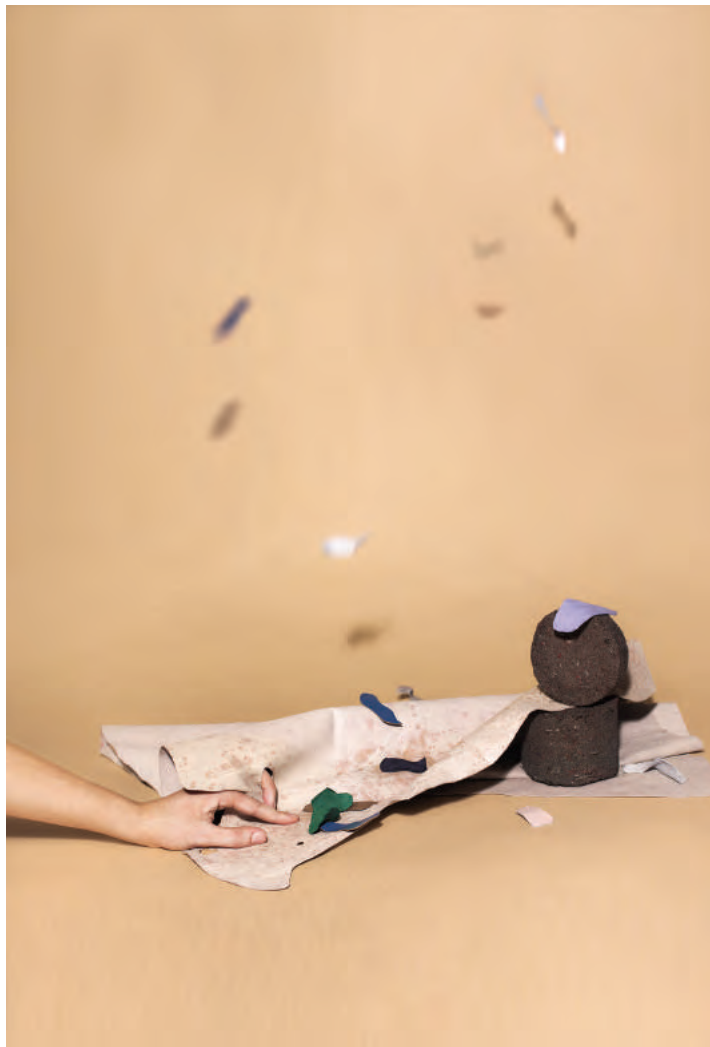


{ matière épidermique }

Marin Thuéry



Mémoire de recherche en Design

Diplôme Supérieur des Arts Appliqués, Cité Scolaire Raymond Loewy

Sous la direction de Laurence PACHE et Julien BORIE, 2016-2017

{ Avant-propos }

Le cuir fait parti de ces matériaux qui m'intriguent, aussi commun que luxueux, il peut être souple mais aussi rigide, animal mais parfois synthétique, etc. Beaucoup d'interrogations se dressaient devant moi lorsque j'ai décidé de focaliser ma recherche en design sur cette matière. Ce cuir, si éloigné de mon champ de compétences, et de connaissances fait pourtant partie pleinement de la culture de mon territoire. Entre l'Aveyron dans lequel je vis, et le Limousin où j'étudie, le cuir m'est apparu comme une articulation reliant ces deux régions autour d'un intérêt commun. La création récente d'un Pôle Cuir dans mon département a réveillé mon intérêt pour ce matériau, autour duquel j'ai choisi de mener mes investigations et nourrir ma démarche de design. Le cuir est une matière primitive, cela de par sa nature animale, mais aussi par son mode de transformation séculaire. C'est cette alliance a priori incongrue entre le savoir-faire d'un matériau ancestral et un projet de recherche et d'innovation en design qui m'anime. Je souhaite que mon intervention en tant que designer aille au-delà de la simple conception d'un nouveau produit, j'envisage de valoriser le cuir et sa filière en faisant de lui une matière à penser. *« De nos jours, le design peut se situer sur deux terrains différents : le terrain physique et réel du marché (où les objets tangibles existent et peuvent être utilisés), et le terrain immatériel (non moins important) constitué par la circulation médiatique des idées expérimentales. »*¹

1

Branzi A.

« Progress » in Grand-Hornu Images, *In Progress : Le design face au progrès*, Monografik éditions, Blou, 2010, p. 35. Architecte, designer et professeur italien, Andrea Branzi est un acteur majeur des avant-gardes des années soixante.

Revenons à l'essentiel. Avant tout il y a la bête, après il y a le cuir. Entre l'être vivant et le produit inerte se trouve un monde, une succession de lieux, de personnes, de gestes et de savoir-faire. C'est bel et bien dans ce monde-là que j'ai décidé de questionner la pratique du designer...

{ Itinéraire d'une peau parfaite }

La filière cuir française, faite d'une multitude de métiers et de personnalités, peut être assimilée à un parcours. Ainsi le cuir est le produit de cette succession d'étapes qui constitue le parcours d'une matière : la peau.



L'élevage, vaches Limousines, Luc-la Primaube, 2017. © Marin Thuery



La préparation des peaux, tannerie Hervy, Isle, 2012. © Julien Borie



Le tannage, mégisserie Richard, Millau, 2016. © Philemon D'Andurain



Le classement, tannerie Alric, Millau, 2013. ©Philemon D'Andurain



Le séchage après coloration, tannerie Hervy, Isle, 2012. ©Julien Borie



La transformation du cuir, Causse Gantier, Millau. © Causse Gantier



La distribution, Boutique Causse Gantier, Paris. © Causse Gantier

{ Sommaire }

p.3 Avant-propos

p.4 Itinéraire d'une peau parfaite

p.15 Introduction

p.18 I. DE LA MATIÈRE PEAU AU MATÉRIAU CUIR
Les origines d'une transformation ancestrale

p.21 A. La peau, articulation vers l'animalité ?

p.28 B. Du sauvage au synthétique, déroulement
d'une métamorphose

p.33 C. Transformer la ressource animale

p.38 II. CHOIX ET USAGES D'UNE MATIÈRE SI
SINGULIÈRE

p.40 A. Fondements d'une controverse contemporaine

p.46 B. Comment légitimer la production et
la consommation de cuir ?

p.53 C. Quels freins pour le déploiement du matériau ?

p.58 III. QUELS STATUTS POUR LE CUIR DANS
LA PRODUCTION DE DEMAIN ?

p.60 A. Le mirage de l'authenticité

p.64 B. La place du cuir dans la redéfinition du progrès

p.68 C. Dynamique novatrice et matériau à
rebours : une relation conflictuelle ?

p.72 IV. RÉHABILITER L'INSIGNIFIANT

p.74 A. Une ambivalence de positionnement

p.78 B. Un problème de taille...

p.86 C. Déspécifier le cuir de sa filière

p.91 Déclassés et déchets, vers un inventaire des possibles

p.95 Conclusion

p.98 Remerciements

p.100 Sources

{ Introduction }

À quel héritage culturel, technique et sensible, un matériau séculaire tel que le cuir, peut-il faire écho aujourd'hui ? Avant de questionner le cuir et sa production, il semble important de comprendre le « aujourd'hui », et le contexte de création qu'il sous-entend. Le progrès en tant que processus d'évolution vers l'amélioration d'un cadre de vie s'opposant à un passé voire à un présent ignorant, a longtemps été considéré comme une idéologie motrice de la production. Mais actuellement, la reconnaissance des conséquences néfastes de l'idéologie progressiste, dévoilées dès les années soixante-dix avec le rapport *The Limits to Growth* mené par le Club de Rome¹, nous a amenés à remettre en cause cet idéal. L'épuisement des ressources, la transformation des modes de production et l'artificialisation du matériau par le biais des technologies de synthèse, sont tout autant de problèmes actuels de l'industrie à reprocher à la volonté de progrès à tout prix.

Une telle somme de problématiques semble constituer une perte de repères tangibles, une rupture affectant notre relation directe d'usager au matériau et au produit. Le design en tant que terrain de réflexion pour la question du Progrès, se doit d'apporter des réponses acceptables, durables et écoresponsables. En ce sens le designer peut être tenté de privilégier certains facteurs de constitution du projet, en choisissant par exemple des matières naturelles, ou encore des savoir-faire locaux. Le cuir bien que réunissant ces deux caractéristiques, souffre tout de même de ses propres maux. La filière française est aujourd'hui

1

Le club de Rome est une organisation fondée en 1968 autour d'une réflexion sur les défis mondiaux et l'avenir de l'humanité. En 1972, leur premier rapport *The limits to Growth*, tirait la sonnette d'alarme contre le rêve mondial de croissance économique à tout prix.

2

Malgré des problématiques environnementales et d'innocuité, les cuirs du Pakistan et du Bangladesh (entre autres) parviennent à pénétrer le marché occidental.

tiraillée entre le désir d'augmenter sa production de cuirs locaux, malgré un important taux de peaux défectueuses, et la réalité du secteur du luxe dans laquelle elle s'insère comme dans un dernier refuge. En effet, celle-ci est poussée par la concurrence du Moyen Orient et de l'Asie du Sud-Est² à se démarquer dans une politique d'excellence. Ce matériau, autrefois d'usage courant et apprécié pour ses propriétés techniques et sa durabilité, a été remplacé par des matériaux moins coûteux transformés plus rapidement, et parfois imité par de vulgaires ersatz de cuir. Face à ces problématiques, il paraît intéressant de questionner le rôle que pourrait avoir le designer. *En quoi, pourrait-il faciliter le déploiement des ressources en peaux locales dans des usages, formes et contextes durables ?*

3

Moins de 20 % des peaux brutes françaises peuvent être transformées en cuir de qualité, la grande majorité est donc exportée ce qui fait de la France le 3^e exportateur mondial de peaux.

