre personnel, un bien ou un service.

A ce titre, il est considéré comme préférant certains biens par rapport à d'autres. La mondialisation, elle, se définit comme étant le processus d'ouverture de toutes les économies nationales sur un marché devenu planétaire. Elle est favorisée par l'interdépendance entre les hommes, la déréglementation, la libéralisation des échanges, la délocalisation de l'activité... Le consommateur a trouvé grâce à la mondialisation un éventail de produits plus large en terme de rapport qualité/prix. Le développement des modes de communication et de circulation des personnes a amplifié cet attrait des consommateurs pour les produits exotiques. On fuit un héritage culturel pour entrer dans

la modernité, la nouveauté, l'exotisme. Bernard Stiegler dans son livre *Réenchanter le monde : La valeur esprit contre le populisme industriel* annonce le délaissement de l'individualisation pour l'adoption, ce qui signifie tout bonnement le changement dans la construction individuelle. Anciennement construite sur des valeurs locales, l'individualisation a laissé place à l'adoption d'un mode de vie uniformisé et construit pour une masse populaire. Cet engouement pour ce qui est étranger à un mode de vie traditionnel construit sur des valeurs identitaires, a eu et a encore des répercussions sur les cultures locales. L'envie d'innovation et de liberté dans le choix chez le consommateur a engagé un délaissement des productions dites locales. Ce changement d'habitudes marque la dichotomie de deux époques séparées par la Seconde Guerre Mondiale et sa conclusion. Les États-Unis véhiculent une image, un état d'esprit qui fascine bien plus que la traditionnelle vie à la française.

Les classes montantes dans les années 60 reniaient les valeurs des générations précédentes qui ont amené la guerre (transmission, héritage, pérennité, valeur travail...). Le modèle américain s'empara d'une grande partie des territoires libérés car il est symbole de progrès ! Son modèle économique est alors idéalisé, copié et souhaité par et pour de nombreux pays émergents. Cependant l'on peut se demander si la mondialisation n'a pas finalement formé un cadre ou un idéal pour tout consommateur à l'échelle planétaire, modifiant ainsi les modes de vie pour les diriger vers un but identique pour tous.

Ce phénomène nommé « lissage de la mondialisation » est lié au culte de la consommation. L'ouvrage *Culture et mondialisation, résistance et alternative du centre tricontinental*, annonce dans ces quelques lignes les fondements de ce qui s'appelle « le lissage culturel exercé par la mondialisation » ayant pour résultat d'influencer le consommateur dans son achat.

«En voulant transformer le particulier, l'adapter aux



*Photo d'un restaurant  
Mac Donald en Chine  
du site : <http://www.chine-chinois.com/sylvain-en-chine/renard-shanghai-partie-4-chine-chinois-macdonald-starbucks/>*

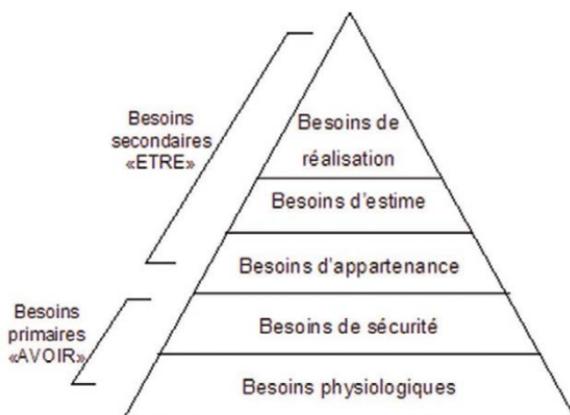
normes de la consommation occidentales, considérées comme idéal universel et accomplissement de l'homme, ces stratégies commerciales ne sont pas différentes des entreprises ethnocidaires des premiers missionnaires. Tuer chez le particulier ce qui constitue une limite à sa participation au royaume de la culture marchande planétaire revient à imposer par la violence symbolique une nouvelle religion, la religion du marché.

Pour beaucoup de sociologues, et plus particulièrement pour ceux se consacrant à l'étude de la « postmodernité », les produits, les marques et, surtout les images de marque -néolibérale réussite professionnelle et matérielle individuelle, loisirs, communications - distribués par ces multinationales globales, lissent les aspérités culturelles et déclassent les modes de vie traditionnels - vie communautaire, respects des anciens, rites traditionnels » (extrait de l'ouvrage *Culture et mondialisation, résistance et alternative du centre tricontinental*). Ce texte ne critique pas cette nouvelle culture mais le moyen utilisé pour l'imposer. Les moyens qu'utilisent les grands lobbys commerciaux pour endoctriner les consommateurs sont rapprochés des entreprises ethnocidaires des missionnaires. Cette comparaison brutale met le doigt sur ce moyen immoral et prétentieux : montrer et persuader que le bonheur vient du matériel et de la consommation, sont les mots d'ordres de ces multinationales. Ce texte annonce aussi

les diffamations énoncées par cette religion de marché. A cela nous pouvons lier les théories comportementales du consommateur par l'économiste James Stembler Duesenberry expliqué dans son livre, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior* (1949). Il introduit le concept socio-économique de l'effet de démonstration ou d'imitation. « L'effet Duesenberry » décrit l'importance des aspects psychologiques dans un acte de consommation. Cette théorie expose l'analyse suivante : les agents d'un groupe social donné auront tendance à imiter la consommation d'un groupe au revenu supérieur, appelé référent. Ce phénomène s'observe au niveau mondial, ce qui pousse les sociétés à copier le modèle capitaliste occidental ou celui des Etats-Unis.

Ce mode de vie « idéal » a trouvé ses limites et ne semble pas souhaitable comme peut le montrer la mise en relation l'effet Duesenberry et de la pyramide de Maslow. Cette dernière expose un principe de hiérarchisation des besoins de l'être humain que celui-ci gravit successivement jusqu'à un

*Schéma présentant la pyramide des besoins selon Maslow schéma du site : <http://www.autonomiste.com/la-pyramide-des-besoins-de-maslow-et-lautarcisme/>*



LA PYRAMIDE DES BESOINS  
SELON MASLOW

idéal de vie. Le cinquième et dernier palier correspond au besoin de s'accomplir, qui est selon Maslow, le sommet des aspirations humaines. Il vise à sortir d'une condition purement matérielle en tant qu'individu pour atteindre l'épanouissement de la personne. Malheureusement si nous revenons au principe d'imitation énoncé par James Stemble Duesenberry, pour une très grande majorité des consommateurs du monde, le cinquième palier ne pourra être atteint. Aspirant sans cesse à l'assouvissement de désirs supérieurs qui par définition sont hors de leur portée, les consommateurs entraînés dans l'effet Duesenberry stagneront ainsi au palier numéro quatre de la pyramide de Maslow.

« Un Homo consumericus de troisième type voit le jour, une espèce de turbo-consommateur décalé, à l'affût d'expériences émotionnelles et de mieux-être. L'esprit de consommation a réussi à s'infiltrer. Tout se passe comme si, dorénavant, la consommation fonctionnait tel un empire sans temps mort dont les contours sont infinis. » Dans cet extrait du livre *Le bonheur paradoxal*. Essai sur la société d'hyperconsommation dans lequel, le sociologue français Gilles Lipovetsky décrit le système de l'hyperconsommation comme constituant véritablement la société du « bonheur paradoxal », c'est-à-dire où le plus grand nombre d'individus se déclarent heureux malgré l'augmentation de signes contradictoires (dépression, stress, anxiété...). Face à ces problèmes éthiques engendrés par ce type de systèmes, une alternative semble apparaître, ouvrant un nouvel espace à la consommation et prisant des comportements d'achats différents et plus responsables. Gilles Lipovetsky met ainsi en avant l'alter-consommation, correspondant à la consommation responsable comme un mouvement dissident du modèle de la surconsommation. L'auteur caractérise davantage ce phénomène comme une tendance : « l'alter-consumérisme ne fait qu'accomplir l'essence de la société d'hyperconsommation » (ibidem). Il montre ainsi que l'alter consommation est une réponse

logique à notre société de consommation. Mais nous notons qu'une réelle prise de conscience sociétale sur la consommation responsable est en marche. Que celle-ci soit une réponse à l'hyperconsommation ou témoignant réellement d'un changement, l'apparition de l'émergence de nouveaux modèles locaux pour un avenir différent, montre des changements détachés des modes de consommation traditionnels. Mais comment proposer autre chose, comment transmettre par l'achat, des essences dépassant l'objet ? L'être devient de plus en plus important dans l'acte de consommation. La satisfaction dans l'achat ne peut plus se limiter à l'objet. Comment ce changement doit-il être dirigé pour proposer aux consommateurs plus de bien-être ? En quoi les alternatives émergentes accordent-elles à l'humain-fabrique une toute autre définition ? Comment le lien entre consommateur et producteur est-il recréé ? L'impact de ces alternatives montre leur intérêt, mais surtout un malaise ou un manque entraînant cette demande.

## **C/ La charge des alternatives locales**

Toute action entraîne une réaction, et face à la mondialisation et à la crise se profilent des solutions, des organisations, des postures alternatives qui entendent, pour un grand nombre d'entre elles, prendre corps dans le terreau local. Le départ de ces nouveaux modèles vient d'une demande, celle de la consommation sociale, responsable donc durable. Mais cette demande tient son origine d'un ensemble de travaux pédagogiques, communicatifs et médiatiques divulgués pour des ONG. Ainsi, le consommateur socialement responsable est avant tout un consommateur informé.

D'ailleurs l'une des définitions les plus célèbres, est celle de Webster datant de 1974, dans laquelle il décrit le consommateur socialement responsable comme celui « qui prend en compte les conséquences publiques de sa consommation privée ou bien qui utilise son pouvoir d'achat pour réaliser un changement social »

(Webster F. E. Jr. (1975), *Determining the characteristics of socially conscious consumer*). Le consommateur responsable impose son pouvoir par son acte d'achat. Ainsi l'achat pour l'environnement et des causes éthiques est devenu depuis quelques années pour les consommateurs des pays industrialisés une source de préoccupations croissantes. De plus en plus préoccupé par les impacts environnementaux des activités humaines, le consommateur contemporain choisit d'œuvrer pour sa sauvegarde.

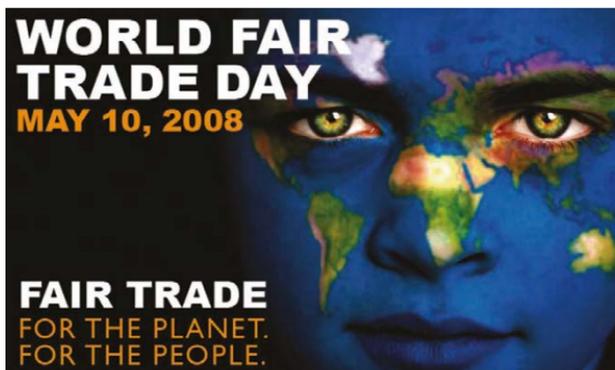
Mais l'achat éthique reste un achat qui dans certains cas nécessite un coût supplémentaire dans le budget du consommateur qui fait ce choix. L'achat éthique nécessite également un effort d'information et une réorganisation du quotidien. Évidemment, les personnes qui se demandent comment boucler leurs fins de mois ou si elles auront assez pour nourrir leur famille sont loin de se préoccuper d'un mode de consommation rentrant dans une démarche socialement responsable (cf Maslow). Le creusement des inégalités est d'ailleurs en cela préoccupant d'un point de vue écologique (op.cit.). Même si pour le moment les productions éthiques ne semblent pas accessibles à tous, l'engouement pour cette consommation est en pleine croissance dans notre société. Un sondage Ipsos montre même que les Français admettent une confiance de crédit aux entreprises montrant une démarche éthique supérieure à la normale européenne : 58% contre 36% moyenne européenne. Parallèlement à cette prise de conscience à différentes échelles, des produits se sont développés afin de satisfaire les exigences des consommateurs. Tout d'abord dans la gamme des produits alimentaires, les consommateurs ont vu apparaître des produits biologiques. En France par exemple, le taux de croissance des produits biologiques se maintient depuis plusieurs années à +20% à +30% par an suivant les produits d'après une étude du ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie<sup>3</sup>. Ces produits ont

soulevé la nécessité de créer des labels afin de certifier leur valeur et leur qualité. L'engagement du consommateur auprès de ces produits dépasse l'acte de l'achat en lui-même en abordant des notions beaucoup plus profondes relevant de la politique ou plus globalement des façons de vivre. L'acquisition d'un objet éthique renvoie le consommateur à faire un geste pour une communauté. Son geste lui permet ainsi de se classer dans un groupe dans lequel il a œuvré de différentes manières<sup>4</sup>. Tout comme les enjeux environnementaux, les préoccupations sociales ont également suscité l'intérêt des consommateurs. Les entreprises sont de plus en plus confrontées au boycott des consommateurs et à la diminution de leurs débouchés lorsque les efforts sociaux ne sont pas faits. Cependant, les explications formulées pour expliquer l'achat de produits à caractère social ont moins été développées que celles expliquant la volonté d'acheter des produits « verts ». Cet aspect serait dû à la difficulté de caractériser et de reconnaître un produit « social ». Puisque contrairement au produit vert, la labellisation certifiant une production sociale tarde à se développer, il est donc pour le moment impossible de connaître précisément les conditions de fabrication d'une grande majorité des produits de consommation. Une minorité de labels associant les bulles fondatrices du développement durable sont en ce sens intéressants (FSC, Fairtrade...). Ils assurent une certaine

---

3) <http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/ED74-2.pdf>

4) *Ce type de consommation peut s'expliquer d'après Sylvander (1999) dans le colloque « Les tendances de la consommation des produits biologiques en Europe »*



*Affiche pour la journée mondiale du commerce équitable du samedi 10 mai 2008*  
*photo du site : <http://autonomieproject.wordpress.com/2008/05/06/world-fair-trade-day/>*

transparence dans l'ensemble de la fabrication. Malgré un manque de contrôles soutenus, des changements de consommation font la base d'une nouvelle offre, distribuant des produits plus respectueux pour l'humain et son environnement.