Le marché du luxe et sa stabilité constituent une des réponses au déploiement du cuir français, mais il lui est difficile de s'affranchir des contraintes de sélection. La déprise agricole a elle aussi des répercussions dans la production et la consommation de cuir, coproduit de l'élevage. D'une part, il est de plus en plus difficile de répondre à la demande grandissante du secteur du luxe en peaux française, car malgré leurs qualités intrinsèques, ces peaux ne sont majoritairement pas exemptes de marques et défauts³. D'autre part, la désertification des campagnes a mené à un bouleversement des schémas culturels dans notre rapport à l'animal et sa domestication, remettant en question l'exploitation de la ressource animale. Malgré ces freins, comment s'exprime la nécessité de valoriser la production de cuir en France ? Cette transformation de la matière peau en un matériau cuir, ne joue-t-elle pas tant sur des leviers techniques, que symboliques ?

Ainsi peut-être questionné du point de vue de l'usage, un certain rapport à l'animalité induit par les origines de cette matière. Avec son essence primitive et ancestrale, le cuir peut sembler antinomique d'une dynamique innovante.

Ce matériau pourrait-il s'imposer dans la redéfinition du progrès ? Une fois tous ces éléments d'investigation soulevés, il sera ainsi possible d'envisager une démarche en design en adéquation avec les enjeux actuels de ce matériau.

I.

DE LA MATIÈRE PEAU AU MATÉRIAU CUIR Les origines d'une transformation ancestrale

Entre la peau et le cuir intervient l'homme, par un processus de transformation séculaire, ce dernier fige la peau en un matériau inerte. Le cuir est l'un des premiers matériaux à avoir été dompté par l'homme, il a accompagné son développement et traversé les époques. Cette longévité nécessite de mener une approche chronologique dans l'étude de ce matériau, afin de comprendre la manière dont il a évolué et ce qu'il représente dans le monde d'aujourd'hui.

{ A. La peau, articulation vers l'animalité ? }

Au cours du Néolithique, en transformant son environnement par la domestication animale, et l'agriculture, l'espèce humaine s'est distinguée comme un animal social, un animal cultivé. De fait, cet homme dont nous parlons, est-il encore considéré comme une espèce parmi tant d'autres ?

Si dans le langage populaire on s'exclut aisément de l'animal, on en est pourtant biologiquement un. Ceci exprime une dualité persistante encore dans l'Occident moderne, où l'homme se voit généralement dans un rapport de distinction et de domination par la culture et la conscience de soi. Or comme nous le dit ici l'anthropologue français, Philippe Descola, en reprenant les propos de Rickert, « *Entre l'humain et le non humain n'existent plus la discontinuité radicale de la transcendance, ni les ruptures introduites par la mécanisation du monde ; c'est à nos yeux seulement qu'ils se différencient et selon la manière dont nous choisissons de les objectiver car "l'opposition entre nature et culture, pour autant qu'il s'agisse d'une distinction entre deux groupes d'objets réels, est véritablement le fondement de la division des sciences particulières"*. » **Il y aurait donc des nuances d'interprétations acceptables quant à la nature de l'homme. La frontière entre l'humanité et l'animalité peut-elle être articulée par la prise en compte de l'environnement de l'homme et des objets qui l'entourent ? La peau, le cuir en tant qu'artefact pourrait-il renforcer notre relation à l'animalité ?**

1

Descola P.

Par-delà nature et culture, Gallimard, Paris, 2005, p. 147.
Descola cite ici un extrait de la traduction du philosophe allemand **Rickert H.** *Science de la culture et science de la nature suivi de Théorie de la définition*, Gallimard, Paris, 1997.

2

Le concept du *Moi-Peau* donné par Didier Anzieu, relève une correspondance entre les fonctions du *Moi*, et celles de la peau. Le *Moi-peau* s'illustre en tant qu'interface et contenant exerçant huit fonctions de la psyché.

Il est vrai que cette matière de par son genre charnel renvoie aux origines de l'homme, de sa venue au monde jusqu'à la structuration de sa psyché, la peau forge une part de la personnalité et de l'intellect de l'être vivant. Ainsi il est possible de voir la peau en tant qu'articulation de l'animalité de l'espèce humaine, notamment dans la définition du *Moi-peau*² de Didier Anzieu, où celle-ci est vue comme une double enveloppe, à la fois biologique et psychique, tandis que l'archaïsme de son usage, nous conduit vers le passé et les pratiques préhistoriques. Il existe encore aujourd'hui des rituels zoomorphes, qu'ils soient chamaniques ou de l'ordre de la célébration, où l'action même de porter une peau revient à endosser l'enveloppe d'un autre, d'une figure morte passée dans l'au-delà. Celle-ci atteint son apogée lors des rites de passage séculaires, qui persistent encore dans certaines régions du globe. Si l'on prend l'exemple de la *Festa de l'Òs* célébrée dans les Pyrénées catalanes, de jeunes hommes revêtent un simulacre de costume d'ours, avant d'être lâchés dans la vallée pour y capturer des femmes et les mâchurer de cendres. Sous ces peaux provenant en réalité de moutons, ces hommes ne sont plus vraiment des hommes, mais ils deviennent ours héritant ainsi de sa virilité de sa puissance et de sa fertilité. Leur tunique leur confère une sorte d'aura, les transcende, jusqu'au dénouement brutal où on leur enlève leur nouvelle peau pour les réhumaniser et briser la peur de l'ours. Un tel phénomène de transfiguration est révélateur d'une consubstantialité éphémère entre l'homme et l'animal. Ils deviennent, par le port de la peau, de nature et de substance similaires le temps de la cérémonie. Ce retour vers une altérité animale est évidemment plus ou moins fort selon la nature et les conditions dans lesquelles se trouve le porteur de peau.

L'héritage animal du cuir par exemple, est diminué par le long procédé de transformation de la peau, comme par l'acte d'achat en lui-même, nous éloignant bien loin du schéma d'approvisionnement primitif de cette matière dans les origines anciennes de son utilisation par l'homme. C'est paradoxalement ces valeurs du sauvage et du primitif qui reviennent aujourd'hui sur le devant de la scène, dans une approche marketing influençant les milieux culturels comme le cinéma, la musique, la mode, sans oublier le monde du design.

« Cette survivance atavique, ce vestige résiduel serait donc d'une modernité flagrante, voire grandissante. Les moyens de communication modernes sont en train de ranimer la figure du sauvage, aux styles et idiome demeurés quasi inchangés depuis des millénaires. En la célébrant ou en l'immolant, nous rendons cette figure inoffensive, et c'est ainsi qu'inlassablement nous transformons en fait social l'archaïque et sombre matière de la pulsion humaine. Tant mieux pour nous.³ »

3

McLiam Wilson R.
préface de Fréger
Charles, *Wilder
Mann : Ou la figure
du sauvage*, Thames
& Hudson, Paris,
2012, p. 13.



Wilder Mann, Charles Fréger, 2010-2011.

Deux hommes déguisés en ours pour célébrer la *Festa de l'Os* dans le village de Prats-de-Mollo-la-Preste. © Charles Fréger



Tournage du vidéoclip *T-Shirt*, Migos, 2017.

En 2016, le film oscarisé *The Revenant* et son ambiance sauvage dans l'Amérique des trappeurs, ont porté son influence jusqu'au monde du rap, ici le groupe Migos et leur clip rempli de peaux de bêtes. © DAPS

Qu'elle soit faussée ou non, la dimension animale qui est insufflée par la peau, peut être relevée dans certains objets. Néanmoins, pour trouver trace de la réapparition de la peau dans l'histoire récente du design, il faut remonter à 1928, et la chaise longue *LC4* attribuée au trio Le Corbusier, Jeanneret et Perriand. Dans ce contexte d'avant-garde ou l'on emploie des matériaux nouveaux transférés depuis l'industrie — à l'image du tube d'acier — Charlotte Perriand, instigatrice de cette pièce, est venue y apposer des assises en cuir et en peau de poulain. Le fauteuil icône du modernisme, qui se veut innovant dans l'ergonomie qu'il propose, crée la surprise en exploitant une matière aussi primitive qu'une peau et sa fourrure. Ici, le matériau tient un rapport d'altérité commun aux manières particulières de s'asseoir sur cette chaise. Comme le veut la doctrine qui rythme l'œuvre de Charlotte Perriand, « *le sujet n'est pas l'objet, c'est l'homme* », la peau est ici le témoignage de toutes les subtilités qui le compose. L'effet escompté aurait-il été le même avec un autre matériau, rien n'est moins sûr...

Dans la survivance actuelle de la *figure animale*, la peau et le cuir jouent donc le rôle de lien retrouvé vers une animalité enfouie. Seulement, nos rapports de plus en plus distancés vis-à-vis du monde animal n'ont-ils pas pour effet d'appauvrir cet aspect symbolique de la peau ?



Charlotte Perriand sur la chaise longue *LC4*.

La chaise longue *LC4* du trio Perriand, Le Corbusier et Jeanneret, est encore aujourd'hui éditée par Cassina dans ses deux versions cuir et peau. ©DR

{ B. Du sauvage au synthétique, déroulement d'une métamorphose }

4

On peut dater approximativement à 800 000 ans avant J-C les prémices d'une transformation de la peau par le biais de fumée.

5

La maîtrise rationnelle des procédés de tannage remonte à 8 000 ans avant J-C.