« Dans une société délestée des grands combats de classe et des grandes odyssées idéologiques, les individus veulent affirmer leur identité et leurs valeurs notamment au travers de la consommation. Après la consommation ostentatoire de classe, après les produits-plaisir, le temps est aux produits de sens permettant d'exprimer des choix authentiques, une vision du monde, une identité choisie » (op.cit.). Lipovetsky affiche une idée intéressante selon laquelle l'individu moderne se construit à travers ce qu'il consomme. La consommation aurait donc un rôle important dans l'élaboration de l'individu. En économie, l'achat est considéré comme un acte répondant à un calcul simple et rationnel. Il résulte d'un besoin pour une utilité personnelle. A l'inverse en marketing, on se base sur un acte d'achat pulsionnel et irrationnel. Le premier rapport à l'objet nous touchant viscéralement<sup>5</sup>, nous assouvissons un désir par l'achat et non une utilité directe.

L'achat pulsionnel est une réaction violente, l'assouvissement d'une pulsion, assouvissement par la consommation. Le

réel besoin, ou tout simplement l'utilité de ce produit passe au second plan. La consommation pour un besoin n'est plus d'actualité. La consommation prend de nouveaux visages, comme celui d'assouvir un désir ou encore celui de sociabiliser par l'apparence. Qu'en est-il du rôle de socialisation joué par la consommation ? Baudrillard clamait également que la consommation permettrait à l'être humain de s'intégrer et de prendre place dans la société. Le marketing et la publicité ont d'ailleurs complètement intégré le principe suivant lequel le fait de consommer est culturel et joue un rôle identitaire. Jean-Charles Lebahar parle de « fonction masque et miroir des objets » pour les objets à la fois catalyseurs et révélateurs de nous-mêmes, révélateurs de notre envie de nous référer à un groupe, une communauté comme de nous affirmer en tant qu'individus. L'usager peut affirmer son attachement pour telle ou telle valeur, montrer qu'il n'est pas simplement acheteur, mais aussi acteur d'un mode de vie détaché de l'hyperconsommation. À travers l'achat de produits équitables, éthiques ou écologiques, l'individu peut se trouver valorisé par un geste socialement bon et socialement approuvé. À travers ses achats, l'individu va aussi cultiver sa volonté d'indépendance et de différence face à la consommation de masse. Ainsi par l'achat de produits éthiques et équitables, le consommateur semble intégrer une communauté extérieure au monde inauthentique et

---

5) *Donald A. Norman, Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent*

désenchanté de la société de consommation. Certaines personnes ne souhaitant pas se réduire uniquement à un rôle de consommateur, perçoivent en cet acte la possibilité d'être plus individu que consommateur, c'est un processus de réalisation de soi. Bien que la demande semble grandissante, on peut se demander comment l'offre réagit.

En quoi les micro-économies semblent-elles être une option pour un futur proche répondant parfaitement à cette nouvelle demande ? Sont-elles viables ? Peut-on se baser sur des modèles existants ? La réponse à ces nouvelles attentes apparaît de plus en plus dans les fabrications locales. Nous pourrions donc nous demander comment les circuits courts sont en mesure de proposer des alternatives à la mondialisation et à la crise économique, de satisfaire le consommateur et ses nouvelles attentes. On peut d'abord se questionner sur le développement local, puisque l'émergence des micro-économies est directement liée à celui-ci. Le développement local est une approche basée sur le partenariat, la mobilisation et la participation des forces locales. Il vise la valorisation des ressources par des acteurs locaux organisés en partenariat pour créer de la richesse, du



*Photo d'une AMAP  
du site : [http://www.ouvre-tete.fr/?page\\_id=19](http://www.ouvre-tete.fr/?page_id=19)*

travail. Pour cela, il faut que la société «réanime» un certain nombre de fonctions de ces espaces, mais aussi opère une sorte de rupture avec le passé. Le développement local est ainsi une voie de sortie pour les communautés par rapport à la mondialisation intensive. L'exemple le plus connu est l'AMAP.

Ces alternatives locales sont bien intégrées dans le secteur alimentaire, et connaissent une croissance qui depuis quelques années ne cesse d'augmenter. D'autres modèles proposant des services ou objets sont attendus, mais tardent malheureusement à se vulgariser. Pourtant une révolution dans la fabrication et les services est amorcée par la nouvelle demande décrite plus haut et l'émergence de technologies qui semblent faire le pont sur différents points entre l'industrie et l'artisanat. Mais qu'en est-il de ces modes de production qui seraient plus humains, écologiques et proches des idées de Rifkin ? Que signifieront-ils pour la société de demain ? Pour comprendre l'importance de ces nouveaux modes de production, tant attendus, on peut citer deux intellectuels contemporains : Slavoj Žižek, éminent penseur du post-modernisme, évoque l'universalisme, une vision humaniste de l'organisation de la vie en société. Il pense dans son ouvrage *Que veut l'Europe, réflexions sur une nécessaire réappropriation*, qu'un nouvel équilibre est possible, reposant sur la conciliation du global avec le particulier.

Cette vision est à mettre en relation avec celle d'Ezio Manzini, enseignant à l'École Polytechnique de Milan<sup>6</sup>. Il exprime une façon d'imaginer les économies qui sont en même temps enracinées dans un lieu et partiellement auto-suffisantes, comme de petites entités locales mais qui, ouvertes, peuvent s'organiser et communiquer. La mise en relation de ces multitudes de micro-économies, donnerait naissance à un réseau.

Ouvert à la mise en relation avec l'extérieur, ce dernier aurait un impact significatif et global. Les deux termes

connectés et ouverts donnent une relation d'échange avec l'extérieur pour une évolution et une propagation plus globalisées. Les initiatives se matérialisent par de nouvelles formes d'échanges et d'entraides (banques de temps, covoiturage, partage d'objets ménagers et le développement local misant sur des valorisations de savoir-faire et de matières premières de proximité). L'ensemble de ces initiatives annonce un seul but : celui du bien-être globalisé. L'émergence des FabLabs dans le monde est un exemple précisant un changement radical de l'image de la consommation énumérée précédemment<sup>7</sup>. Ces ateliers sont ouverts à tous, petits et grands, néophytes et experts, pour expérimenter, apprendre, fabriquer ensemble et partager les savoir-faire.

Le mot d'ordre de ces nouveaux pôles de production est d'utiliser la technologie comme moyen d'émancipation et de libération. C'est-à-dire d'engendrer des conditions nouvelles pour un territoire, des conditions pouvant être l'autonomie, l'indépendance et le bien commun. Le concept de FabLab avec la démocratisation des logiciels de 3D et le développement des cartes électroniques programmables provoque aussi des réflexions nouvelles sur le monde industriel et artisanal.

Cependant les savoir-faire traditionnels et outils classiques y ont également une place prépondérante. D'ailleurs face à l'artisanat nouvelle génération, dit « 2.0 », on pourrait se demander si l'artisanat « traditionnel » tend à disparaître.

---

6) Conférence intitulée *Design For Social innovation and Sustainability* à Milan en 2008, annonce les quatre points nécessaires pour l'avenir de notre système, incluant la prérogative de durabilité : le petit, le local mais aussi le connecté et l'ouvert, *Design for Social Innovation: Une entrevue avec Ezio Manzini*

7) Le concept de FabLab est né à la fin des années 90 au MIT (Massachusetts Institute of Technology), sous la forme d'un cours intitulé « *How to make (almost) everything* », sous l'impulsion du professeur Neil Gershenfeld

En quoi est-il une réponse à de nouveaux besoins sociétaux ? On peut avant tout s'interroger sur ce qu'est un artisan au XXI<sup>e</sup>. Comment les circuits courts peuvent-ils proposer des alternatives à la mondialisation et à la crise économique ? La demande croissante pour une production nouvelle, misant sur des points fondamentaux et durable tels que l'écologique, le social et l'économique, est devenue une problématique incontournable de notre société post-moderne. Pourtant ces problématiques sont loin d'être nouvelles. Déjà questionnées par de nombreux mouvements artistiques et intellectuels (Arts and crafts, Bauhaus), le passé et la puissance industrielle les avaient écrasées. Ces mouvements nécessiteront une analyse plus précise dans la partie suivante.

Les théories et expériences autour des conditions de production entre industrie lourde et artisanat, sont donc encore une fois redevenues sujets de réflexion. Ce qui nous amène, avec la demande croissante d'une production locale et respectueuse pour l'homme et la terre, à redéfinir l'artisanat traditionnel et sa place dans le contexte actuel sans pour autant rejeter les apports et connaissances de l'industrie.







## La production locale et sa place actuelle

### **A/ Artisanat : un idéal de mise en forme séculaire**

La production locale a souvent été tirillée par deux modes de fabrication : l'artisanat et l'industrie sortie, pour un temps au moins, grand vainqueur de cette querelle. Mais l'industrie locale ne s'est-elle pas fait prendre à son propre jeu ? La recherche incessante de profits et de productivité était son fonds de commerce et l'argument primordial de sa supériorité face à l'artisanat. Mais l'industrie locale n'a pu à son tour résister à l'ouverture des marchés et notamment à la main-d'œuvre asiatique bon marché. Ce changement de position participe en un deuxième temps à un autre bouleversement : le glissement du « made in France » tant politisé au « made in local » qui précise l'authenticité du produit. Il faut souligner que « face à la crise économique, 88% des Français pensent qu'il faudrait s'orienter vers de nouveaux modes de vie et de consommation »<sup>8</sup> pour peut-être redorer le blason de l'industrie française. L'échec

-----

8) Extrait d'une enquête tiré du site <http://lci.tf1.fr/science/environnement/la-crise-change-t-elle-les-modes-de-vie-et-de-consommation-7105199.html>

de la sur-industrialisation amène à re-questionner les domaines des productions locales, pour des raisons sociales, économiques et écologiques.

L'industrie a montré ses limites mais qu'en est-il de l'artisanat ? « La question artisanale semble plus ou moins liée au contexte économique puisque c'est en période de crise économique qu'on lui accorde une certaine importance »<sup>9</sup>. Souvent défini par sa production matérielle, l'artisanat admet pourtant une prédominance de la main, de l'humain. Ce qui tend à donner à ce mode de fabrication toute sa noblesse. Et si en 1953, André Siegfried écrivait dans *L'artisanat et l'évolution de la production humaine* : « Je crois que ce qui caractérise l'artisan, c'est bien que c'est un patron, il a l'autorité juridique, mais c'est un patron qui est lui-même un ouvrier et qui travaille avec ses ouvriers nécessairement peu nombreux. Un artisan qui ne travaillera pas à côté de ses ouvriers ne serait plus un artisan », c'est qu'il montrait une organisation sociale égalitaire ou moins hiérarchisée que le modèle industriel aliénant l'ouvrier. De fait, Richard Sennett dans son livre *Ce que sait la main* propose une définition élargie de l'artisanat : « Le métier désigne un élan humain élémentaire et durable, le désir de bien faire son travail en soi. Il va bien plus loin que le travail manuel qualifié ». Richard Sennett montre ainsi l'artisanat comme un exemple à suivre pour une société où primerait l'intérêt général et la coopération.

---

9) Extrait de l'ouvrage de Sophie Boutillier intitulé *cabiers du lab.rii l'artisan entre histoire et théorie économique*



*Photo de 2008 du  
projet La brassée de  
Godefroy de Virieu  
pour Enkidoo  
© Cyril Delage*

Il prouve que « Faire, c'est penser », penser un monde meilleur. Outrepassant le caractère matériel de l'artisanat, l'exemple ci-dessus annonce le caractère unificateur et surtout la réalisation de soi par le biais de l'exécution de sa propre pensée, qui engendre une fierté personnelle. L'artisan emplit de son savoir technique et manuel, ses objets qui pour la plupart transpirent la culture qui les a préformés. Cyril Delage, artisan spécialisé dans le travail du châtaignier, parle de cet impact que peut avoir le local sur les artisanats traditionnels. Sa marque Enkidoo transporte par des actions innovantes, une envie, un sentiment de valoriser un savoir faire local mais aussi un patrimoine rural. L'UNESCO indique que « L'artisanat traditionnel est peut-être la manifestation la plus matérielle du patrimoine culturel immatériel »<sup>10</sup>. Il devient un facteur de mémoire, de cohésion et surtout de diffusion dans le

-----

10) extrait du site <http://www.unesco.org/culture/ich/?lg=fr&pg=00057>

temps d'une identité propre à un territoire, affirmant donc l'authenticité de ce territoire. « Hier, c'est-à-dire dans le temps de la Modernité, le fait que notre avenir était tracé comme devant être le même pour tous était reçu comme la promesse d'un bonheur. Aujourd'hui, nos croyances se sont inversées. C'est parce que cet avenir est tracé comme devant être le même, c'est-à-dire ne menant vers pas grand-chose, qu'il devient vital pour chacun d'entre nous de parvenir à nous inventer un futur propre; et à re-convoquer notre passé pour cela»<sup>11</sup>. Ce besoin d'authenticité devient, dans notre société, un problème majeur que la valorisation du patrimoine et plus précisément la valorisation de l'artisanat tentent de résoudre. Les crises existentialistes et identitaires apparaissent face à un avenir dirigé et lissé par la mondialisation. Renouer avec le passé, dire non à un certain progrès trop menaçant, tel est ce retour aux mouvements de rébellion passés, à cette sensation de révolte instinctive voire animale qui plane dans la société et dans les champs de la création.

Pour exemple, le mouvement luddite définit ceux qui osent se soulever, critiquer un certain nombre de nouvelles technologies engageant la révolution industrielle. Ce terme vient du leader d'une révolte, meneur légendaire, nommé John ou Ned Ludd, opposant l'artisanat et plus précisément les artisans du textile face à la mécanisation. « L'apparition des machines provoqua chez les ouvriers de

---

11) *MICOUD, A. (2005) Patrimonialisation : redire ce qui nous relie ? In BARRÈRE, C., BARTHÉLEMY, D., NIEDDU, M. VIVIEN, F. D. (Eds.) Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ? L'Harmattan, Paris, pp. 81-96*

la défiance, puis de la colère, parce qu'ils pensaient que les machines allaient leur enlever leurs moyens d'existence. En 1779, dans toute l'Angleterre et spécialement dans le comté de Lancaster, les ouvriers attaquèrent les usines et brisèrent les machines »<sup>12</sup>. Les Luddites avaient espoir que leur action casse l'envolée mécanique, et qu'ils puissent du coup revenir à leurs travaux authentiques. Mais ça n'a pas été le cas, leur mouvement fut anéanti en moins d'une décennie et l'industrialisation marqua son écrasante victoire sur l'artisanat. L'industrie enfonça les portes de la sur-production amorçant ainsi la perte d'authenticité qu'apportait l'artisanat. L'authentique, au cœur de la guerre philosophique des Arts and Crafts, sonne comme le caractère unique de tout objet. La facture, le territoire, l'histoire, la traçabilité, sont autant d'éléments déterminant l'authenticité d'une pièce. L'artisanat, par ses valeurs et son mode de production, façonne l'idée d'authenticité. Mais ce mode de production a connu, en dépit de toutes ses qualités, un délaissement tout au long du XX<sup>e</sup>. La lenteur du travail artisanal opposée à la vitesse de production industrielle, crée un écart de coût non négligeable et rend le fait main anachronique. « Un objet luxueux tient toujours à la terre, rappelle toujours d'une façon précieuse son origine minérale ou animale, le thème naturel dont il n'est qu'une actualité. Le plastique est tout entier englouti dans son usage : à la limite, on inventera des objets pour

-----

12) Extrait de Paul MANTOUX, *La Révolution industrielle au XVIII<sup>e</sup> siècle*, pp. 418 et 419, Paris, 1905

le plaisir d'en user. La hiérarchie des substances est abolie, une seule les remplace toutes »<sup>13</sup>. L'obsolescence de ces produits industriels admet quant à elle deux origines : la première est la défaillance fonctionnelle du produit acheté. Cette obsolescence est la plus pragmatique. La deuxième beaucoup moins rationnelle, est l'obsolescence suite à la lassitude de ce qui touche au passé, c'est-à-dire l'envie de nouveau à défaut de l'ancien. L'envie de nouveauté peut être ainsi insufflée par l'effet de mode et par la publicité. Quels sont les objets subissant cette lassitude ? L'objet industriel sans valeur, sans identité ni origines n'est-il pas l'objet que nous jetons sans remords ? Le consommateur aveuglé devient simple acheteur d'un produit industriel sans valeur financière ou sentimentale voire sociale. A contrario, le produit artisanal porte la marque d'une époque, d'un territoire, il concède une identité. Il est signe de souvenirs, d'un moment, d'une personne... Sa valeur financière est le plus souvent dépassée par les valeurs qu'il porte et diffuse. Qui ne s'est jamais émerveillé devant la finesse d'un travail artisanal ?

La finesse des savoir-faire se cache derrière la production, envoûtante. L'objet peut ainsi transmettre une histoire, un mythe, celui que le créateur a décidé d'y inclure. L'identité, la culture, l'humanité divulguée par l'artisanat ne peuvent être égalées par l'objet industriel. Ce « désir de l'artisan de faire du bon travail », montré par Richard Sennett,

---

13) Extrait de Barthes, Roland (1957). *Mythologies*

annonce ce souci du consommateur et l'indifférence face au temps permettant un résultat tout à fait honorable. La lenteur de la création artisanale face à l'hyper activité industrielle conforte l'humanisme et l'intégrité de ce métier<sup>14</sup>. Malheureusement l'artisanat et sa culture restent inaccessibles pour des raisons financières et par manque d'information transmise. Ce problème est d'ailleurs récurrent pour tout produit voulant sortir de l'hyper-consommation, puisque changer de mode de consommation c'est avant tout révéler les bienfaits d'un changement d'habitudes. Ces grandes questions devront être résolues pour parvenir à valoriser l'artisanat et comprendre en quoi les nouvelles technologies de production peuvent proposer une renaissance de l'artisanat. Ainsi il faut étudier la capacité des productions de ces nouveaux modes de fabrication à s'intégrer dans un nouveau marché économique en misant sur une complémentarité des deux différents domaines, c'est-à-dire à la fois artisanal et industriel. Comment les avantages de ces deux domaines peuvent-ils s'unir pour amener à repenser un tissu industriel tombé en désuétude ? Comment peuvent-ils valoriser des ressources locales ?

---

14) *Ce que sait la main chapitre 9 travail de qualité*

## **B/ Nouvelles technologies, nouvelles questions**

La production française industrielle comme artisanale semble chercher son deuxième souffle. Et pour cause, alors que les artisanats locaux essaient de ne pas sombrer dans l'oubli, l'industrie admet une perte de 1,9 million d'emplois entre 1990 et 2007. Ainsi la production locale, qu'elle soit industrielle ou artisanale, semble subir de plein fouet la délocalisation vers les grandes usines du monde, telle la Chine.

L'industrie locale ayant détourné le consommateur de l'objet artisanal pour des raisons financières et des habitudes consuméristes, s'est peu à peu engouffrée vers la voie du déclin. La recherche des bas coûts, leitmotiv du monde industriel, a donc entraîné le détournement des investisseurs pour la production locale, jugée trop peu rentable.

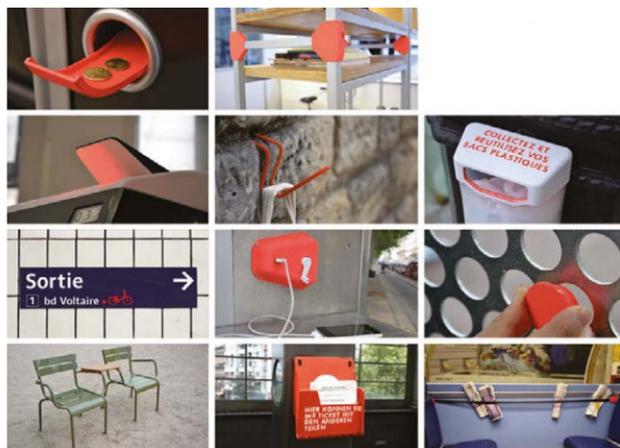
Mais le vent d'un changement commence à souffler. En effet, les multiples avantages de la production délocalisée disparaissent peu à peu. Une relocalisation bien que pour le moment marginalisée est en marche. Mais quel visage lui donner ? Faut-il revenir vers l'ancien ? C'est-à-dire reprendre les modèles industriels passés, ou envisager de nouvelles solutions en adéquation avec les nouvelles formes de l'économie ? Et si « ce changement du pouvoir latéral » de l'économiste Jeremy Rifkin, c'est-à-dire ce passage du « pouvoir sur » au « pouvoir avec », offrait une nouvelle image à la production industrielle, ne pourrions nous pas envisager que de petites unités de productions remplacent les usines actuelles afin que la production redevienne locale, collaborative et surtout à échelle humaine ? Pour que ce schéma soit viable, il faut l'élément producteur. Jadis nous avions l'artisan façonneur, maintenant où chercher ? Chris Anderson propose une solution, il écrit dans son livre *Maker : la nouvelle révolution industrielle*,

que cette « révolution industrielle est l'addition de la fabrication numérique et de la fabrication personnelle »<sup>51</sup>. Ces avancées du numérique pourraient-elles donc amener à une relocalisation ? L'ère numérique a déjà et va engager des modifications de la production locale. Les petits producteurs comme certains artisans sont les plus susceptibles de tirer profit de cette nouvelle mouvance. Le numérique pourra être un levier pour recréer de la proximité en touchant certains corps de métier. De ce fait, les technologies numériques pourraient faire évoluer certaines pratiques locales et pourquoi pas ressusciter, sous de nouvelles formes, d'anciens métiers. L'artisan numérique serait certainement capable d'exploiter de manière économiquement viable de nouveaux marchés. En plus de sa portée indubitablement sociale, cette révolution numérique trouverait une clientèle de proximité, édifiant ainsi une réhabilitation des unités de production au niveau local. La prochaine révolution entraînée par le numérique pourrait être celle des coûts de production. En pleine démocratisation, les mises en forme numériques devraient se révéler favorables aux petits producteurs. Il y a donc de nombreuses opportunités à saisir.

Ces nouveaux modes de production peuvent ainsi proposer des alternatives économiques au secteur de la production locale. Les perspectives pour un monde futur sont que l'énergie fossile sera de moins en moins disponible et de plus en plus chère. Il n'est donc pas assuré que l'on continue à faire circuler dans le monde des marchandises en provenance de points de fabrication ultra-centralisés – la Chine en particulier. Le facteur qui justifie cette concentration de la fabrication mondiale, n'est autre que le coût de main d'œuvre peu cher. Mais nous pouvons penser que le coût du travail chinois va peu à peu s'aligner avec les pays développés. Ainsi l'augmentation successive des coûts de production asiatique et les avantages économiques de ces nouvelles technologies seront deux éléments clés

pour atteindre la relocalisation de la production. Ces nouvelles machines-outils contribueront à faire chuter les coûts de production, même sur des productions de petites séries, redonnant ainsi un nouveau souffle à l'artisanat. Ces nouvelles flexibilités, disponibilité et opportunité permettront ainsi à l'artisanat de débloquer de nouveaux marchés de niches. Étant donné que « Nous sommes tous différents, nous éprouvons des désirs et des besoins différents, et il y a place pour tous sur L'internet, ce qui n'est pas le cas sur les marchés physiques. » (Chris Anderson, *ibidem*). Chris Anderson exprime le fait que la production de masse était pour une cible de masse, au détriment de la notion d'individus, et donc de la notion de différence. Il montre ainsi ce manque de personnalisation dans ce qui est matériel. Ces nouvelles technologies ont la faculté de faire naître de nouveaux modes de consommation. La production devient ultra locale, on parle même pour certains cas de fabrique de quartier ou de fabrique à l'écoute d'un quartier. La fabrique HACKTION de l'ENSCI annonce une réponse locale à des problèmes urbains. Le mode opérateur est une sorte de hacking permettant ainsi d'améliorer la vie d'un quartier.

*Photo du projet  
Fabrique Hacktion  
de 2011 mené par  
Raphaël Pluvinage,  
Sylvain Chassériaux et  
Léa Bardin.  
© Raphaël Pluvinage,  
Sylvain Chassériaux et  
Léa Bardin.*





*Affiche tirée de l'article  
« Ici Montreuil : une  
coopérative pour les  
artistes »  
photo du site : [http://  
culturebox.francetvinfo.  
fr/ici-montreuil-une-  
cooperative-pour-les-  
artistes-135483](http://culturebox.francetvinfo.fr/ici-montreuil-une-cooperative-pour-les-artistes-135483)*

La production accessible et locale du Fablab de L'ENSCI était à la fois le moyen et la cause de ce projet. Bien sûr le concept Fablab est l'exemple le plus démocratisé de ces nouveaux types de fabrication. Cependant de nombreuses autres initiatives naissent. La fabrique ICI Montreuil en est une. Dans une ancienne usine désaffectée de 1700 m<sup>2</sup>, un ensemble d'ateliers, d'outillage permet de générer de l'entraide et du partage. Nicolas Bards, co-fondateur d'ICI Montreuil, explique que son projet doit devenir « une véritable université pour les makers, un lieu d'innovation et d'éducation pour le faire. L'idée est d'aider les entrepreneurs qui cherchent à concrétiser un projet nécessitant un savoir faire artistique, artisanal ou technologique. Ici, ils trouvent des machines mutualisées et des ateliers partagés, des informations, et surtout une communauté active de faiseurs ». Cependant ce projet reste un lieu de production réservé à la conception de prototype. Mais à mesure que ces projets de fabriques se multiplient, pourrions-nous envisager que l'un d'eux sorte du cadre du prototypage pour arriver à un véritable mode de fabrication distribué ? La production ultra locale est-elle en cours ? Le projet WoMa semble répondre à ce problème. Guillaume Attal, designer industriel et porteur de ce projet, annonce que WoMa devra permettre de « relocaliser la production

en ville, à l'échelle humaine et hors des grands réseaux de distribution ». WoMa sera « un espace de travail collaboratif, qui produit avec et pour son quartier en réunissant au niveau local, créateur, fabricants et grand public »<sup>15</sup>. Ce type de lieux témoigne d'un mode de production nouveau, adapté, humain, qualitatif et personnalisable. Ces projets portés par ces modes de fabrication novateurs ne font-ils pas le pont entre production industrielle et valeurs de l'artisanat ? N'est-ce pas l'utopie des Arts and Crafts qui semble se réaliser sous une forme nouvelle ? Nous pouvons imaginer un chamboulement total de l'industrie comme de l'artisanat. Pour l'industrie le choc sera brutal, puisqu'il y aura moins besoin d'investissements lourds pour créer et fabriquer en série. Réadapter les unités de fabrication à une échelle beaucoup plus humaine semble être le nouveau pari de l'ère du numérique.

On peut dès lors se demander comment le designer peut œuvrer pour la sauvegarde et l'amélioration de ces modèles. Où serait sa place dans ces nouveaux modèles de production ?