L'évolution du statut du cuir dans la société est révélatrice de la mutation des époques et des traditions. Ancêtre de bon nombre de matériaux⁴, la peau était autrefois la seule matière disponible pour créer les artefacts de protection et les contenants nécessaires à l'homme chasseur-cueilleur. Cette ressource était un des produits issus de la chasse, des dépouilles de gibier transformées par la main de l'homme. Son origine sauvage procurait à la matière, au-delà de sa fonction pratique, une dimension sociale. En effet, la peau, en étant un trophée devient l'apanage des puissants, du sacré et plus tard, des chefs de guerre. Au fil de l'acquisition du savoir-faire du tannage⁵ on fait du cuir un matériau solide et utilitaire, acceptant un champ d'applications des plus variées : armures, boucliers, manteaux, chaussures, tapis, parchemins, vitrages, outres, soufflets, courroies, reliures, charnières, tambours, etc. L'évolution de ce matériau va donc suivre son cours, la domestication animale amenant un rapport de proximité avec la ressource matérielle, va aider le procédé de tannage à être plus tard industrialisé entre la Rome Antique et les corporations du Moyen-Âge. La fin du XIX^e siècle est marquée par une innovation conséquente, les sels de chrome constituent une nouvelle substance au pouvoir tannant des plus performants. Toutes ces innovations n'altéreront cependant en rien la double valeur utilitaire et symbolique du cuir, si ce n'est plus tard, au sortir de la Seconde Guerre Mondiale.

6

L'artiste, écrivain et militant socialiste anglais William Morris a été l'initiateur du mouvement Arts and Crafts à la fin du XIX^e.

Les temps de guerre ont ceci de particulier qu'ils constituent un contexte encourageant l'innovation sur le terrain militaire. Les avancées technologiques qui ont pu être faites dans le développement de matières plastiques nouvelles ont ensuite été transférées dans la production de bien courants. Ainsi le marché des 30 Glorieuses, une fois submergé par ces matériaux nouveaux accélérant la production tout en diminuant ses coûts, est devenu ce qu'on nomme aujourd'hui la société de consommation. Dans cette société il devient alors possible de remplacer avantageusement le cuir par sa copie artificielle, il devient simili, ou Skai® (toile enduite de PVC) ; Bycast® (croûte de cuir enduite) ; ou encore aujourd'hui cuir « Végan ». Le choix dans l'acte de consommation n'est alors plus dicté par des critères techniques, mais bien économiques.

Seul le cuir d'importation asiatique dont la production représente un désastre humain et écologique, peut rivaliser économiquement avec ces matériaux de synthèse. Le cuir local, le cuir qualitatif doit lui se cantonner au marché du luxe et du haut de gamme, dont l'exclusivité lui a fait perdre sa traditionnelle popularité, l'éloignant d'une clientèle modeste. Ce phénomène fait écho à la voix de William Morris⁶ qui s'élevait déjà en pleine révolution machiniste du XIX^e siècle, contre la profusion des ersatz, ces éléments de substitution de qualité médiocre constituant ce mal toujours plus d'actualité dans notre époque contemporaine : « *En d'autres temps, lorsque quelque chose était inaccessible, les gens s'en passaient et ne souffraient pas d'une frustration, ni même n'étaient conscients d'un manque quelconque. Aujourd'hui en revanche, l'abondance d'informations est telle que nous connaissons l'existence de toutes sortes d'objets qu'il nous faudrait mais que nous ne pouvons posséder et donc,*

L'âge de l'ersatz et autres textes contre la civilisation moderne, Éditions de l'encyclopédie des nuisances, Paris, 1996, p. 121.

peu disposés à en être purement et simplement privés, nous en acquérons l'ersatz.⁷ »

Et aujourd'hui ? Si l'on fait le constat de ces bouleversements, il semble que le cuir souffre de l'apparition de la matière synthétique au travers d'une perte de ce qui constituait son identité de matière animale, identifiable. D'après Ezio Manzini :

« Le mécanisme de la production d'identité s'est récemment grippé, puis est devenu définitivement inopérant du fait de l'accélération du développement technique et de l'introduction de nouveaux matériaux. [...] En apparaissant sur la scène du possible et en exhibant leur haut degré d'artificialité, ainsi que leur absence d'histoire, les plastiques ont contribué de façon décisive à fissurer, puis mettre en pièces, tout le système de représentation et de hiérarchie des valeurs basé sur des qualités naturelles et renforcé par la tradition perceptive et symbolique.⁸ » **Ainsi, le choix d'un matériau dans l'acte de consommation est aujourd'hui dicté principalement par des critères économiques sans considérations réelles pour les valeurs techniques et sentimentales.**

Le rapport de lisibilité du cuir est devenu un rapport de doute et d'interrogation : entre un vrai et un faux cuir ; un cuir reconstitué ; un cuir imitant un autre cuir ; un cuir d'importation... L'approximation qui peut être faite dans l'identification de la matière est renforcée par l'absence de labels et autres appellations d'origines contrôlées. C'est d'ailleurs ici, la source de la distinction entre l'appellation « cuir », qui a de nos jours une connotation bien plus utilitaire et brute, que le mot « peau » préféré dans le domaine du luxe pour sa préciosité et sa délicatesse, bien qu'il ne soit pas étymologiquement correct. À l'heure où l'on voit un net intérêt pour la traçabilité des produits notamment agroalimentaires,

pourquoi le cuir, sous-produit de l'élevage, n'en bénéficierait-il pas ? Mettre en valeur les origines géographiques d'un produit en cuir permettrait de renforcer la valeur d'estime et d'identification éprouvée par le consommateur, tout en faisant valoir la tangibilité de la matière naturelle face à l'artificialité des similis et des environnements dans lesquels ils s'inscrivent. Il serait alors plus à même de se tourner vers ce matériau dans un rapport de consommation conscient et durable tel qu'il pouvait l'être il y a plusieurs décennies de cela.

La matière de l'invention, Éditions du Centre Pompidou/CCI (Collection Inventaire), Paris, 1986, p. 32. Ezio Manzini est un designer et professeur italien.

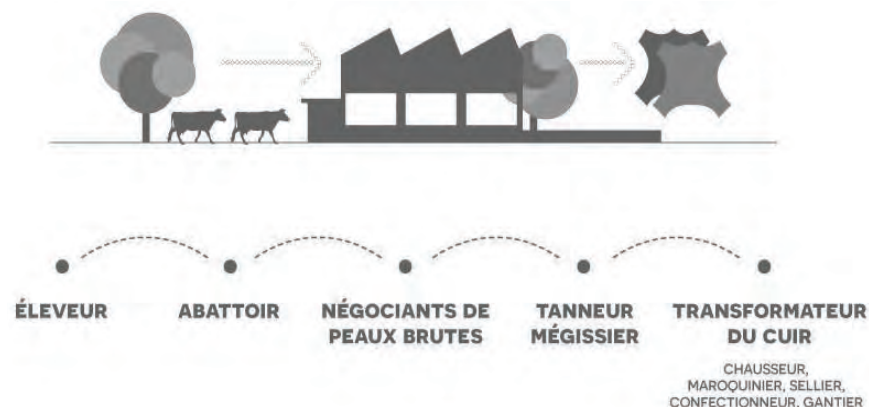
{ C. Transformer la ressource animale }

Éleveurs, négociants, tanneurs, fabricants et distributeurs, voilà le panel de professions que doit traverser la peau avant d'être cuir, le cuir avant d'être produit de consommation. Mais avant de parler de production, il paraît nécessaire de prendre en considération ce que l'on entend par l'appellation « cuir ». Admettons comme étant « cuir », une peau ayant subi un procédé irréversible qui tend à la rendre imputrescible en réticulant ses chaînes de collagène, par le biais d'un agent chimique, qu'il soit minéral, végétal, ou gras. Outre sa dimension symbolique et son passé sensible, la peau en elle-même n'est pas noble, c'est une matière abondante qui non traitée devient un déchet éphémère et putrescible. La richesse de ce matériau réside plus dans le chemin emprunté par ce processus de transformation — *du tan et du temps*.⁹

9

« Pour avoir du bon cuir, il faut du tan (écorce) et du temps ». Telle fut durant longtemps la devise des tanneurs français.

Les innovations liées au savoir-faire, et les mutations successives de nos sociétés vers une division du travail, ont contribué à structurer ce procédé de transformation toujours plus performant, en une profession, celle de tanneur – mégissier. Malgré cela, il paraît important de garder en tête les origines primitives de la pratique du tannage, celle-ci était effectuée de façon isolée par les chasseurs eux-mêmes. Là où l'on se retrouve confronté aujourd'hui dans la production, à une profusion d'intermédiaires entre extracteurs, fabricants et consommateurs, ce schéma pouvait autrefois être constitué d'une seule et unique personne. Il paraît aujourd'hui bien difficile d'imaginer cette personne dans



Du co-produit de l'élevage au produit fini

Ce schéma synthétique montre les différentes étapes par lesquelles passe une peau durant sa transformation. La filière cuir schématisée ci-dessus, représente environ 8 000 entreprises, et compte plus de 70 000 salariés. © CTC

nos sociétés occidentales, tant les schémas culturels ont changé. En conséquence de la succession d'exodes ruraux qu'elles ont connus, nos rapports aux animaux tendent à se distancier. Manipuler la dépouille d'un animal, ou pire l'abattre, apparaît pour la grande majorité des gens comme inconcevable. Historiquement, le tanneur est mal vu, rejeté, il est celui qui traite le cadavre, il manipule les chairs, les poils, l'urée — jusqu'au début du XX^e — le tout dans une atmosphère nauséabonde et polluante. Malgré tout, serait-il envisageable de transformer la peau, en dehors du circuit classique ?