---

15) Extrait de De Grave, Arthur (2013). *La 3D, ce n'est plus du cinéma !. Socialter*

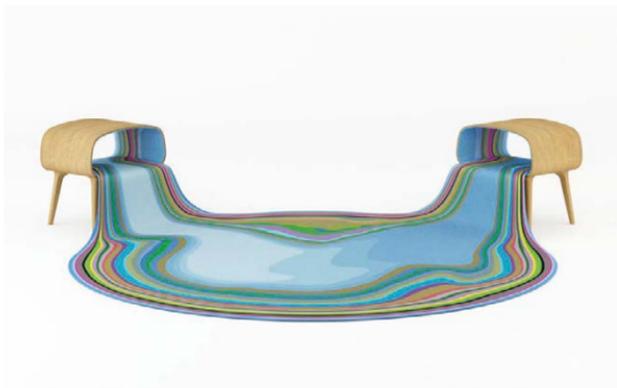
## C/ Le rôle du designer dans ces systèmes de production

Les modes de production artisanaux annoncent un nouveau virage, celui de la production par le numérique. Aujourd'hui, nombre d'artisans et de designers questionnent à leur façon, leur profession respective. Des questionnements resurgissent, notamment concernant leurs rapports directs ou indirects à l'économie de marché, leurs liens avec le consommateur, et leur production. Leurs rôles, leurs buts se tournent davantage vers une réflexion autour du bien commun, des valeurs liées au travail et au produit et à une alternative économique. Par exemple, pour l'artisan comme pour le designer, les caractéristiques des objets doivent assurer leur pérennité ; atout important s'inscrivant dans un objectif de développement durable. Par ailleurs, le design se transforme en un outil d'écoute du contexte et des valeurs de production. Le terme Anglo-Saxon, « design thinking » exprime ce passage de l'objet à l'être. Une intervention "design" dans le secteur d'une entreprise artisanale ne peut se limiter à un simple relooking, mais doit participer à la promotion du dynamisme et des valeurs de cette entreprise. Si Jean Louis Iratzoki n'était pas intervenu pour Alki, que serait-il advenu de cette firme made in France ?



*Photo de la chaise Saski  
de J.L Iratzoki  
pour Alki  
© Alki*

*Photo du projet  
Confluentia de  
Bina Baitel Studio, qui  
a remporté le premier  
prix de l'appel à projet  
de 2012 de la Cité  
Internationale de la  
Tapisserie d'Aubusson.  
© Bina Baitel*



Si la Cité de la Tapisserie d'Aubusson ne faisait pas des appels à projets chaque année, qui parlerait encore de son savoir-faire ? Penser, réfléchir à la modernité des savoir-faire et des matières, c'est déjà aspirer à un renouveau et donc s'émanciper du poids de l'héritage culturel pour mieux le réinterroger et l'actualiser. Le design pourra servir l'artisanat par de l'innovation tout en ne perdant pas de vue les valeurs qu'il véhicule. Le changement de paradigmes annonce cette aide globale que peut instaurer l'intervention du design sur l'artisanat. Les 5.5 designers par exemple sont intervenus auprès de l'entreprise Méresse spécialisée dans la broderie des écussons touristiques depuis 1958. Séduits par ces produits populaires mais désuets, ils entreprennent une démarche design pour les revaloriser. Leur action permettra de sortir l'objet de son usage habituel pour ainsi créer une ouverture économique. Les écussons deviennent alors habits de l'espace intérieur, tels des greffes valorisantes. Si nous revenons au travail de valorisation par l'intervention du design, les points d'interrogation seront l'inscription des savoir-faire dans la société et l'invention de nouveaux modèles de création liant étroitement design et artisanat. Il est donc temps de laisser place au dynamisme de ces différents acteurs. Si nous résumons l'intervention du design utile pour une valorisation d'une structure artisanale,

elle doit être globale, toucher à la fois la production, la distribution et la durabilité de l'intervention. Certes, l'artisanat possède des valeurs que le designer a tout intérêt à suivre mais un autre élément suscite également son intérêt.

En effet, les nouvelles technologies semblent de plus en plus participer à la mutation du métier de designer. La création, le développement de produit, et la fabrication par ces nouvelles technologies sont devenues accessibles. Tout amateur peut maintenant transformer en une création physique et concrète ce qu'il a pensé ou imaginé. Là encore, le designer ne peut plus s'afficher comme un simple stylicien. Il doit suivre l'évolution technologique pour l'utiliser à son avantage. Proposer des nouveaux moyens de fabrication accessibles peut aussi être un nouvel élément de recherche. Le designer endossera donc un rôle accru en terme de médiation : médiateur entre les artisans et les nouvelles technologies, entre les secteurs, médiateur aussi en intégrant de plus en plus la sociologie au cœur de sa pratique. C'est par ailleurs sa capacité à penser à une échelle humaine petite mais ouverte (Manzini) qui sera mise à l'épreuve dans ce qui semble être un des nouveaux paris créatifs du XXI<sup>e</sup>. Chris Anderson explique que « Avant la révolution industrielle, la culture était essentiellement locale. Dans l'économie agraire, les populations étaient dispersées sur un territoire et la distance séparait les gens » (op.cit.). A cette époque la fragmentation culturelle était imposée par la géographie, l'homme s'outillait, s'habillait, et s'alimentait dans un périmètre limité. Si le manque venait à surgir, on pouvait attendre ces marchands ambulants et artisans nomades ou de rue qui arpentaient les villes et les campagnes avec leurs établis mobiles, leurs roulottes ou autre véhicule mobile. Actuellement en France comme dans de nombreux pays développés, cette histoire semble faire partie du passé, bien que quelques incorruptibles subsistent. Cependant dans de nombreux pays émergents ou en



*Photo du projet  
Can city  
créé en 2013 par le  
Studio Swine  
© Studio Swine*

développement comme l'Amérique du sud, l'époque de ces corps de métiers nomades n'est pas révolue. Cette question du vendeur/producteur itinérant mérite d'être analysée au regard de démarches expérimentales afin de la réactualiser. Le Studio Swine ré-exploite ce mode de fonctionnement pour proposer le projet Can city. Il résout en quelque sorte le problème de recyclage et de récupération des déchets

aluminium pour proposer une revalorisation innovante du métier de recycleur en redessinant le métier de colporteur. Ces nouvelles démarches durables poussent ainsi le designer à penser de nouveaux modèles économiques. Le designer devient réinventeur, reconstruteur d'un monde économique délaissé. Ainsi, à partir du moment où il peut créer de nouveaux métiers, il amène nécessairement un bouleversement économique. Le projet Sea chair amorce à son échelle ce bouleversement d'un modèle touchant autant le domaine de l'économie que celui du social et de l'écologie. Ces nouveaux modèles inventés par les designers, ne rentrent-ils pas dans une dynamique de ré-enchantement du monde ? « Or le ré-enchantement du monde suppose de le faire sortir de l'époque des milieux dissociés, c'est-à-dire tels que la séparation des fonctions de production et de consommation prive les producteurs et les consommateurs de leurs savoirs, c'est-à-dire de leurs capacité de participation à la socialisation du monde par la transformation du monde » (Bernard Stiegler, op.cit.)<sup>16</sup>. Par ses actions innovantes et pédagogiques, il redonnerait le savoir autant aux producteurs qu'aux consommateurs. En valorisant ou créant un modèle durable, le designer concevrait une réappropriation des savoirs et des savoir-faire pour les « faiseurs » et des savoir-vivre pour les consommateurs. Reste à savoir comment ressouder cette dissociation dont parle Bernard Stiegler. La socialisation à échelle raisonnable

-----

16) Extrait de l'ouvrage *ARS INDUSTRIELIS Réenchanter le monde* de Bernard Stiegler.

semble être une solution que ce dernier annonce dans son ouvrage *ARS INDUSTRIELIS Ré-enchanter le monde*. Plusieurs moyens peuvent donc être adoptés, concernant notamment la production locale et la valorisation d'un tissu industriel aujourd'hui partiellement obsolète. Le renouveau d'un tissu artisanal régional n'ouvre-t-il pas déjà la voie pour renouer avec la cohésion et la fierté identitaire ?







## Une filière à secourir : la filière laine

### **A/ La laine dans la tourmente du progrès**

Le secteur lainier semble être un terrain de jeux et de création idéal pouvant la délester des préjugés la taxant de ringardise. Du Moyen-Âge à la révolution industrielle, l'industrie de la laine a été une des industries les plus puissantes. Son développement et son rayonnement en Europe et plus précisément en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Italie tiennent à plusieurs paramètres. Les deux principaux sont le réseau et la main d'œuvre embauchée dans cette machinerie extraordinaire. L'industrie lainière est une industrie de mains, « les frais salariaux représentent en moyenne 25 à 30 % du prix du fil ou du tissu, du Moyen Âge à nos jours ».<sup>17</sup> Collectif : Gérard Gayot, Leslie Dupuis, Emmanuelle Real, Jean-Marc Ramette (2005). *L'impact économique de la main d'œuvre fut un désavantage, un handicap insurmontable pour cette fibre. Lors de son introduction dans les années 1840-1850, le coton devint le premier concurrent qui poussa la laine*

-----

*17) Extrait du livre Roubaix-Tourcoing et les villes lainières d'Europe.p5*

dans les cordes. Le coton fut rapidement préféré à la laine pour des raisons pratiques et techniques. Sa longueur de fibre et donc sa plus grande efficacité de mise en œuvre, sa régularité entrant dans une logique de standardisation, sa culture sont autant d'éléments rentrant dans la mécanisation de la production. Ce désir de production de masse correspond aux fantaisies d'une société bouleversée dans ses habitudes par la révolution industrielle en marche. Produire à bas coût par l'aide de la machine, voilà à quoi répond parfaitement le coton. La difficulté de la laine à changer d'état, c'est-à-dire passer de matière brute à matériau, est un réel problème engendrant des contraintes économiques. Ces étapes de transformation sont-elles obligatoires ? Quelle est leur légitimité ? Comment le design peut-il œuvrer pour une utilisation plus brute de la matière ? Lex Pott, maison d'édition fondée par un diplômé de la Design Academy d'Eindhoven, crée des meubles d'inspiration naturaliste au sein d'une collection nommée « fragments de nature ». Cette série se détermine par l'observation et la sauvegarde de la matière brute. Pour les objets fabriqués (tables, tabourets, étagères...) les branches sont conservées en état et portent un usage (servir de pieds). Ce projet comme le projet de Scott Garcia nommé Process

*Photo du projet  
Fragment de nature  
par Lex Pott en 2011  
© Lex Pott*



Chair permet aussi de rendre conscience à l'acheteur de l'origine des choses. La matière brute devient synonyme de la source, cette nature productrice. Concernant la laine, l'analyse actuelle de tribus d'Asie centrale montre que de nombreuses étapes peuvent être effacées. Le feutre non tissé, admet cette possibilité de diminuer les actions sur la laine habituellement filée. « On remarque d'ailleurs, chez les nomades mongols fabricants de tapis et kilims (tapis brodés), l'importance du feutre, très isolant, réalisé avec des mélanges de laine de mouton et de poils de chèvres »<sup>18</sup> Anquetil, Jacques (2001). Ces nombreuses propriétés, notamment sa capacité à être feutrée, permettent au nomade de fabriquer facilement et localement. La création de feutre ne nécessitant que des mains, de l'eau et du savon, est adéquate pour ces nomades bergers. D'autres pistes utilisant la laine non filée apparaissent aussi dans notre société. Les capacités isolantes de la laine sont réinjectées dans des habitats dits verts. Cette valorisation se base sur deux propriétés de la laine : propriété thermique et phonique. Mais cette valorisation est controversée. Marie Thérèse Chaupin, coordinatrice de l'Atelier Laines d'Europe, dénonce cette valorisation jugée unilatérale dans le sens où elle ne valorise que trop peu l'éleveur. Cependant elle annonce une nouvelle application sortant la laine du milieu du textile, milieu qui a été durant sept siècles son secteur de prédilection. La concurrence naturelle, qui fut la première, ne mit pas fin à

-----

18) Extrait de l'ouvrage *Les routes de la laine* p98

cette direction monarchique de la laine.

Le point d'arrêt de l'hégémonie lainière dans le monde du textile, vient de la découverte en 1885 par le Comte Hilaire de Chardonnet, de la fibre cellulosique artificielle. Plus tard, en 1938, le nylon est commercialisé par Dupont de Nemours, puis le polyester et l'acrylique inonderont le marché du textile en le révolutionnant. Actuellement les fibres artificielles ou fibres synthétiques occupent 60 % des parts de marché. « La diffusion des fibres chimiques n'a été si rapide que parce que ces fibres nouvelles permettaient de fabriquer des tissus plus légers, moins chers et mieux adaptés aux conditions de la vie moderne que la laine et, de ce fait répondaient mieux aux attentes des consommateurs »<sup>19</sup> Daumas Jean-Claude 1997. Plus favorables à la société industrielle de l'après-guerre, les fibres synthétiques n'auront pas d'égal, pour répondre à la demande croissante des consommateurs, bien que le coton corresponde tout de même à 38 % de la consommation des fibres dans le marché textile.

Mais revenons à nos fibres plastiques dites synthétiques. L'attraction du consommateur pour ces nouvelles substances a d'autres origines que celles énumérées plus haut. La nouveauté insufflée par ces matières présente un visage, celui de la modernité. « Le Frégolisme du plastique est total : il peut former aussi bien des seaux que des bijoux. D'où un étonnement perpétuel, le songe de l'homme devant les proliférations de la matière, devant

---

19) Extrait de l'ouvrage *l'industrie lainière en France : un siècle de mutation (1870-1973)*.

les liaisons qu' il surprend entre le singulier de l' origine et le pluriel des effets. Cet étonnement est d' ailleurs heureux, puisqu' à l' étendue des transformations, l' homme mesure sa puissance »<sup>20</sup>. Ainsi ce témoignage du mythe du plastique pour l' homme annonce un féroce adversaire que cela soit pour la laine comme bon nombre de matières dites naturelles. La magie instaurée par les plastiques, donne à l' humain cette puissance démiurgique. Le remplacement de ces substances rares, naturelles par une matière signifiant l' infini et l' inépuisable, est un pied-de-nez à la nature et stimule l' avancée vers la société de consommation : « à la limite, on inventera des objets pour le plaisir de consommer ». (Roland Barthes op. cit). La fibre de la laine, bien que globalement de meilleure qualité, fut délaissée au profit de l' artificiel plastique. Un délaissement partiel toutefois, car elle admet une consommation annuelle mondiale de 2,1 millions de tonnes (laine lavée). Mais cette production a considérablement évolué en l' espace de deux siècles durant lesquels les centres lainiers se délocalisèrent. La France était pendant une période un pôle lainier conséquent pour l' Europe comme le monde. L' histoire de la France, ancien grand pôle lainier, témoigne comme nous allons le voir, de l' apogée et du déclin de la filière laine traditionnelle.