À vrai dire, le tannage est encore pratiqué par certains particuliers, qui font persister les techniques les plus primitives, comme celle consistant à extraire les matières grasses présentes dans le cerveau de l'animal, pour l'appliquer sur sa peau et la rendre imputrescible. Dans la lignée directe des trappeurs du grand Ouest américain, nombre de leurs descendants vivent de cette pratique archaïque dans l'Amérique contemporaine. Plus proche de nous, des chasseurs, passant parfois par l'intermédiaire de taxidermistes, transforment les peaux des animaux qu'ils prélèvent, à dessein de trophée, de souvenir, décoratif, ou purement utilitaire. Cette réinterprétation d'une maîtrise séculaire va jusqu'à être médiatisé, à travers le prisme du *Do-It-Yourself*, dans des émissions comme *La Cabane de mes rêves*, diffusée en Europe. Son présentateur-designer, Kevin McCloud y confectionne une assise de fauteuil à partir de la dépouille d'un cervidé, de la colle de peaux de lapins, et même des flotteurs en peau de brebis.

Il est possible d'associer ces pratiques à une rébellion face au consumérisme, autant que l'expression d'une prise en main retrouvée de la matière par le fait de

10

Crawford M.

Éloge du carburateur : Essai sur le sens et la valeur du travail, La Découverte Poche, Paris, 2009, p. 67.

11

ibid. p. 68-69.

l'expérience. C'est en tout cas ce qui anime l'homme que nous décrit Matthew Crawford – philosophe, mécanicien – par les mots suivants : « Il déteste ce sentiment de dépendance qui s'empare de lui, d'autant plus qu'il y perçoit le fruit même de son ignorance.¹⁰ » **La confrontation directe avec la matérialité dans toute sa résistance, amène un sentiment de satisfaction, fruit de l'expérience, aussi :** « Les individus porteurs de ce type d'état d'esprit nourrissent généralement une conception élastique des frontières de leur domaine propre. Ils tendent à considérer chaque objet matériel dont ils font usage comme appartenant au royaume de ce qu'ils possèdent.¹¹ » **Cette valeur d'appartenance soulevée par Crawford, dans l'appropriation que tire ici notre individu de l'animal « sacrifié », en valorisant en tout point la ressource qu'il en extrait, nous renvoie vers un rapport plus ou moins disparu de « rentabilité consciencieuse ». L'élevage, est conscient de la nature vivante de l'animal, l'homme se sent redevable envers lui, et instaure une logique de profit maximum de la ressource offerte par ce même animal abattu.**



***La Cabane de mes rêves*, avec Kevin McCloud, 2012.**

Man made home, en version originale, est une série suivant l'aventure du designer-présentateur Kevin McCloud dans la construction d'une cabane faite uniquement à partir de ressources naturelles ou de récupération. © DR

C'est ce concept d'optimisation de la ressource animale que le projet d'Emmanuelle Poirier *Cow Prod* nous transmet. La vache n'est ici vue, non plus pour son potentiel agroalimentaire, mais comme source pertinente de matériaux transposables à l'industrie. D'ailleurs, les expressions telles que « Tout se garde, rien ne se perd », ou de façon plus populaire « Tout est bon dans le cochon », ne font que témoigner de cette volonté de valorisation intégrale du « gisement » qu'est l'animal, se heurtant au gaspillage, et « au processus systématique et indéfinis de la consommation¹² » tel qu'il est défini par le sociologue et philosophe Jean Baudrillard.

Au cours de l'évolution de l'homme, la peau a subi des changements tant dans son statut, sa reconnaissance, que dans sa nature même. Nos rapports au « faire » et à l'animal, de plus en plus distanciés, ont eu pour conséquence une diminution de l'aura populaire suscitée par le cuir.



***Cow Prod*, Emmanuelle Poirier, 2014.**

En moyenne, 41 % de la masse d'une vache est constituée de viande. Que faire des 59 % restants ? *Cow Prod* questionne l'intégration des autres gisements bovins (os, sang, lait, boyaux, etc.) dans la production. © Emmanuelle Poirier

II.

CHOIX ET USAGES D'UNE MATIÈRE SI SINGULIÈRE

Dans notre société de consommation, l'acte d'achat est devenu insignifiant. La facilité d'accès aux biens et aux ressources nous a fait dépasser toutes considérations pour les dimensions techniques, éthiques et parfois même esthétiques. Le choix dans la consommation ne peut être une attention de second plan. Choisir et utiliser le cuir ne sont pas des actes anodins.

*« Si tu me possèdes, tu posséderas tout.
Mais ta vie m'appartiendra. Dieu l'a voulu
ainsi. Désire, et tes désirs seront accomplis.
Mais règle tes souhaits sur ta vie. Elle est là.
À chaque vouloir je décroîtrai comme tes jours.
Me veux-tu ? Prends. Dieu t'exaucera. Soit !¹ »*

1

De Balzac H.

La peau de chagrin,
1831. Dans ce roman,
une peau sur laquelle
est gravé ce texte
magique, réduit à
chaque désir exaucé
par son propriétaire.

{ A. Fondements d'une controverse contemporaine }

2

PETA est le sigle de l'association *People for the Ethical treatment of Animals*, créée en 1980.

Partout ainsi l'on entend des voix s'élever contre l'exploitation humaine de ressources animales. Le cuir et sa filière ne sont pas épargnés et décriés par des associations telles que PETA² par leur récente campagne *Behind the leather*, ou encore la communauté Végan. On peut nuancer dans la production de cuir, la nature des sujets portant à controverse. Ceux-ci peuvent être schématiquement répartis en trois catégories, à savoir : l'humain ; l'animal ; l'environnement.

Avant toute chose, il paraît primordial de différencier les filières occidentales des filières d'Asie du Sud-Est et du Moyen-Orient, où il existe de nombreux cas de dérives qui sont à pointer du doigt à juste titre. En effet, l'absence totale d'éthique que l'on peut trouver dans la filière asiatique, représente pour la filière française, autant un manque à gagner dû à une concurrence déloyale et contrefactrice, qu'un déficit d'image corollaire. En effet la menace représentée par la diffusion à grande échelle de cuirs asiatiques en Occident, est rendue possible par un ensemble de faits, constituant un réel désastre humain et environnemental : exploitation de mineurs, absence de normes sanitaires, usages de produits chimiques interdits, réutilisation sans traitement préalable des eaux usées, production de fumées nocives et risques sanitaires pour le consommateur. Ces procédés permettent aux cuirs d'être vendus 60 % moins cher qu'en France, qui n'a plus que l'exclusivité de l'industrie du luxe comme refuge au déploiement de ses peaux.

L'animal est central dans la production de cuir, c'est d'ailleurs cette donnée qui différencie ce matériau à bien des égards. La filière cuir est donc par extension au cœur des questions de bien être animal, plus que jamais d'actualité. La campagne *Behind the leather*, menée par PETA par exemple, s'attaque à l'industrie de la mode pour son utilisation à large échelle de cuirs exotiques, et notamment de cuirs de reptiles. Ces peaux venues des quatre coins du monde, qu'elles soient issues d'un prélèvement à l'état sauvage, ou de fermes, posent des problèmes dans le traitement animal, et concernent parfois même des espèces menacées. Ainsi, se pose la question du contrôle des origines, comment être sûr de la présence d'une éthique ou non du produit en cuir lors de l'acte d'achat ?



Behind the Leather, PETA, 2016.

Le spot de cette campagne montre une fausse boutique de luxe, dans laquelle des clients en ouvrant sacs et vestes en reptile, découvrent horrifiés un cœur battant. © PETA



Colors of Water, Daniel Lanteigne.

Ici, une photo d'Hazaribagh, le quartier aux 200 tanneries de Dhaka au Bangladesh. Un enfant étend des peaux de chèvres face au quartier des tanneurs qui se reflète dans son propre lac de déchets toxiques.
©Daniel Lanteigne



Colors of Water, Daniel Lanteigne.

Un travailleur remue de ses pieds nus, dans l'eau corrosive, les peaux de vache. Pendant 10 heures, le cocktail de produits chimiques a brûlé le poil des peaux de cuir brut et leur a donné une couleur bleue.
©Daniel Lanteigne

Plutôt que de s'assurer du caractère éthique, certains ont fait un tout autre choix : le Véganisme est une idéologie réfutant tout recours à l'animal comme ressource, et refusant de ce fait d'exploiter la peau ou le cuir, pour ne pas soutenir une filière où l'une des étapes est la mise à mort de l'animal. Or, favoriser un cuir français, c'est déjà s'assurer que l'animal n'a pas été abattu dans l'unique but de lui ôter sa peau. En effet pour les espèces exotiques, le cuir est la ressource la plus lucrative que peut procurer l'animal, contrairement à notre système français où les peaux utilisées par la filière sont un sous-produit de l'élevage, issues du « cinquième quartier » animal, représentant l'ensemble de ce qui ne peut pas être regroupé sous l'appellation « viande ». La production de cuir est donc dépendante de la production bouchère et laitière, et non l'inverse, elle permet en quelque sorte de valoriser la ressource issue du « sacrifice » de l'animal en limitant les déchets.

Au-delà d'un aspect global de la filière, l'une de ses étapes, celle de l'abattage, fait aujourd'hui polémique. La diffusion par l'association *L214*² de vidéos « choc » d'abattoirs a suscité autant de dégoût pour l'homme, que de compassion pour l'animal. Le statut de l'animal en Occident tend à changer vers une plus grande considération et la question de la mise à mort animale de façon non naturelle, décidée, est inévitable, mais peut être pensé en dehors d'une optique de rentabilité par une vision plus rituelle. Il en va de même pour l'élevage, celui-ci est plus soutenable dans sa volonté de donner à l'animal une vie bonne avant sa mort, que la production animale de masse, où ce dernier est considéré comme matière vivante plutôt qu'être vivant. L'utopie de la communauté Végane comme elle est analysée par Jocelyne Porcher³ consiste à ne rien devoir à l'animal,

2 *L214 éthique et animaux*, est une association française fondée en 2008.

3 Jocelyne Porcher est Directrice de recherche à l'INRA et spécialiste de la souffrance au travail dans la production animale et la relation de travail entre les humains et les animaux en élevage.

4 Porcher J.
Émission radio
Terre à terre « Vivre
avec les animaux »,
France Culture,
19 octobre 2013.

en ce sens elle l'exclut de son monde au profit d'un homme augmenté. Ce schéma où l'élevage est exclu, ne prend donc pas en compte notre rapport de domestication qui est pourtant la base du fondement de l'humanité telle qu'elle l'est aujourd'hui : « *Les animaux domestiques nous ont construits [...] il est difficile de penser l'humain sans sa part animale.*⁴ » En somme la communauté Végane fait passer pour bonne une société nous excluant de tout rapport avec l'animal. Un tel revirement de schéma impliquerait donc de repenser le devenir de l'animal domestique, comme de la gestion de la biodiversité.

Autre sujet à controverse, la filière cuir apparaît face à son impact environnemental comme un mauvais élève, et c'est plus précisément la tannerie qui est remise en cause, pour sa grande consommation d'eau et son utilisation d'agents chimiques. Cependant, sur le terrain, la tannerie-mégisserie française investie une grande part de son chiffre d'affaires dans des équipements adaptés tels que des stations de retraitement et de séparation des eaux usées, ou des systèmes de gestion des déchets. D'autant plus que ces métiers-là s'acquittent de taxes importantes sur le captage et le rejet de ces eaux. De plus en plus de tanneries se tournent vers le tannage végétal à l'écorce de chêne notamment, une pratique plus douce que le tannage au chrome, plus ancienne, mais aussi beaucoup plus longue. Tous ces efforts vont dans le sens d'une minimisation de l'empreinte écologique, ils sont le témoignage de ce qui constitue l'un des enjeux majeurs pour l'avenir de la filière cuir nationale.

{ B. Comment légitimer la production et la consommation de cuir ? }

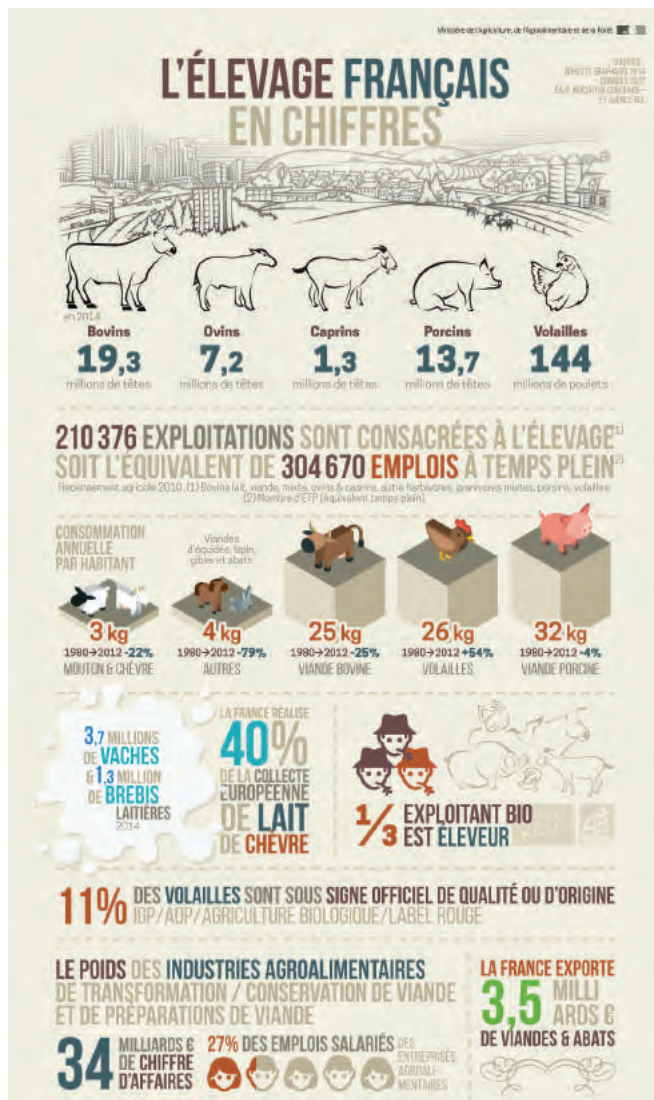
Il n'est pas mentir que d'affirmer que le cuir français est bien moins populaire que par le passé. Au sens de popularité, il faut y associer la notion d'engouement collectif – comme nous venons de le voir, ce matériau divise – et d'accessibilité, car coûteux, on lui préfère parfois les matières artificielles, ou d'autres cuirs de qualité moindre. Est-il légitime d'imaginer une inversion de cette tendance ? Devant les problèmes environnementaux que posent les substituts plastiques au cuir par l'épuisement, l'extraction, la transformation, et la (non) dégradation des matières fossiles, il est normal d'envisager un retour vers une ressource abondante comme la peau. Pour cela il faudrait jouer sur les différents leviers qualitatifs et distinctifs que présente ce matériau. Pour donner une vision soutenable justifiant l'industrie du cuir en France, on peut dégager les quatre dimensions suivantes :

- La dimension utilitaire du cuir. L'atout majeur du cuir reste sa durabilité, de par l'irréversibilité de sa transformation et la résistance naturelle de la cuirasse qu'est la peau, un produit en cuir de qualité est pérenne à l'échelle d'une à plusieurs générations. D'autre part, il faut compter sur le fait que ce dernier possède une pluralité de propriétés spécifiques, exploitables dans des productions adaptées et visant à les mettre en valeur. C'est dans cette logique-là que la Fédération Française de la Tannerie Mégisserie,

a fait appel lors de l'opération *Intérieurs cuir – Acte 2*, au designer François Azambourg. Dans une démarche de prospection, ce dernier a fait valoir les propriétés du cuir dans toutes ses nuances aussi contradictoires soit-elles (souplesse, élasticité, rigidité, isolation, structure, lien, revêtement, légèreté, acoustique, etc.) afin de l'ouvrir à une multitude de champs techniques pour l'industrie.



Table haute Promenade, François Azambourg, 2010.
Parchemin mort-pois cousu et tendu sur une structure en contreplaqué, réalisée dans le cadre de l'opération *Intérieurs Cuir-Acte 2*. © Filloux&Filloux



L'élevage français en chiffre, 2014.

Infographie du Ministère de l'Agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, sur des données de 2012. ©Minagri-infographies

- La dimension logique de sa transformation. Comme évoqué précédemment, le cuir d'origine française n'est qu'un co-produit de l'élevage. Transformer la peau sortant des abattoirs, semble donc découler d'une logique d'optimisation de la ressource animale. Le sentiment de redevabilité envers l'animal n'est que plus fort si la matière qu'il nous offre est gaspillée. Aussi, plutôt que d'aller chercher des substituts au cuir, ou d'utiliser des matières techniques d'importation, il semble logique de valoriser une filière de proximité telle que celle du cuir, et tous les acteurs locaux qu'elle fait et peut faire vivre. L'élevage représente une part importante du paysage agricole français, la production animale constitue environ 40 % du produit brut agricole national. On peut donc considérer la peau comme une matière issue d'une ressource à la fois locale et abondante. Pour être concret, nous pouvons aborder l'exemple du cuir aveyronnais, qui doit sa réputation principalement aux deux fers de lance de l'élevage en Rouergue : le veau d'Aveyron, élevé sous la mère pour la production de viande labellisée ; et la brebis Lacaune dont les agneaux sont élevés pour leur viande, les brebis pour le fromage Roquefort. Le développement du cuir dans cette région permet ainsi une valorisation de la filière à tous les niveaux.
- La dimension sensible du cuir. Si un degré de performance technique spécifique, peut sur certains points faire défaut au cuir au profit de matériaux plus avantageux, il est une donnée sur laquelle il ne peut être égalé : sa dimension sensible. Le cuir est un matériau intelligible, il raconte l'Histoire, aussi bien que l'histoire de l'être vivant dont il provient. Son esthétique, son aspect et sa texture

souvent imités, mais jamais égalés, amènent au désir de le manipuler pour en sentir son grain, et la dualité de toucher entre sa fleur et sa croûte. La sensorialité de ce matériau est même exaltée par les odeurs puissantes si caractéristiques des objets en cuir. Ce n'est pas un hasard si cette part de sensualité lui vaut d'être associé culturellement à une dimension érotique du fétichisme.

- La dimension unique du matériau, donnée tant par ses qualités techniques, que par sa provenance sacrificielle. Récemment, on a vu apparaître ce que l'on peut qualifier de « cuirs alternatifs ». À base de fibres d'ananas (*Piñatex*), de fruits séchés (*Fruitleather*), de champignons (*Muskin*), ou encore de rhubarbe, ils sont pour la plupart en phase de développement, et encore loin d'égaler les propriétés du cuir véritable. Il sera néanmoins intéressant de voir leur évolution dans les années futures, mais en attendant, ces alternatives-là ne sont ni viables, ni crédibles au regard d'un marché tel que celui du cuir. Ces matériaux organiques, étant issus eux aussi du vivant, bénéficient d'une dimension sensible non négligeable, mais n'ont pas de justification utilitaire et fonctionnelle. Pour ce qui est des matériaux synthétiques ou « simili » imitant le cuir, si leur avantage économique est avéré, la dimension sensible est inexistante, détruite par les origines fossiles de la matière plastique et leur pérennité est elle aussi inférieure à celle du cuir animal. Ainsi de par l'absence de concurrence viable, le cuir s'impose comme un matériau de référence.