---

20) Extrait de l'essai de Roland Barthes nommé *Mythologies* paru en 1957, chapitre nommé « plastique ».

## **B/ Une histoire passée ou dépassée ?**

Cette analyse historique est construite sur la période qui semble la plus explicite. Les deux derniers siècles montrent à la fois un dynamisme sans précédent et surtout un effondrement fulgurant. En France l'industrie lainière produisait plus d'un million d'emplois, principalement pour les femmes et les enfants avant 1789. Cette fibre était la reine de l'industrie textile. Son emploi dans l'industrie drapière ou vestimentaire en faisait une matière noble et luxueuse. « De 1830 à la fin du Second Empire, l'industrie lainière a été emportée par une croissance forte supérieure à 2 % par an », extrait de l'article L'industrie lainière en France : un siècle de mutation 1870-1973. La première révolution lainière eut lieu jusqu'en 1860, elle correspond à la production de laine cardée dont la capitale en France est la ville d'Elbeuf. La seconde qui prit le relais sur la laine cardée, est la révolution de la laine peignée. Son essor considérable dans le marché textile lainier donna ses lettres de noblesse au complexe Roubaix-Tourcoing. Les chiffres de la production de laine peignée d'Elbeuf illustrent ce déclin et surtout ce remplacement. « Après une forte progression jusqu'à la fin du Second Empire (55 MF en 1849, 91 MF en 1869), la cité normande du drap a subi un déclin irrésistible (60 mf en 1890, 45 mf en 1912) ».

Ces suites de chiffres tirées de l'article « L'industrie lainière en France : un siècle de mutation 1870-1973 » illustre l'effondrement du secteur de la laine cardée au profit de la laine peignée. « Roubaix-Tourcoing a connu une expansion spectaculaire (60 MF en 1949, 110 MF en 1869, 410 MF en 1910) ». Cette modification dans la production et la transformation de laine tient seulement à une contrainte technique. « Alors que dès le début du siècle, les machines à carder de Douglas et Cockerill avaient permis de mécaniser la préparation des laines courtes, la mécanisation du peignage a rencontré des difficultés, la mise au point de la peigneuse

mécanique par J.Heimann datant seulement de 1845. C'est parce que le peignage manuel restait difficile et coûteux que la préférence de la clientèle est longtemps allée aux tissus cardés ». L'avancée technologique fut, sur tous les fronts, le décideur. L'appréciation directe des tissus peignés au prix réduit par sa mécanisation ne mit que peu de temps à convaincre le consommateur. Cependant « sa place dans l'économie nationale n'a pas cessé en effet de se contracter comme en témoigne la régression continue de ses effectifs : 185 000 personnes en 1896, 171 000 en 1906, 167 000 en 1931, 90 000 en 1950 et 50 000 en 1965 »<sup>21</sup>. La crise de ce domaine instaura une crise sociale induisant une diminution des effectifs, une dégradation des patrimoines. La mécanisation et les ouvertures des marchés à l'international, ainsi que l'évolution des transports, entraînaient au début du XX<sup>e</sup> une concurrence internationale sans précédent. Les principaux producteurs de laine lavée sont l'Australie, la Chine et la Nouvelle Zélande d'après les statistiques de la Woolmark Company. La particularité de ces principaux concurrents sont l'étendue d'élevage lainier spécialisé dans de la laine pour textile. Spécialisant leurs élevages ovins dans la production lainière, ils arrivent à amener une standardisation dans la production. C'est-à-dire que grâce à une production de laine importante du même territoire, ils peuvent ainsi répondre à la forte demande des industriels des fibres. Prenons l'exemple de l'Australie considérée comme le

-----

21) *Extrait de l'ouvrage laine et l'industrie lainière, Paris, PUF,1972, p. 125.*

*Photo issue de l'article  
« Australia Merinos  
Wool Industry  
Clipped » publiée en  
2013 par le journal  
Deal Journal Australia*



pays du mouton et de la laine, dont les exportations de laine d'Australie sont passées de 198 000 tonnes en 1905 à 412 997 en 2000. Spécialisé dans la fibre lainière de moyenne et de haute qualité, l'élevage ovin australien correspond à la demande du monde textile du prêt-à-porter et du luxe. La spécialisation dans ces niches fut une des raisons primordiales de la survie de l'industrie lainière en Australie. Le monde industriel spécifique et traditionnel, la filière laine en Australie ne sont pas épargnés par la crise comme nous le montre l'article « Australia Merinos Wool Industry Clipped » questionnant le poids des associations dans la valorisation de la laine. AWI ou Australia Wool Innovation intervient pour améliorer la filière laine australienne dont tous les acteurs sont entendus et surtout sont actionnaires de la structure. Malgré un recul des ventes, l'Australie, grand pays lainier, préserve sa suprématie bien que la Chine commence à devenir un concurrent féroce. La France quant à elle, comme l'UE, voit sa filière laine se fragmenter, laissant place à une importation étrangère, à défaut de valorisation de sa capacité de production locale. En 1900 la France était un des principaux pays importateurs de laine lavée. Il comptait environ 218 000 tonnes de laine importée. L'industrie lainière français se fragmentant, il fallu moins d'un siècle pour qu'en 2000 l'importation

lainière passe à 52 756 tonnes. A contrario, la Chine a vu son importation de laine exploser pour arriver à 183 626 tonnes en 2000 d'après les sources *The wool : products and markets* (XIII-XX) univ de Padoue, IFRESI-CNRS, 2004. La laine du marché mondial textile est encore produite en quantité et consommée par des niches du luxe, des domaines écologiques et aussi dans certains cas par le prêt-à-porter. Ces milieux restent demandeurs, et sa consommation représente tout de même 2,1 millions de tonnes à l'échelle mondiale. L'histoire récente de l'industrie lainière française du XXe siècle est marquée par trois phénomènes importants. Tout d'abord la France ne peut fournir que 11 % de ses besoins en laine.

Elle produit 12 515 tonnes contre une consommation de 117 240 tonnes de laine lavée. Entre 1950 et 1973 la production française de fibres chimiques a été multipliée par cinq. Le secteur textile est surtout marqué par une baisse des dépenses d'habillement du consommateur français (16,15% en 1949, 10,30% en 1959, 80084 en 1969 et 6,93 en 1979). Ce secteur découpé, fragmenté compte cependant une production lainière encore existante. Bien que la matière laine soit considérée par de nombreux éleveurs comme un sous produit voire un déchet, en quoi une renaissance de la filière laine est-elle envisageable dans un territoire ? Un tel projet est-il viable ? Quels en seraient les avantages ?

## **C/ Délaissement, traces, empreintes et fondements**

Au niveau de territoires restreints, tel le Limousin, les régions, localités, cherchent encore et toujours des moyens de recréer un marché économique viable. L'ampleur de la désindustrialisation de la filière laine a été mesurée des années 50 aux années 70. Ce tableau venant de l'annuaire statistique 1953, 1954 ; industrie lainière française 1971 et 1973 montre la baisse d'un tiers des effectifs nationaux. La répartition régionale

des effectifs durant cette période y est aussi affichée. Le territoire Limousin Poitou-Charentes admet par exemple 3435 employés en 1953 contre 2385 en 1972. Mais ce réseau bien que fragmenté compte de nombreux piliers. Le plus indispensable et intéressant est d'ailleurs la laine. L'homme comprenant la nature, participe par l'action de la tonte après la période hivernale au bien-être du mouton, le soulageant ainsi d'un poids et d'une chaleur excessive. En France, actuellement, c'est même essentiellement par souci de santé pour les bêtes que les éleveurs font tondre leurs moutons. Or il faut le rappeler, jusqu'au XIII<sup>e</sup> les moutons étaient appelés « bêtes à laine », preuve de l'intérêt économique de leur toison. Aujourd'hui la laine, plutôt dévalorisée, est rachetée à l'éleveur entre 0,30 et 1,2 euros le kilo, rémunérant difficilement l'effort du tondeur. Pourtant l'élevage ovin est encore important notamment dans le Limousin et compte 405 000 têtes. La production de laine ainsi produite, est d'environ 800 tonnes d'après l'association Lainamac. Mais quel est l'état de cette laine ? Pourquoi n'est-elle pas plus économiquement rentable ? Quelles sont les spécificités de cette production régionale ? Selon le recensement EDE (Établissement Départemental de l'Élevage), la particularité de la région comme de nombreuses autres régions de France, est la pluralité de ses élevages ovins. Cette

*Photo d'un sac de laine  
brute du limousin prise  
par E. Charvet  
© E. Charvet*



source de matière première est disparate, puisque sa production est éparpillée. Les trois départements admettent aussi des races de prédilection. « En Corrèze, des brebis presque exclusivement limousines ou croisées limousines. En Creuse, peu de troupeaux élevés en race pure et prédominance de la race charolaise en race pure et associée. En Haute-Vienne, des brebis de pays composées de quatre races principales : Texel, Suffolk, Charolais et Vendéen »<sup>22</sup>. L'estimation quantité laine Limousin annonce aussi que sur les 810 tonnes de laines produites 80 tonnes viennent d'élevages de moins de 50 brebis. La multitude de troupeaux, de races est un facteur créant une variété de laines et pouvant amener des difficultés dans leurs transformations. Il faut savoir que la qualité d'une laine dépend de trois grands facteurs. Le premier est déterminé par la race ovine : il n'y a pas « une » laine mais « des » laines dont les propriétés et utilisations sont très différentes : impossible d'utiliser du mérinos pour faire des matelas ou des tapis, impossible d'utiliser de la laine limousine, bizet et beaucoup d'autres en France pour faire des vêtements d'enfants car elles grattent beaucoup. »<sup>23</sup> Toute laine a ses propriétés physiques, chimiques et ne peut être adaptée à n'importe quelle utilisation. « Les 3/4 des laines françaises sont adaptés à la fabrication de literie, décoration, tapis, couvertures et non de vêtements. Une étude doit donc se pencher essentiellement sur la valorisation de ces types de laine. Si la laine a perdu beaucoup

-----

22) *Extrait du document PDF envoyé par Géraldine Cauchi intitulé estimatif\_quantite\_laine\_limousin\_16112011\_V2 (1)*

23) *Extrait des propos de Marie-Thérèse Chaupin à la suite d'un échange.*

de sa valeur, ce n'est pas qu'elle est de mauvaise qualité ! C'est qu'elle était auparavant utilisée essentiellement dans les matelas et les couettes (gros volumes de matière) et que maintenant les matelas sont en latex et les couettes en synthétique... » Marie-Thérèse Chaupin op.cit. Puis le deuxième facteur est la condition de l'élevage. De cette distinction dépend la qualité de la laine, elle la diminue ou l'accroît. Le délaissement économique de cette matière par les éleveurs n'arrange rien. Ceux-ci ne se soucient guère de leurs laines, les conditions pour une bonne qualité de toison se sont dégradées. La laine est devenue ce déchet que l'éleveur tond par contrainte et non par intérêt. Enfin le dernier facteur est celui de l'environnement, le climat et la région. En effet, l'éleveur peut tirer avantage de la qualité de l'environnement qui permet de diminuer les déchets sur la toison et ainsi d'augmenter les qualités de laine tout en diminuant les actions d'assainissement de la matière, puisque les travaux pour purifier la laine sont nombreux et coûteux. Le lavage est une action longue et subdivisée en plusieurs étapes dont le but est de rendre la laine « pure ». Les différentes étapes de lavages restent faciles et accessibles pour les néophytes ou amateurs de la laine. Et pour cause, une bonne partie du suint part avec l'eau du bain. Une autre étape sert à enlever les sécrétions grasses appelées suintine. Cette étape se fait sous l'action de l'eau savonneuse. La dernière et la plus contraignante consiste à enlever les impuretés végétales. Pour des raisons de rentabilité, le lavage est une opération primordiale de la filière laine mais malheureusement elle tend à disparaître d'Europe et n'est du moins plus adaptée à de petites quantités. « 800 tonnes de laines adultes et 200 tonnes de laines d'agneaux sont produites en Limousin. Elles sont à 95 % exportées en Chine, Russie et Turquie. Elles sont utilisées dans la confection de matelas principalement. Les moutons ne sont plus sélectionnés depuis 50 ans sur le critère génétique lainier et le standard laine de toutes les

rares se dégrade. Les systèmes d'élevage, la démotivation des éleveurs face à la faible valeur marchande participent à sa dévalorisation » d'après Nadine Singeot, experte lainière de l'association Laines Locales Réseau Limousin. Ce problème semble être le plus important de la filière laine Limousine, Française et Européenne. Malgré cette soustraction au réseau, cela n'a pas empêché certains acteurs locaux d'être encore présents. Cependant des acteurs essentiels tendent à disparaître, d'autres préfèrent acheter une matière étrangère pour des raisons de coût et d'approvisionnement. Mais la laine, cette matière à portée de main inspire des plans de valorisation. Des associations tentent ainsi de valoriser la matière locale et de réanimer un secteur agricole qui semble s'essouffler de plus en plus dans notre période moderne. En quoi le design peut-il servir, orienter, accompagner, la revalorisation d'une matière, d'un matériau ou d'un savoir-faire ?

## **D/ Les projets pour des valorisations**

Les différentes associations énumérées précédemment exercent un travail de valorisation à des échelles variées. Les associations sont nombreuses et relativement nouvelles. Réponse à une demande ou à des prérogatives du développement durable, leurs actions essayent de réinstaurer une matière, un savoir-faire, un tissu artisanal et/ou industriel dans des zones de délaissement économique. Leurs travaux commencent tout d'abord par la mise en réseau. Elles essaient de recréer ce lien, de relier les acteurs locaux pour re-fabriquer un tissu solide. Le but est de faire émerger une valorisation économique de la matière laine. Mais de nombreux autres projets naissent en France et concernent d'autres matières séculairement ancrées dans un territoire. C'est par exemple le pari de Design Pyrénées qui s'engage à créer des objets fabriqués en France et imaginés par des designers français. Leurs créations comme le Tabéret designé par Godefroy

*Photo du projet Tabéret  
de Godefroy de Virieu  
et Stefania di Petrillo  
pour Design Pyrénées*  
© DR



de Virieu et Stefania di Petrillo annoncent un engagement identitaire par la forme, les matériaux et surtout par le moyen de production. La valorisation des identités locales semble être le fer de lance de la structure Design Pyrénées. La matière laine brute peut apparaître comme un nouvel apport économique pour l'éleveur, profession de plus en plus malmenée par les tourmentes du progrès et de la crise. Œuvrer pour l'éleveur, en lui montrant les modifications à faire pour augmenter la qualité sont aussi de l'ordre des ces analyses. Le travail de sensibilisation des associations doit amener professionnels et public à une prise de conscience. Le pari est d'amener les éleveurs à une plus-value économique. Les autres acteurs, ceux du lavage, du cardage et du peignage ou encore les fileurs, lissiers, coloristes, matelassiers et professionnels du bâtiment, sont aussi sollicités par ces associations. Admettre un recours à des laines locales par ces entreprises, c'est faire le pari de proposer un produit fini sans doute plus cher mais de meilleure qualité. Si nous prenons l'association Laines Locales Réseau Limousin par exemple, la pluridiscipli-

narité de ses membres annonce un intérêt pour des actions globales. Cette association tente d'apporter des solutions durables et étendues sur un ensemble d'acteurs. Mais des questions se posent : les laines sont-elles adaptées aux industries en place ? La demande pour ces productions ultra-locales en laine est-elle viable ? Ainsi, informer un public en premier lieu local, semble aussi être une source d'investigation essentielle. Mais cette sensibilisation est difficile et nécessite un énorme travail de médiation et de médiatisation. Les associations militent pour faire connaître leurs actions. Leurs objectifs sont ainsi de montrer la matière, ses applications et tous les corps de métiers qui sont liés au territoire. Par le biais d'événements et d'organisation, une prise de conscience devient possible. En Limousin, les actions sont nombreuses, Journées de la laine, Journée du patrimoine, journées européennes du feutre et de la laine à felletin, la cité de la tapisserie. Mais malgré ces événements la laine tarde à trouver de nouveaux adeptes. Changer les habitudes des consommateurs pour qu'ils deviennent aussi des acteurs d'une cause sociale nécessite un travail de grande envergure. Bien sûr ces événements sont chaleureux, fortement agréables, et ils permettent de recréer ce lien entre acteurs et consommateurs, mais ces événements ne ciblent-ils pas des personnes déjà convaincues ? Comment attirer la majorité endormie à venir participer à la vie sociale et économique du territoire ? Ces événements ne font-ils pas que manifester ce clivage ? La laine, seulement appréciée par quelques amateurs éclairés, ne serait-elle donc qu'une matière obsolète, passéiste, renvoyant par là même sa réactualisation à une vision anachronique ?

La nouveauté en tant que moyen de promotion n'est peut-être pas suffisamment utilisée. Les Journées européennes du feutre de laine à Felletin par exemple ne portent-elles pas toujours la même image ? La filière laine devrait pouvoir s'engager dans un processus d'innovation. Le projet

Tricote sur la ville re-questionne une ancienne discipline tout en la montrant au grand public et à des endroits où on ne l'attend pas. La sensibilisation est plus directe, dans le sens où elle vient changer les habitudes, re-questionner un paysage urbain trop connu pour qu'on lui prête attention. De plus, le projet intergénérationnel Tricote sur la ville est un appel à bénévoles, liant par une action locale des riverains de la même ville. D'autres actions lainières sont menées, notamment pour amener de nouveaux marchés, par exemple la création du label Cocon de laine par Lainamac. Le problème principal est le marché sur lequel se base la laine. Marie-Thérèse Chaupin annonce d'ailleurs lors d'une émission sur France-culture, que les marchés sont à créer. Mais comment le designer peut-il aider des projets déjà mis en place ? La question posée ici n'est pas anodine, tout d'abord comment se positionner envers les associations et leurs travaux ? Le designer doit se placer sur les problèmes relevés qui sont difficiles à résoudre pour les associations. La matière, son image, ses propriétés sont autant de pistes à ré-exploiter. Le développement d'un produit mettant en avant de nouveaux moyens de mise en forme et de diffusion est aussi un levier pour une démarche de design. Les problématiques déjà relevées par les associations doivent intégrer une recherche design, tout comme se recentrer sur la matière et ce qu'elle présente.





# V

## La matière laine / déchet kératinique

### A/ Une matière aux multiples caractéristiques

Les laines comportent des propriétés génériques. Leur plus grand atout reconnu partout et par tous est leur caractère renouvelable, durable et naturel. Présente aux quatre coins du globe et dépendante des cultures et des pays, ses emplois sont immuables et ses utilisations variées. Le livre *Wool of Europe* par l'atelier laine d'Europe met en valeur la multitude de races et les différentes propriétés. En France, leur utilisation s'apparente le plus souvent au fil et au monde du textile. L'utilisation traditionnelle de la laine met en avant ses nombreuses propriétés. La plus exploitée est l'isolation thermique. Le toucher agréable des textiles tissés lainiers est aussi un atout non négligeable. La laine



*Photo de la Tapisserie  
d'Aubusson de la fin  
du XVII nommée  
Naissance de Marie  
photo du site : [http://  
fr.wikipedia.org/wiki  
Tapisserie\\_d'Aubusson](http://fr.wikipedia.org/wiki/Tapisserie_d'Aubusson)*

est aussi considérée comme une matière durable, les tapis résistent pendant des années au piétinement. L'exemple des tapis conservés à Aubusson témoigne très largement de cette faculté qu'a la laine à être témoin du passé.

La laine respire. « Elle peut absorber jusqu'à 35% de son poids en humidité. La laine réagit aux fluctuations de températures du corps de façon active en conservant la chaleur quand il fait froid et évacue de la chaleur quand il fait chaud, ce qui provoque une sensation de bien-être dans le port d'un vêtement. La laine améliore la qualité du sommeil »<sup>24</sup>. Au-delà de sa forme capillaire, la laine apparaît sous d'autres aspects. Dans les steppes de l'Asie centrale, et plus précisément en Mongolie, pays longtemps appelé le pays des cinq animaux (le cheval, le yak, le chameau, la chèvre et le mouton), les nomades vivaient dépendants de leurs troupeaux. La production de laine était indispensable et regroupait l'ensemble des objets du quotidien. Les Chahar Aimak, tribu d'Asie centrale, « avec la partie la plus grossière de la laine, [...] fabriquent du feutre pour couvrir leurs maisons, leurs coffres et même pour leur literie. Avec la laine encore et avec un tiers de crin de cheval, ils font leurs cordes. De feutre ils font aussi des couvertures à mettre sous les selles et des capes contre la pluie, ce qui fait qu'ils consomment beaucoup de laine »<sup>25</sup>. De mise en forme aisée, disponible dans l'environnement des nomades, le feutre prend ici tout son sens. Le feutre

---

24 ) Extrait de l'ouvrage *Wools of Europe*

25) Extrait de l'ouvrage *Les routes de la laine de Jacques Anquetil*.



*Photo de L'œuvre  
Pligth créée par  
Joseph Beuys en 1985  
© Adagp, Paris*

intègre leurs habitats, leur vie et reflète leurs coutumes en conférant aux animaux et à leur laine une importance qui dépasse le simple usage matériel.

L'objet laine devient sacré, mythique voire thérapeutique. Pour l'artiste Joseph Beuys, le feutre de mouton présente des vertus magiques. Recueilli par des nomades tartares dans les Balkans au début de la deuxième guerre mondiale alors que son avion venait d'être abattu, recouvert de graisse et enroulé dans des couvertures de feutre, il avait été soigné de son état critique. Ces éléments qui lui ont sauvé la vie, deviendront des matériaux récurrents de son œuvre. Joseph Beuys en 1985 crée Pligth, espace constitué d'une multitude de rouleaux de feutre. Le spectateur invité dans ce sanctuaire, perçoit des sensations toutes particulières. L'odeur, le silence, l'imposante paroi grise sont autant d'éléments qui font que l'on se sent à la fois protégé mais aussi isolé. La matière laine prend un tout autre sens vis-à-vis de l'individu, transportant et témoignant d'une histoire à la fois personnelle et collective, et depuis toujours synonyme de mythe.

« Un des plus beaux portraits qui ait été fait de cette montagne (toute proche d'ici), est une étoffe qui a été tramée et ourdie

dans un de ces hameaux. La laine a été tondue sur les moutons, là, à côté. Elle a été filée dans les veillées au coin de l'âtre. Elle a été tramée et ourdie par un vieux bonhomme d'ici sur un vieux métier plein d'âme. Nulle part ailleurs on ne peut avoir une représentation si juste dans son interprétation de la beauté de ce pays. Tout y est : le mordoré, le vernis, les modulations du gris, les roses légers, les brumes, les grands éclairs. C'est purement et simplement de la laine naturelle sans teinture, blanche et marron. Quand je regarde cette étoffe, je sais qu'elle a une patrie » Jean Giono<sup>26</sup>.

Tout troupeau, tout pays, tout environnement possède sa propre laine avec ses propriétés autant physiques, chimiques qu'esthétiques et psychologiques. Le Limousin et ses trois départements comportent une multitude de races. Si nous prenons ces cinq principales races alors nous pouvons établir un état des lieux spécifique de leurs propriétés.

Quelles pourraient être les caractéristiques exploitables créativement de ces races élevées principalement pour leur qualité bouchère et non pour la production lainière ? La race limousine, par exemple, est une race emblématique du plateau de Millevaches qui porte une laine idéale pour réaliser des tissus en feutre ou être transformée en pelote. Cette laine offre un toucher agréable grâce à sa fibre blanche de bonne taille. La fibre courte et fine de la race

---

26) Extrait de l'ouvrage de Mauranchon-Lamy, 1947 « Prestige de la qualité et de l'élégance ». T. V : Livre d'or du textile français, Paris (Texte inédit de Jean Giono, « L'âme des vieux métiers »)

charolaise, comporte des propriétés idéales pour le tricot et le vêtement, les laines des races Texel, Suffolk et du mouton vendéen ont d'autres propriétés tout aussi différentes (voir glossaire fiches techniques pour ces trois races).

Ces laines bien que différentes ont toutes des ressemblances. Leurs propriétés ne se limitent pas aux aspects physiques, mais peuvent agir sur l'être comme le montre l'artiste Joseph Beuys. La laine et son côté sensuel, transmettent au toucher une sensation peu commune. Cette Matière respire, vit, puisqu'elle réagit, comme nous l'avons vu précédemment, au contact du corps. Le vêtement de laine devient comme une seconde peau. Cette sensation que procure la laine se ressent lors de sa manipulation. Utilisée dans la pédagogie Steiner, une pédagogie alternative qui tente d'équilibrer les enseignements académiques avec les matières artistiques et les activités pratiques, « la laine avec sa forme amorphe est un excellent matériau pour entrer dans la création, donner, faire naître des formes »<sup>27</sup> et donc stimule l'esprit des petits comme celui des grands. La laine, son état vaporeux, sa chaleur, son toucher sont autant de propriétés permettant la rêverie. La laine, dans sa forme la plus naturelle, peut sensibiliser, toucher et questionner. Ces propriétés sont autant de points positifs pouvant aider la laine à s'extérioriser de l'image qu'elle véhicule.

---

27) Extrait de l'article *laine et pédagogie Steiner* par Kubs, Gabriele (2012). *ATELIER laine d'Europe le bulletin* n°22, p36

## B/ Son image actuelle dans la société

Si la matière laine a traversé le temps, son image, elle, est restée figée. Ce passéisme n'est-il pas à la fois la cause et la conséquence son déclin économique ? Cette hypothèse revient à interroger son image et son lien avec le bouleversement sociétal de l'après-guerre. « De 1950 à 1973, la production française de fibres chimiques a été multipliée par 4,8[...]. Les fibres synthétiques mélangées sont devenues progressivement la principale fabrication de la filature de laine peignée (39,9% en 1974). La diffusion des fibres n'a été si rapide que parce que ces fibres nouvelles permettaient de fabriquer des tissus plus légers, moins chers et mieux adaptés aux conditions de vie moderne que la laine et, de ce fait, répondaient mieux aux attentes des consommateurs. »<sup>28</sup>

L'image authentique de la matière laine transporte des valeurs qui vont à l'encontre de ce nouveau désir de progrès, d'objet moderne. Associée le plus souvent à un mode de vie rural, campagnard ou alternatif, la laine ne séduit plus, à une époque où le béton, la vitesse et la consommation massive prédominent. Matière anachronique, la laine est aussi souvent associée à des activités dites passées, telles que le tricot, le tissage ou encore le foulonnage. Son image est donc aussi déterminée par son application et ses usages. L'homme tisserand par son action longue et répétée qui fabrique de ses mains un objet tissé, témoignant de la

---

28) Extrait de l'écrit intitulé *L'industrie lainière en France: siècle de mutation (1870-1973)*.