Carmen Hijosa créatrice du Piñatex

C'est au Royal College of Arts que Carmen Hijosa a développé ce textile non-tissé à base de fibres issues des feuilles d'ananas. Ce matériau est inspiré du *Barong Tagalog*, un costume traditionnel des Philippines fait des mêmes fibres. ©David Stewart



Piñatex bags, Mathias Smith, 2012.

Sacs développés pour Piñatex, la production est basée aux Philippines. ©Smith Mathias

Ainsi le cuir peut être comme nous l'a montré l'initiative de la FFTM avec l'opération *Intérieurs cuirs*, au centre de la démarche en design. Notre matière est présente dans les abattoirs, il ne tient qu'à nous de ne pas la gaspiller en la transformant de manière pertinente au regard de la production moderne. Cependant, malgré un cheptel abondant, et un savoir-faire de pointe, nous pouvons nous questionner sur le constat fait par la filière cuir. Celle-ci évoque une pénurie de matières premières et une évolution inflationniste des coûts du cuir...

5

D'après la Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, la France est le premier producteur mondial de cuirs de veau, alimentant à la fois l'industrie du luxe et les marchés européens.

6

Source:
leatherfrance.com.

{ C. Quels freins pour le déploiement du matériau ? }

Le cuir français est largement reconnu pour sa qualité, il est même considéré comme le leader mondial du cuir en veau tanné⁵. La précision et l'excellence de la tannerie française, lui permettent de se démarquer dans un secteur en particulier, celui du luxe. Ce secteur ne connaît pas la crise, il est même en croissance constante, sa demande d'approvisionnement en peaux, notamment bovines, s'agrandit. Le problème est que la filière en amont se retrouve dans l'impossibilité de répondre à cette demande en hausse, et cela pour deux raisons, la diminution de notre consommation de viande réduisant de fait le cheptel français, et les défauts des peaux, d'origines mécanique et parasitaire. En effet, l'industrie du luxe s'est fondée autour des valeurs de l'exigence et de la perfection, d'où cette incompatibilité dogmatique avec l'idée de défaut. Le manque à gagner est colossal, on constate que presque 90 % des peaux françaises ne sont pas de premier choix⁶, la transformation de ces dernières n'est pas conforme aux standards du luxe.

Pour comprendre la nature de ces défauts, il faut regarder en amont de la filière, lors de l'élevage et de l'abattage. Les défauts d'origines mécaniques se manifestent par des trous, des griffures et des déchirures causés par différents facteurs tels que les fils barbelés, les buissons épineux, les coups de cornes, ou encore l'habillage — étape consistant à séparer la peau de la carcasse. Les défauts d'origines parasitaires eux sont multiples, du varron à la teigne,

en passant par les tiques et la gale, certains présentent la particularité de n'apparaître qu'après un travail de rivière, soit les premières étapes du procédé de tannage, au beau milieu du processus de transformation de la peau. François Arnal, ancien classeur de peaux de la tannerie Arnal déclarait dans un article : « On achète les cuirs à la pièce sachant qu'un semi-remorque en contient environ 1 500 mais on ne sait pas ce qu'on va avoir avant d'avoir enlevé le poil.⁷ » Pourquoi tant de stigmates ?

Le problème tient du fait que les éleveurs ne sont pas rétribués sur la qualité des peaux qu'ils fournissent, contrairement à ce qui peut par exemple être fait en Irlande, où le taux de peaux de qualité atteint les 65 % contre un peu plus de 10 % en France⁸. En 1999 a été mise en place une *Charte des bonnes pratiques de l'élevage*, initiative qui s'accompagne aujourd'hui d'un travail de sensibilisation et de communication auprès des éleveurs, notamment sur la question de la vaccination. Obtenir un meilleur taux de transformation des peaux en cuirs qualitatifs est devenu l'un des enjeux majeurs définis par la filière française. L'objectif est de passer à un taux de transformation de l'ordre de 30 % pour pallier le manque d'approvisionnement quantitatif en peaux. Les peaux de second choix, bien qu'elles soient défectueuses, ne sont pas inutilisables, elles sont en fait, soit mises de côté, soit exportées ; il paraît dommageable de ne pas profiter localement de cette ressource de proximité qui malgré tout reste honorable. Celle-ci pourrait répondre à des besoins jusqu'ici comblés par des matériaux de synthétiques dans divers contextes, seulement ces transferts ne sont pas encore ciblés ou bien non facilités.

7

Source : ladépêche.fr,
« Le Monastère.
Tannerie Arnal, un
métier dans la peau »
article du 14/04/2014.

8

Source : Web-agri.fr,
« En Dordogne,
des éleveurs sont
rétribués pour les
cuirs de bonne
qualité » article
du 02/12/2013.

Peau défectueuse.

L'épiderme peut être marqué à vie par des maladies infectieuses telles que la gale, comme par des blessures d'origines mécaniques. ©Marin Thuéry



Le stockage des peaux brutes, tannerie Pechdo, Millau.
©Tannerie Pechdo

Tentons alors de prendre ce problème à l'envers, n'est-il pas envisageable de valoriser le potentiel de singularité des peaux déclassées dans la création ? L'atout premier de ces marques est qu'elles apparaissent comme représentatives de l'héritage et du témoignage de la vie de l'animal. De nos jours, on peut regretter l'absence de cette dimension d'héritage perceptible, de toute production moderne, nous pouvons d'ailleurs citer Olivier Rey qui confirme cette disparition : « Dans cet effacement de toute trace d'une intervention humaine dans les objets machinofacturés (allant de pair avec la disparition, dans ces mêmes objets, de toute trace de la forme naturelle de la matière que travaillait l'artisan) [...] on tient une des sources de ce qu'Anders appelle la honte prométhéenne : le sentiment d'étrangeté et d'infériorité, conscient ou inconscient, qui s'empare de l'individu devant certaines productions qui n'ont plus rien de commun avec ce que la nature ou un être humain, aussi expérimenté soit-il, est à même de réaliser.⁸ » **La valeur atypique d'une peau défectueuse, apparaît donc comme porteuse pour un déploiement différent du cuir, dans une typologie d'objets sensibles, d'objets signe. En effet, le défaut, la marque et le stigmate sont gages d'une naturalité assumée et revendiquée, en cela ils peuvent constituer une valeur ajoutée dans la production de biens en cuir. Il faudrait pour cela aller au-delà de la norme esthétique mise en place par l'industrie du luxe, ce qui veut donc dire de s'écarter de ce domaine-là, et de proposer autre chose, comme la fait Rebecca Asquith, en exaltant le défaut au travers d'une série de pièces de mobilier tel que le tabouret *Butt 2041*. Ainsi pourrait-on imaginer faire rentrer ces peaux dans de nouveaux circuits de production locaux, sans pour autant concurrencer les secteurs historiquement associés au cuir français tels que celui du luxe.**

En ce sens, faire le choix du cuir dans une démarche en design, nécessite de questionner tant les usages que les besoins pouvant faire du cuir un acteur majeur pour demain.



Butt 2041, Rebecca Asquith, 2013.

Les parties défectueuses du cuir, où il est plissé, inégal, sont justement sélectionnées pour être mis en valeur. © Rebecca Asquith

III.

QUELS STATUTS POUR LE CUIR DANS LA PRODUCTION DE DEMAIN ?

Qu'est-ce qui, désormais, dans notre consommation, rythme le choix du cuir ? Dans un contexte de remise en question de l'idéal du progrès et d'artificialisation du monde, un besoin naturel de retour aux sources s'est exprimé dans la production par la notion d'authenticité. C'est sous cette étiquette du vrai et de l'authentique que le cuir semblerait être bien souvent inscrit aujourd'hui...

« Toute la vie des sociétés dans lesquelles règnent les conditions modernes de production s'annonce comme une immense accumulation de spectacles. Tout ce qui était directement vécu s'est éloigné dans une représentation.¹ »

1

Debord G.

La *Société du spectacle*,
Gallimard, Paris, 1996,
p.15
.

{ A. Le mirage de l'authenticité }

De façon récurrente on retrouve aujourd'hui dans le commerce les produits en cuir, quels qu'ils soient, vendus sous la facette de l'authenticité. Le cuir serait donc un matériau authentique, un matériau vrai, naturel, certifié, ancien... À vrai dire, il paraît difficile de définir cette notion-là tant elle semble polysémique. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, cette notion n'est apparue que récemment. Ce n'est que dans un contexte d'après guerre, en pleine émergence du phénomène de société de consommation, qu'est né un besoin d'authenticité tel qu'il est décrit par l'ethnologue Jean-Pierre Warnier : « L'émergence récurrente du besoin d'authenticité caractérise sans doute notre temps. Il peut être porteur des signes du repli, de l'inquiétude face à un avenir incertain, voire même face à un présent sans repère.² » Ce besoin est symptomatique d'une perte de repères initiée par la « magie du progrès » et du déficit de matérialité identifiable qu'elle amène par le biais de l'artificialisation de notre environnement. Face au manque de lisibilité de l'objet moderne, est apparu en opposition l'objet authentique. Cette notion, dont à découler le verbe « authentifier » fait référence aux origines de l'élément auquel elle est associée, par sa véracité, sa naturalité, et surtout par l'intérêt porté à l'auteur et à la propriété. L'objet authentique nous appartient, il est « une part de nous-même » et il s'inscrit dans notre identité.

Jouant ainsi de subjectivité, cette notion a rapidement été adoptée par la société de consommation contre laquelle elle semblait s'élever. On peut

2

Warnier J-P.
Dans Industries
Française de
l'Ameublement,
Authentik,
« Authentique ?
Facettes, détours
pièges et paradoxes »,
Les Villages,
Paris, 1995.

3

Crawford M.
op.cit, p. 81.

4

McLiam Wilson R.
op.cit, p. 8.

désormais parler de mythe de l'authenticité tant celle-ci prend des formes diverses sur un marché où elle est devenue un argument de vente pour une consommation distraite : « Je suppose que la plupart des gens sont plus ou moins conscients de la différence entre engagement actif et consommation distraite. Et de fait, cette conscience est utilisée comme un argument de vente supplémentaire par les publicitaires, qui connaissent fort bien notre aspiration à une forme d'authenticité perdue dans nos rapports avec les choses. Ils savent que nombre de consommateurs ont la nostalgie des pratiques focales suscitées par certains objets, ceux qui "unifient notre univers et projettent du sens."³ » L'authenticité fait sens, ou du moins une projection imagée, rêvée, du sens – comme le soulève Matthew Crawford – chose précieuse dans une société de surinformation et de nouvelles technologies comme celle dans laquelle nous vivons. Robert McLiam Wilson nous décrit d'ailleurs comme tel : « Tout fanatiques de connectique, junkies du wi-fi et barrés de la 3G que nous sommes, nous aspirons au vrai, au primitif, à du vieux. Nous rêvons de réel, de choses qui échapperaient au filtre des franchises et portails commerciaux. Nous voulons du « comme avant », du jadis. Nous nous languissons du non mécanique, du pré-industriel, du post-industriel. Nous sommes des pèlerins en quête d'autrefois, d'authentique, d'individualité.⁴ »

Ainsi se pose le paradoxe de l'authenticité vraie, car si celle-ci se veut personnelle et identitaire, elle est devenue une valeur marchande, or la marchandise elle, en rentrant dans un circuit de distribution devient universelle. Par exemple, on détermine le cuir comme un matériau authentique, moteur d'un rattachement de l'homme moderne au naturel et à l'animal. Or, la figure de ce lien est atténuée par la transformation de l'essence même de ce que représente la peau, en un bien marchand. Ce lien est à l'image de ce qu'avance plus loin

Robert McLiam Wilson : inoffensif. Je rajouterais même à l'image de ce dont on souhaite s'échapper : virtuel. Pour autant, l'authenticité est-elle nécessairement une valeur galvaudée de notre société ? Si nous prenons l'exemple de l'individu dont nous parlions précédemment, celui qui prend les choses en mains (transgressant la limite du schéma culturel de notre rapport contemporain à l'animal vers une primitivité retrouvée) est lui dans une démarche authentique. En décidant de transformer lui-même sa peau en cuir, il se retrouve face à la mort de l'animal, face à la résistance d'une matière qu'il s'approprie, en devenant pleinement acteur d'un rituel sauvage. Telle semble être la dimension réelle s'il en est, de l'authenticité, et de l'imaginaire sur laquelle ses valeurs se sont construites.



Cow chair, Niels Van Eijk, Droog, 1997.

Chacune de ces chaises exprime la singularité de l'animal duquel elle provient. La peau n'est pas traitée, pas tannée mais simplement trempée dans l'eau et compressée dans un moule en bois jusqu'à son séchage. © Robaard/Theuwkens

{ B. La place du cuir dans la redéfinition du progrès }

Comme nous avons pu le voir en introduction, l'idéologie du progrès à tout prix, persistante durant plusieurs siècles, nous a menée à un point de rupture. Son objectif premier, allant de pair avec l'amélioration du cadre et des conditions de vie humaine comme de celles de la production, nous a conduit à des dérives notamment environnementales et sociales. Après une période de révélation et de contestation des effets du progrès⁵ initiée dans les années 60 – 70, arrive le temps de sa redéfinition. Il paraît nécessaire de donner une nouvelle proposition du « produire et du vivre avec l'objet », en reconnectant le progrès et sa définition originelle, bienveillante, en rendant la production durable. Si une nouvelle définition du progrès s'impose, comment peut-elle être caractérisée ?

Le philosophe Pascal Chabot dissocie dans le progrès, deux nuances que sont le progrès utile, et le progrès subtil. Le progrès utile, de l'ordre de la technique, du matériel, est à considérer de façon connexe au progrès subtil de l'ordre lui de l'intime, ou encore à un progrès social propre au bien vivre ensemble. C'est parce que nous avons eu une obsession du progrès utile, que le monde s'est condamné de lui-même. Ainsi d'après Chabot : « L'enjeu est dès lors de parvenir à articuler progrès utile et progrès subtil, de trouver les manières dont ces deux sphères liées, et répondant cependant à des logiques différentes, peuvent interagir, s'influencer mutuellement, coexister.⁶ »

Le design en tant que pratique se globalisant, et historiquement au cœur de la problématique du progrès, semble la mieux armé pour réaliser ce pont

5

La pratique du design est elle aussi remise en question, notamment par la publication en 1971 de *Design for a real world*, du designer Victor Papanek. L'ouvrage souligne l'importance d'initier une pratique du design responsable vis-à-vis des enjeux de la planète.

6

Chabot P.

« Que reste-t-il du progrès ? » in Grand-Hornu Images, *In Progress : Le design face au progrès*, Monografik éditions, Blou, 2010, p. 45.

8

Branzi A.
op.cit, p. 36.

entre utile et subtil. En effet le design a démontré qu'il peut porter des projets d'innovation avec un regard sensible et axé sur les utilisateurs même, sur leur environnement, et les systèmes qui les entourent, Andrea Branzi définit d'ailleurs ces nouveaux enjeux du design : « Les jeunes témoignent donc d'une nouvelle urgence de réformes qui dépasse l'ancien schéma selon lequel on ne peut changer le monde que par des macro-entreprises politiques et des super-projets globaux ; bien au contraire, nos étudiants croient (et nous le croyons également) qu'il existe actuellement une nouvelle possibilité d'améliorer le monde à partir de ce qui est infiniment petit, apparemment superflu, et à partir de l'esthétique du quotidien. C'est bien là que réside le destin du design.⁸ »

Le cuir peut-il apparaître comme cet « infiniment petit », cet « apparemment superflu », ou doit-il être balayé par les designers de la production de demain ? La question peut-être étendue à d'autres matériaux issus de ressources naturelles car, en effet, d'une relation de contemplation à la nature, nous sommes passés dans l'ère du progrès, à une relation d'usage et de connaissance. Au fur et à mesure nous nous sommes éloignés de cette nature et de tout ce à quoi elle se rapporte, y compris les matériaux d'origine naturelle qui ne subvenaient plus à notre soif de nouveautés. Ainsi le cuir a été mis de côté dans la production, et n'y est réapparu qu'au travers de la contestation du progrès, sous l'égide de l'authenticité.

Si le progrès dans sa nouvelle définition se base sur des procédés soutenable pour l'environnement, l'industrie du cuir a-t-elle alors sa place ? S'inscrire dans la filière cuir ne veut pas dire participer à une démarche contraire aux enjeux environnementaux. Au contraire, le designer pourrait accompagner par

sa démarche, la politique écologique mise en place par la filière. Des projets pourraient par exemple être lancés dans la revalorisation des déchets et des rebuts produits par la filière. Les chutes de cuir sont inévitables, et ce à différents stades de la filière. Cela représente une part considérable de matière destinée à être jetée. Le déploiement de ce matériau peut aussi être repensé autrement : le fait d'utiliser les peaux défectueuses ne permettrait-il pas de trouver une alternative durable et plus abordable au secteur du luxe ? À l'heure où les substituts au cuir proviennent de l'importation, le fait de favoriser un matériau local, et donc un circuit plus court, serait déjà en soi un acte de progrès.



Skin collection, Pepe Heykoop, 2011.

Une fois dépecée la peau de l'animal n'a forcément pas une forme standardisée, il faut recouper dedans, ce qui crée inévitablement des chutes. Pepe Heykoop fait fi des standards, il utilise les chutes telles quelle pour recouvrir toutes sortes d'objets. ©Pepe Heykoop

{ C. Dynamique novatrice et matériau à rebours : une relation conflictuelle ? }

Le cuir de par son origine animale et son histoire ancienne, a une connotation d'élément archaïque. Il est associé dans la production à la tradition, à l'artisanat et à l'ancien temps, lorsqu'il n'est pas en plus de ça, traité avec une patine pour simuler un effet vieilli. Il est pour ainsi dire catalogué dans la case du « vintage ». Ce constat exclut-il pour autant le cuir de toute démarche d'innovation ? Il faut avant tout s'intéresser à l'étymologie du mot innovation. Celui-ci renvoie au mot latin *innovare* qui est composé du verbe *novare*, qui veut dire changer, inventer, renouveler, mais aussi du préfixe *in*, qui indique un mouvement vers l'intérieur. Ainsi l'innovation peut être comprise dans un sens de renouveau, comme de renouvellement et du fait de « revenir à ». L'innovation relève ainsi d'une mécanique d'extériorisation, d'un processus visant à s'écarter d'un cadre établi. D'ailleurs, ce terme est à replacer dans un contexte, par exemple, pour l'ex-président de l'Union Européenne de l'Ameublement Rodrigo Rodriguez : « L'innovation d'aujourd'hui n'est pas celle d'hier. Ce n'est pas la recherche de formes de langages esthétiques nouveaux, ce n'est même pas la recherche exclusive de nouveaux matériaux ou de nouvelles technologies, mais – c'est la suggestion que je ferai à mes amis fabricants de meubles – de proposer des meubles qui donnent le sentiment d'être vivants, amicaux, tout en répondants aux exigences de l'acheteur.⁸ » Dans ces différentes interprétations de l'innovation, il semble se dégager une tendance, exprimée par une transition vers une

8

Rodriguez R.
Dans Industries
Française de
l'Ameublement,
Authentik, « Entretien
avec Rodrigo
Rodriguez », Les
Villages, Paris, 1995.

innovation moins perceptible dans l'objet, que dans sa relation avec l'utilisateur. Cette mutation est par exemple perceptible dans la philosophie prônée par le Slow Design ou les notions de temps, de durabilité, et de vie, sont primordiales.