*Photo de Constant Puyo (1857-1933) nommée Le Vieux Berger photo du site : <http://photoseed.com/collection/single/le-vieux-berger/>*

durée passée à le confectionner et le tricot, action ancrée dans les ménages, semblent de plus en plus disparaître. Activité de nos grand-mères, le tricot est devenu obsolète, et pourtant le fruit de leur travail portait cette authenticité. Elles créaient cet objet unique, singulier, au sein duquel le défaut, du moins l'imperfection, l'irrégularité étaient perçus comme gage de cette authenticité. « Théorie du « mal fait » : Dans le futur « le mal fait » sera donc une qualité standard. Le devoir du créateur sera donc de trouver un vocabulaire, un mode d'exécution qui, même s'il est pauvrement réalisé, aboutira à un résultat hautement expressif. »<sup>29</sup>

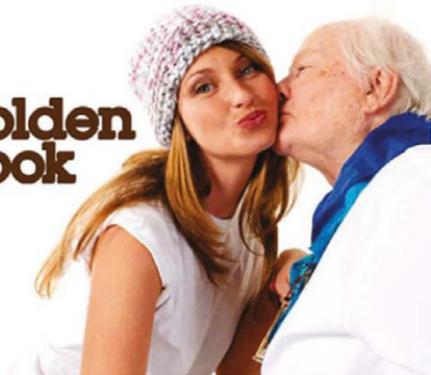
La laine et son utilisation étaient et sont vecteurs d'une image reposante et authentique, opposée à cette vitesse

-----

*29) Extrait de l'ouvrage Gaetano Pesce, Le temps des questions, catalogue de l'exposition éponyme, Édition Centre Georges Pompidou, Paris, 1996, ISBN 2-85850-884-4.*



FRANÇAIS ENGLISH



*Affiche du projet  
Golden Hook par  
J. Emsellem  
© J. Emsellem*

moderne stressante. Lorsque mamie tricote une écharpe pour son petit-fils, elle tisse des liens, elle fixe par son action un moment, une histoire, une identité. Trop souvent associée à ce monde antérieur, cependant porteur de valeurs, le tricot tend tout de même à reconquérir les tendances. Le projet à l'initiative de Jérémy Emsellem, Golden hook, interroge le rapport affectif producteur/consommateur, et plus précisément grand-mère/usager. De plus, cette marque met un point d'honneur à la production made in France et à sa matière, donc à la démarche écologique dont profite chacun de ses produits.

Par ailleurs, le côté alternatif insufflé par la laine tient de toute évidence à ses propriétés écologiques. Le feutre témoigne aussi d'une image très nature, plus nature que le tissu traditionnellement tissé ou tricoté et renvoie par sa forme semi brute, à un matériau beaucoup plus animal, primitif. Puisque leurs mises en formes sont assez simples et accessibles à qui veut se donner la peine d'apprendre les techniques, la laine et le feutre s'inscrivent aussi dans une philosophie très actuelle : le do it yourself.

Mais cette matière est aussi associée à un temps industriel et artisanal passé, à une économie locale oubliée car affaiblie par la modernité. Seul le marché du luxe persiste dans des productions lainières, ce qui est en soi paradoxal.

La laine, cette matière abondante et si bon marché dans les campagnes, appartient à deux mondes que tout oppose, le do it yourself, naturellement associé à l'accessible et au populaire, et le luxe, élitiste et cher. Ne pouvant pas être entièrement mécanisée, suite à l'industrialisation de la filière textile, l'écart de coût de production se creuse avec les autres fibres. Comme nous le montre le pourcentage de son étendue sur le marché du textile, 1,7%, la laine haut de gamme est finalement un matériau rare. De plus, ne résistant pas très bien aux nouvelles méthodes de nettoyage individuelles, qui ne nécessitent plus l'intervention d'acteurs professionnels, le 100% laine semble être réservé aux personnes ayant les moyens de recourir au pressing régulièrement. Tous ces points ont contribué au glissement soudain de la filière laine vers le marché du luxe. Outre ces aspects très contraignants, la haute-couture exploite encore les propriétés de la laine. Sa qualité, sa finesse, et son caractère écologique, sont autant d'arguments permettant de toucher un consommateur conscient, attaché à une certaine identité culturelle. Cette sorte de fierté identitaire est, en un sens, rassasiée par l'authenticité d'un produit local et emblématique, vecteur de noblesse. Il est certain qu'aujourd'hui peu d'individus connaissent les grandes qualités de la laine et il semble urgent de réapprendre son contact.

Si la connaissance de la laine est un privilège semblant réservé au luxe et au marché alternatif, s'adressant à une minorité, le designer doit se demander par quels moyens une démarche en design est à même de renverser cette situation en touchant un plus large public et en inscrivant cette matière dans une démarche écologique dans laquelle, nous l'avons vu, elle est parfaitement à même de s'inscrire.

## C/ Détournement et nouvelles formes

La matière laine est depuis trop longtemps juste apparentée au monde textile, et sa forme la plus fréquente est le fil, pour diverses applications (pulls, tapis, chaussettes...). Le feutre a de plus en plus le vent en poupe mais reste encore très marginalisé car son usage se cantonne à des territoires restreints. Il faut donc sortir des applications limitées au domaine du textile pour montrer l'étendue de ses qualités dans des secteurs inexploités. Des composites associant la laine et une résine émergent et permettent de sortir de ses usages clichés, dévoilant des applications novatrices et des qualités plus que séduisantes. Déjà en 1987, le fauteuil Feltri de Gaetano Pesce ouvrait la voie de la recherche. La résine thermodurcissable imprégnait la partie inférieure du fauteuil pour ainsi lui donner la rigidité requise. Cette approche expérimentale génère des applications inattendues et le feutre devient source d'innovation. Cocon moderne, ses propriétés isolantes sont mises en valeur en contribuant à l'obtention d'un espace de repos, coupé de

*Photo du  
fauteuil Feltri de  
Gaetano Pesce  
© 2010 DR*





*Photo du projet  
Hemp chair créé en  
2011 par  
Werner Aisslinger  
© Werner Aisslinger*

toute nuisance sonore. D'origine agricole et artisanale, ces fibres naturelles, jusqu'alors employées dans des secteurs limités, peuvent dorénavant être démocratisées, profitant d'une production et d'une diffusion inspirée du monde industriel moderne, grâce à de nouveaux modes de mise en forme. Ainsi lors de l'exposition « Poetry Happens » Werner Aisslinger présente son concept de fauteuil monobloc, Hemp chair, réalisé en fibres naturelles. Le projet consiste à utiliser la fibre naturelle du chanvre ou du mouton dans un procédé industriel proche de celui de l'automobile. Le chanvre et le liant thermodurcissable, composé d'eau et de résine acrylique, (Acrodure), sont mis en forme par compression et permettent une production en série. Ainsi sortis de leurs paradigmes habituels, la laine ou le chanvre portent par ce travail de design une image nouvelle. La thèse de Christophe Jacques montre une série de recherches sur la transformation de la laine par des procédés industriels. Le thermoformage, la fonte, la compression, sont tout autant des tests plastiques que des sources d'inspiration. La laine devenant solide, douce, vitreuse, est sortie de son contexte habituel et annonce sa potentielle réhabilitation et sa réappréciation, puisque la simple perception de son

caractère onirique, de sa douceur laiteuse ou vaporeuse, infiniment délicate, de ce tissage arachnéen, stimule les sens et l'imaginaire. En entrant dans la sphère du rêve, cette matière active chez certains des idées sublimant le réel. La laine et son image rassurante semblent être idéales pour générer ou représenter un état psychologique. «Pour Pesce, les objets sont avant tout des «occasions d'expression», c'est-à-dire des totalités fondamentalement complexes, dans lesquelles il n'est pas pertinent de vouloir séparer la valeur d'usage de l'expression symbolique voulue par le créateur. »<sup>30</sup>

La pauvre vieille dame que met en scène Nikolai Serebryakov dans son court métrage «La pelote de laine», atteint soudain tout ce qu'elle a désiré grâce à la pelote de laine qu'elle a trouvée. Matière clairement dépeinte comme vivante, elle apporte sécurité, chaleur, mais aussi beauté lorsqu'elle est traitée avec respect. En plus du rêve, la laine peut évoquer le règne animal auquel l'homme appartient. Un retour aux sources semble tout à fait légitime puisque parfois le développement des technologies et l'hyper-connexion virtuelle engendrent une rupture des rapports authentiques. Son image ancestrale s'est fondée sur des connotations liées à l'instinct. De tout temps employée, on peut avec aisance remonter jusqu'à la préhistoire et son usage brut et bestial, fourrure emblématique des charmes primitifs tant attractifs aujourd'hui. L'usage de la laine pourrait inspirer

---

30) Extrait de l'ouvrage de Jocelyn de Noblet, historien et théoricien du design, nommé *Le temps des questions*, catalogue de l'exposition éponyme, p.20, Éditions du Centre Pompidou Paris, 1996

des contacts plus intuitifs, loin de toute complexité ou confusion moderne des rapports humains. « L'actuelle mode féminine assimilerait en quelque sorte la femme à la pelletière qui enveloppe, douce, tiède soyeuse appelant la caresse et dans un second stade, l'assimilerait directement à la bête dont elle porte les dépouilles ». <sup>31</sup>

Sortie de sa transformation et de sa considération traditionnelle, la laine peut à nouveau renouer avec son prestige des temps passés puisqu'elle constitue des singularités essentielles de la culture post-moderne. Ce besoin de rattachement à un monde perdu ou relégué à des cultures dites « primitives » est mis en avant dans l'enquête anthropologique passionnante de Charles Fréger intitulée *Wilder Mann*.

---

31) Extrait de l'ouvrage *le commerce des fourrures en Occident à la fin du Moyen-Âge* par Robert Delort Ecole Française de Rome 1978



## CONCLUSION

Le modèle de notre société post-moderne est affecté par les crises et une mondialisation de plus en plus accaparante. Modifications auxquelles succèdent uniformisation, lissage culturel, et altération de l'identité de l'individu au profit de la masse. Face à ces modifications sociétales, de nouveaux modèles ou schémas apparaissent.

Ces derniers plus durables ou offrant des alternatives exemplaires, deviennent le symbole d'une nouvelle ère, montrant aux individus qu'il est possible d'agir autrement, de devenir acteur du changement de leur propre consommation. Ainsi, la production locale prend tout son sens puisqu'elle véhicule des valeurs héritées d'un certain humanisme.

Cette histoire de la production locale est un conte en trois chapitres. D'abord mise en œuvre par l'artisanat et son idéal de mise en forme et ses savoir-faire séculaires, la production intègre les usines de l'industrie locale pour ensuite être délocalisée et gagner le marché mondial. L'artisanat est meurtri, délaissé en moins de deux siècles, pourtant porteur de valeurs que nous souhaitons mettre en avant. Ré-exploitant les symboles de ce mode de production humaniste, des projets naissent.

Les nouvelles technologies associées aux systèmes artisanaux que nous connaissons, peuvent être aussi porteurs de ces mêmes valeurs, et engendrer la création d'un nouveau tissu économique local. Terrain d'entente entre artisanat et industrie, ils peuvent faire le pont entre ces deux entités et permettre une transition progressive vers le local.

Le design est de toute évidence en capacité de permettre la valorisation des productions locales. « Le design est une activité intellectuelle qui consiste à changer des situations existantes pour les transformer en situations préférables. »<sup>32</sup> propos d'Herbert Alexander Simon. La laine dans les tourmentes du progrès n'a pas pu suivre le train de la

modernité. La concurrence à la fois chimique et mondiale touche de plein fouet cette filière. Les empreintes de son passé persistent et provoquent nostalgie ou curiosité pour certains, ignorance pour d'autres, ce qui soulève la volonté d'impulser un renouveau de l'exploitation de la laine de façon locale. Ainsi, des plans de valorisation sont déjà mis en place mais leur portée reste limitée. Le design, comme exhausteur de matière (car indissociable du matériau qu'il choisit d'employer) peut amener à toucher un plus large public.

L'association de la modernité du design et de l'image passéiste de la laine peut être très fructueuse et innovante. Aussi l'observation des différentes propriétés et actions de valorisation de la matière laine m'amène à de multiples réflexions. Tout d'abord, le manque d'unités de lavage dans un périmètre de proximité, et la transformation contraignante de la laine sont autant d'éléments qui poussent à son délaissement et à son exportation. Une des réponses à ce problème pourrait être de travailler sur la réduction du nombre d'étapes de lavages et sur l'utilisation de laine comme constituant d'un matériau composite. Ce parti pris recèle de nombreux avantages puisque les différentes qualités de laines obtenues, les nombreuses espèces présentes et leur diversité jusqu'alors jugées décourageantes, pourraient en fin de compte procurer une certaine richesse plastique. De plus, après avoir observé

---

32) *Propos d'Herbert Alexander Simon, détenteur du prix de la Banque de Suède en sciences économiques en mémoire d'Alfred Nobel en 1978, repris par Jacques Bossier, Prodesign, éloge du design utile, ed. La Martinière, 2007*

l'absence d'un marché local qui engendre l'ignorance de cette richesse territoriale, il semble indispensable de prouver la viabilité d'une telle valorisation. Il nous est donc nécessaire d'interroger l'application et le développement de sa diffusion au travers de nouveaux supports médiatiques. Enfin, se réconcilier avec une matière locale, avec la mémoire d'un territoire, c'est se connecter à une histoire et une identité collective, poussant à entretenir et à renouer un lien avec l'environnement auquel nous appartenons.



## REMERCIEMENTS

Cette aventure, ces recherches, ce mémoire n'auraient pas été ce qu'ils sont sans les apports d'un certain nombre de gens. Je tiens tout d'abord à remercier mes deux tuteurs de mémoire, Sophie Devaud-Judas et Julien Borie. Mes remerciements vont aussi aux différents spécialistes avec qui j'ai eu l'honneur d'échanger tels que Marie-Thérèse Chaupin, Géraldine Cauchy, Nadine Singeot. Leur écoute, leurs réflexions et leurs apports techniques furent tout simplement une aide capitale pour l'élaboration de ce mémoire. Je remercie aussi les Sostraniennes Élise Noël et Lucie Moine pour leur aide et leur patience. Enfin je tiens également à remercier mes proches qui ont participé de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.



## Glossaire des fiches techniques

fiche technique sur les moutons de race Suffolk	p.94
fiche technique sur les moutons de race Textel français	p.95
fiche technique sur les moutons de race Mouton vendéen	p.96

# Le Suffolk

## La laine

- ✗ Toison dense et fermée, de longueur moyenne (8 à 12cm).
- ✗ Normalement blanche, mais avec la possibilité de petites taches grises, surtout à la base des fibres (la peau peut porter des taches noires ou grises).
- ✗ A bien trier pour ne pas risquer de mélanger ces parties de couleur avec des laines blanches.
- ✗ Laine relativement fine et douce qui donne des fils très gonfiants et moelleux du fait de sa forte ondulation et de sa grande résilience.
- ✗ Très bien adaptée à la confection de couvertes, matelas, coussins, etc.
- ✗ Faible ténax
- ✗ Poids moyen d'une toison : 2 à 2,5kg

Attention ! Les caractéristiques d'une laine peuvent varier au sein d'une race, pour des raisons génétiques, de santé de l'animal, d'environnement, de manière de tondre.



## Élevage

- ✗ Élevé pour la production d'agneaux de boucherie.
- ✗ Race saisonnière et précoce: les agneaux sont élevés en bergerie ou en prairie selon qu'ils naissent en début ou en fin d'hiver.
- ✗ Toutou élevé en bergerie pour la production d'agneaux de boucherie entre mars et mai.
- ✗ Race dite saisonnière et tardive : les agneaux naissent en fin d'hiver, sont élevés en prairie et abattus en automne.
- ✗ Rustique : valoriser une alimentation pauvre, vit d'hiver dehors, facilité d'agnelage, etc.
- ✗ Productivité moyenne : ± 1,7 agneau par brebis.

## Origine et localisation

- ✗ Origine du sud-est de l'Angleterre.
- ✗ Une des races ovines les plus répandues, pour ses qualités bouchères et son aisance d'adaptation aux conditions de terrain.

## Physique

- ✗ Corps couvert de laine blanche, à l'exception des pattes et de la tête couvertes de poils noirs.
- ✗ La sélection a mené à la distinction de deux types d'animaux :
  - ♦ des animaux de grand gabarit prolifiques et à croissance rapide
  - ♦ des animaux de moindre gabarit à très bonne conformation bouchère.



Avec le soutien de la Région wallonne de la Province de Luxembourg



ATELIER La Filature laine est membre Laines d'Europe de l'ATGLER Laines d'Europe

NGE 2000

Informations : [www.laines.be](http://www.laines.be)  
00 32 (0)61 61 00 65  
[laines@nge2000.luxembourg.be](mailto:laines@nge2000.luxembourg.be)

# Le Texel français

## La laine

- ✗ Toison moyennement dense et ouverte, de longueur moyenne (10 à 12cm)
- ✗ Laine blanche et lustrée, relativement fine et douce.
- ✗ Donne de beaux fils à porter à même la peau.
- ✗ Peut être peignée en industrie.
- ✗ Ondulée, sans être frisée, et gonflante.
- ✗ Bien adaptée pour toute la literie.
- ✗ Feutre mal.
- ✗ Peu de suint.

Attention ! Les caractéristiques d'une laine peuvent varier au sein d'une race, pour des raisons génétiques, de santé de l'animal, d'environnement, de manière de tondre.



## Élevage

- ✗ Élevé pour la production d'agneaux de boucherie.
- ✗ Excellentes aptitudes bouchères (bonne conformation et résistance à la prise de gras).
- ✗ Races très fréquemment utilisées en croisement pour améliorer la qualité d'autres races.
- ✗ Race saisonnière et tardive : les agneaux naissent en fin d'hiver, sont élevés en prairie et sont abattus en automne.
- ✗ Rustique : valorise une alimentation pauvre, vit l'hiver dehors, facilité d'agnelage, etc.
- ✗ Fecundité moyenne :  $\pm 1,8$  agneaux par brebis

## Origine et localisation

- ✗ Originaire de l'île de Texel aux Pays-Bas.
- ✗ Une des races ovines les plus répandues, pour ses qualités bouchères.

## Physique

- ✗ Corps couvert de laine blanche, à l'exception des pattes et de la tête couvertes de poils blancs.
- ✗ La sélection a mené à la distinction de deux types d'animaux :
  - ♦ des animaux de grand gabarit, aux brebis prolifiques (Texel français)
  - ♦ des animaux de petit gabarit à forte conformation bouchère (Texel hollandais ou Texel culards).



Avec le soutien de la Région wallonne et de la Province de Luxembourg.



ATELIER La Fibre laine est membre Laines d'Europe de ATELIER laines d'Europe

NGE 2000

Informations : [www.laines.be](http://www.laines.be)  
00 32 (0)61 61 00 65  
[laines@nge2000.luxembourg.be](mailto:laines@nge2000.luxembourg.be)

# Le Mouton vendéen

## La laine

- ✗ Toison blanche, dense, très tassée à mèches mi-longues (10-12 cm) et fermées.
- ✗ Fine, douce mais un peu sèche au toucher.
- ✗ Poids moyen d'une toison : 2,5 à 3,5 kg.

Attention ! Les caractéristiques d'une laine peuvent varier au sein d'une race, pour des raisons génétiques, de santé de l'animal, d'environnement, de manière de tondre.



## Élevage

- ✗ Réputé pour ses bonnes aptitudes bouchères et pour sa résistance à la prise de gras.
- ✗ Élevé pour la production d'agneaux de boucherie.
- ✗ Race saisonnière et très précoce : les agneaux sont élevés en bergerie ou en prairie selon qu'ils naissent en début ou fin d'hiver.
- ✗ Principalement élevé en bergerie pour la production d'agneaux de boucherie entre mars et mai.
- ✗ Prolificité moyenne : 1,8 agneau par brebis.

## Origine et localisation

- ✗ Originaire du Sud-ouest de la France.
- ✗ Présent un peu partout en France, surtout dans l'Ouest, ainsi qu'en Belgique où il est apprécié pour la production d'agneaux de Pâques.

## Physique

- ✗ Tronc, cou, dessus de la tête, haut du museau et arrière des joues couverts de laine blanche.
- ✗ Le reste de la tête (oreilles, avant du museau et des joues) et les pattes couverts de poils bruns grisâtres.

© NGE 2000 - Avril 2012



Avec le soutien de la Région wallonne et de la Province de Luxembourg



ATELIER La Filière laine est membre  
Laînes d'Europe de l'ATELIER laînes d'Europe

NGE 2000

Informations : [www.laines.be](http://www.laines.be)  
00 32 (0)61 61 00 65  
[laines@nge2000.luxembourg.be](mailto:laines@nge2000.luxembourg.be)





# BIBLIOGRAPHIE

## Ouvrage

Allais, Maurice (1999). *La crise mondiale d'aujourd'hui - Pour de profondes réformes des institutions financières et monétaires*. Clément Juglar. ISBN : 2-908735-11-3

Anderson, Chris (2012). *Makers - La nouvelle révolution industrielle*. Pearson. 320p. ISBN : 978-2-7440-5285-9

Anquetil, Jacques (2001). *Les routes de la laine*. JC Lattès. 405p. ISBN : 2-7096-2119-3

ATELIER Laine d'Europe (2011). *Wools of'Europe*. Botalla. 255p. ISBN : 978-8897794011

Bachelard, Gaston (1942). *L'eau et les rêves*. LGF/Livre. de.Poche. 221p. ISBN : 2-253-06099-2

Barthes, Roland (1957). *Mythologies*. Seuil. 233p. ISBN : 2-02-000585-9

Baudrillard, Jean (1970). *La société de consommation, ses mythes, ses structures*. idées Gallimard. 318p. ISBN : 978-2-07-032349-4

Boutillier, Sophie (2010). *L'artisan entre histoire et théorie économique*. Cahier N°226 du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation. Université du Littoral Côte d'Opale. 18p

Clavel, Jules (1934). *Chimie De La Fabrication Des Tissus De Laine : Filature Tissage Apprets*. Dunod. Paris. 228p

Centre Tricontinental (2000). *Culture et mondialisation, résistance et alternative*. Lhamarttan. 183p. ISBN 2-6985-8569-6

Collectif : Gérard Gayot, Leslie Dupuis, Emmanuelle Real, Jean-Marc Ramette (2005). *Roubaix-Tourcoing et les villes lainières d'Europe - Découverte d'un patrimoine industriel*. PU du Septentrion. 95p. ISBN : 2-85939-918-6

Daumas, Jean-Claude. « L'industrie lainière en France: siècle de mutation (1870-1973) ». In : *Matériaux pour l'histoire de notre temps*. 1997, pp. 14-20

Delort, Robert (1978). *le commerce des fourrures en occident à la fin du Moyen Age*. Ecole Française de Rome. ISBN : 2-7283-0012-7

De Noblet, Jocelyn (1996). Gaetano Pesce, *Le temps des questions. catalogue de l'exposition éponyme*. Édition Centre Georges Pompidou. Paris. 144p. ISBN : 2-85850-884-4

Duesenberry, James Stemble (1949). *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*.

Fontana, G.L et Gayot, G (2004). *The wool : products and markets (XIII-XX)*. univ de Padoue, IFRESI-CNRS

Fréger, Charles (2012). *Wilder Mann ou la figure du sauvage*. Thomas & Hudson. 270p. ISBN : 978-2-87811-386-0

Giraud, Alessandro, (2007). *Mythes et Légendes économiques*. Economica. 319p. ISBN : 978-2-7178-5338-4

Jacques, Christophe (2003) *la valorisation des déchets d'origine keratinique par voie thermo-mecano-chimique en vue de l'obtention de filaments continus : cas spécifique de la laine*. Thèse Doctorat Recherche : Sciences des Agroressources. Toulouse, 291p

Lebahar, Jean-Charles (1994). *Le design industriel : sémiologie de la séduction et code la matière*. Parentheses. 125p. ISBN : 2-86364-074-7

Lipovetsky, Gilles (2009). *Le bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation*. Paris, Gallimar. 466p. ISBN : 978-2-07-037988-0

Mantoux, Paul (1905). *La Révolution industrielle au XVIII<sup>e</sup> siècle*. Paris, Société nouvelle de librairie et d'édition. 543p

Mauranchon-Lamy (1947). *Prestige de la qualité et de l'élégance*. T. V : Livre d'or du textile français, Paris (Texte inédit de Jean Giono, « L'âme des vieux métiers »).

Micoud, A. (2005). *Patrimonialisation : redire ce qui nous relie ?* In Barrère, C. Barthélemy, D. Nieddu, M. & Vivien, F. D. (Eds.) *Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ?* L'Harmattan, Paris, pp. 81-96

Norman, Donald A (2012). *Design émotionnel - Pourquoi aimons-nous (ou détestons-nous) les objets qui nous entourent*. De Boeck. 251p. ISBN : 978-2-8041-6570-3

Rifkin, Jérémy (2012). *La troisième révolution industrielle - Comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde*. Liens qui libèrent (Les). 380p ISBN : 978-2-918597-47-6

Sennett, Richard(2010). *Ce que sait la main - La culture de l'artisanat*. Albin Michel. 403p. ISBN : 978-2-226-18719-2

Siegfried, André (1953). *L'artisanat et l'évolution de la production humaine*. L'artisanat moderne. 23p

Smith N. C. (1999). *Ethics and the typology of consumer value*.

Stiegler, Bernard (2008). *Réenchâter le monde - La valeur esprit contre le populisme industriel*. Flammarion. 176p. ISBN : 978-2-08-121784-3

Zizek, Slavoj (2008). *Que veut l'Europe ? - Réflexions sur une nécessaire réappropriation*. Flammarion. 204p. ISBN : 978-2-08-123477-2

Webster F. E. Jr. (1975). *Determining the characteristics of socially conscious consumer*.

## Article

De Grave, Arthur (2013). « La 3D, ce n'est plus du cinéma ! ». Socialter, n°2, 68-71

Kuhs, Gabriele (2012). « Article laine et pédagogie Steiner ». ATELIER laine d'Europe le bulletin n°22, p36

Morel, Cristelle (2013). « Le Nord-Pas-de Calais va entrer dans la 3ème Révolution Industrielle ». Socialter, n°2, 93

## **Vidéo**

Serebryakov, Nikolai (1968). La pelote de laine. [vidéo]. URSS : Studio Soyuzmultifilm. 9Mm

## **Internet**

Henshaw, Caroline(2013). « Australia Merinos Wool Industry Clipped ». The Wall Street Journal. [en ligne], (page consultée le 01/11/2013) <http://blogs.wsj.com/dealjournal/australia/2013/01/02/australias-merino-wool-industry-clipped-by-city-cuts/>



## RÉSUMÉ

Le modèle de notre société post-moderne est affecté par les crises et une mondialisation de plus en plus accaparante, modifications auxquelles succèdent uniformisation, lissage culturel, et altération de l'identité de l'individu au profit de la masse. Face à ces modifications sociétales, de nouveaux modèles ou schémas apparaissent, tentant de rénover ou créer des économies locales inexistantes ou oubliées. La laine, ce matériau si important pour de nombreuses régions de France n'a pas pu suivre le train de la modernité. La concurrence à la fois chimique et mondiale touche de plein fouet cette filière. Pourtant, les empreintes de son passé persistent et provoquent nostalgie ou curiosité pour certains, ignorance pour d'autres, ce qui soulève la volonté d'impulser un renouveau de l'exploitation de la laine de façon locale. Ainsi, des plans de valorisation sont déjà mis en place mais leur portée reste limitée. Le design, comme exhausteur de matière car indissociable du matériau qu'il choisit d'employer, peut donc propulser la laine vers de plus larges horizons.



## **Bodet Baptiste**

### **papiers :**

5 mémoire en cyclus cycle 115 g

4 mémoire en onlin natural white 80 g

### **Fonts :**

Quicksand

Adobe Caslon Pro

**Imprimé en france par Graphicolor**

**Avril 2014**

Mémoire de recherche en design réalisé dans le cadre  
du dsaa design responsable/ eco-conception

### **option :**

créateur concepteur

Cité Scolaire Raymond Lœwy