Une fois cette mise au point faite, les matériaux séculaires tels que le cuir apparaissent tout à fait légitimes au cœur de dynamiques d'innovation. Ces derniers ont une fonction de signe, ils marquent un héritage, qu'il soit temporel ou sensible, sur lequel il est possible de jouer sans pour autant tomber dans une catégorisation de l'objet comme étant « traditionnel ». Cette opposition entre tradition et innovation n'est d'ailleurs pas justifiée, il s'agit là d'une opposition morale. Pour souligner ce propos, citons Jean Baudrillard, qui dit de ces objets primitifs, singuliers, anciens – s'apparentant à l'image du cuir dans la société – que : « Ils semblent contredire aux exigences du calcul fonctionnel pour répondre à un vœu d'un autre ordre : témoignage, souvenir, nostalgie, évasion. On peut être tenté d'y voir une survivance de l'ordre traditionnel et symbolique. Mais ces objets, tout différents qu'ils sont, font partie eux aussi de la modernité, et prennent là leur double sens.⁹ » Ainsi, de nombreuses démarches de création usitées dans les domaines du design et de l'ingénierie, ont démontré qu'il était parfois porteur de s'emparer de la nature primitive (biomimétisme) comme de la tradition et des particularismes locaux (design vernaculaire), pour en extraire des concepts qui une fois actualisés et transférés à l'industrie, produisent une innovation intelligible. Philippe Louguet, architecte et professeur ; conforte notre idée que l'ancien puisse se mettre au service du nouveau par ces quelques mots : « Relativement

9

Baudrillard J.
op.cit, p. 103.

à la question du rustique et du style, qu'est-ce que créer ? Il est clair que les créations moderne et contemporaine n'ont que rarement été étrangères à cette question : les modernes se sont nettement inspirés du « primitif », si ce n'est ouvertement du rustique, tandis que certains contemporains reposent la question du style à travers les tentatives de résurrection d'une grande variété de typologies de meubles disparues.¹⁰ » **L'innovation n'admet donc pas de règles établies quant à l'ancrage temporel et l'héritage primitif d'un élément. Cette matière animale qu'est la peau et ce matériau séculaire qu'est le cuir, représente autant des éléments du passé, que de l'avenir.**

Enfin, le cuir présente un intérêt particulier pour l'innovation, en l'image de sa filière fortement implantée sur le territoire. Les savoir-faire uniques dont bénéficie la filière française peuvent constituer une base de connaissances et de pratiques d'excellence, vectrice de projets novateurs, et exploitable dans la pratique du design. La récente création de pôles cuir en Aveyron et en Limousin est le reflet d'une volonté d'ouverture et de valorisation de la filière pour en faire émerger des innovations. Pour cette raison, la filière française du cuir semble être un terrain fertile pour l'enrichir d'une démarche en design, qui pourrait répondre aux problématiques auxquelles elle doit faire face et aux principaux enjeux qu'elle entrevoit.

Ainsi s'offre au designer la possibilité, outre le fait d'expérimenter par lui-même dans une démarche d'authenticité, de s'appuyer sur le savoir-faire d'une filière. De plus, par sa pérennité et le potentiel qu'offrent les rebuts et les déchets de sa transformation, le cuir semble pouvoir s'inscrire dans une production durable et responsable.

IV.

**RÉHABILITER
L'INSIGNIFIANT**

{ A. Une ambivalence de positionnement }

Si l'on jette un œil à la production de biens en cuir, nous trouvons d'un côté les produits haut de gamme, pour ne pas dire de luxe, et d'un autre côté les produits bas de gamme, majoritairement d'importation. Difficile malgré l'abondance de produits, de trouver un juste milieu entre production de qualité et prix de l'ordre du raisonnable. Ainsi, pour des foyers modestes, le seul moyen d'acquérir du cuir est de se tourner vers des produits de qualité moindre, qui plus est, à l'impact écologique plus que douteux. Ce problème, bien que résolument nouveau, est venu forger une image du cuir comme étant un matériau de luxe, prodiguant à son porteur, ou acquéreur, un certain statut social.

Loin de condamner le luxe, il faut lui reconnaître son importance pour la filière cuir française. Les grands groupes tels que LVMH ou Hermès pour les plus connus, avec leurs filiales, permettent de réaliser la plus grosse part du chiffre d'affaires de la filière. Ils constituent pour les tanneries, les clients les plus lucratifs, bien qu'ils soient aussi les plus exigeants. Face à la crise et à la dynamique descendante des savoir-faire manuels, le luxe représente ce repère insubmersible sur lequel pourra toujours s'appuyer la filière cuir.

Le secteur du luxe semble ainsi tout aussi important pour le cuir français, qu'il en est dépendant, difficile en effet pour lui de trouver des peaux transformées en cuir d'extrême qualité dans d'autres pays. Une fois cette association faite, il paraît opportun de se demander ce

qu'est vraiment le luxe ? Si certains le voient comme un marqueur, faisant foi d'une notion de rareté, de préciosité, ou de coût élevé, d'autres le catégorisent comme un synonyme d'excès et de superficialité. C'est cette dernière vision qui anime William Morris à travers les propos suivants : « *Qu'apporte le luxe, si ce n'est une insatisfaction malsaine à l'égard des joies simples prodiguées par notre douce terre ? Le luxe n'est que la distorsion de la beauté naturelle des choses en une laideur perverse, apte à satisfaire l'appétit blasé d'un homme qui n'en est plus un, puisqu'il ne travaille plus ni ne se repose.*¹ » Cet avis très tranché que portait William Morris repose pourtant sur un fondement juste, la peau est une denrée naturelle, fournie abondamment par l'élevage, or le fait de renier les défauts les plus infimes et de sélectionner des cuirs par critères de perfection n'a de ce fait rien de naturel. Le cuir est pour ainsi dire une matière épidermique en tout point. Au sens propre du terme, il est un dérivé de la peau, de l'épiderme, et au sens figuré, il nous apparaît comme revêtant une certaine superficialité. Si l'on veut être objectif en prenant aussi en compte ce qui est luxueux comme étant le témoignage du rare et du précieux, alors nous nous retrouvons devant un contresens. L'abondance de la matière première qui donne le cuir ne justifie pas son image de luxe. Cette image pourtant récurrente est faussée, on rajoute parfois du cuir à des produits pour donner un aspect haut de gamme, alors qu'il est en réalité une matière commune, produite à grande échelle.

1
Morris W.
op.cit, p. 66.

Ce positionnement donnant la priorité au luxe, n'est pas sans poser quelques problèmes. Comme nous avons pu le voir par ailleurs, à cause de l'exigence croissante des secteurs du luxe, la majeure partie de la production française de cuir a du mal à être valorisée localement, et se destine à l'exportation. Une production intégrant les cuirs français comme matériau pourrait-elle sortir de la sujétion du luxe ? En posant cette question d'une alternative plus abordable au luxe, il devient nécessaire de se pencher sur le marché. Il est en effet difficile de trouver aujourd'hui, comme cela pouvait être le cas pour les générations précédentes, des produits faits localement, au prix juste. Quelques créateurs et entreprises parviennent à tirer leur épingle du jeu, en trouvant la balance entre production locale de qualité et tarifs rationnels, bien qu'encore inabordables pour certaines bourses. C'est le cas de la marque *Bleu de chauffe*, maroquinerie fondée en 2009, qui a fait le choix de la traçabilité et de la proximité en privilégiant les ressources locales et le savoir-faire ancestral que lui offre le territoire du bassin millavois où elle s'est implantée. Bien loin des marges pratiquées par les groupes du luxe, ces entreprises implantées sur le patrimoine local, sont tout de même dans une certaine exclusivité du haut de gamme.

On peut ainsi voir naître un nouveau doute : au vu de l'abondance du matériau et de son manque de valorisation locale, l'association systématique entre cuir et production de luxe est-elle encore justifiée ? Pour répondre à cette question, il faudrait désormais mettre à jour ce qui - dans la production française actuelle - est à même de générer des pièces à des prix hypothétiquement acceptables.

C'est alors que la réhabilitation des sous-produits de la filière cuir évoquée précédemment prend tout son sens. Peaux déclassées, rebuts, chutes, rayures, nombreuses sont les matières premières non valorisées qui pourraient être potentiellement exploitables dans un nouveau circuit de production locale et plus abordable...



Étiquette Bleu de chauffe, 2013.

Chaque produit Bleu de chauffe est assuré d'une traçabilité allant jusqu'au nom de l'artisan noté sur le produit. © Bleu de Chauffe

{ B. Un problème de taille... }

Si valoriser les déclassés et sous-produits de la filière cuir n'est actuellement peu, voire pas pratiqué, c'est d'une part dû au fait que c'est le marché du luxe qui conditionne la filière, et d'autre part, qu'une telle opération comporte son lot de problèmes. Mais alors, s'ils existent, quels sont les freins au déploiement de ces ressources dans la production ? Répondre à cette question nécessite de bien distinguer les différentes catégories de sous-produits que génère la filière.

Il y a tout d'abord les cuirs déclassés. Qu'ils soient de quatrième ou cinquième catégorie, ces cuirs-là ont la particularité d'être défectueux. Leurs tares le plus souvent esthétiques font qu'ils deviennent insignifiants pour tous les secteurs du haut de gamme. Le philosophe François Dagognet explique bien cette aversion pour le défaut dans la production : « *Tout est mis en œuvre pour que soient réalisés des produits qui dissimulent leur fonds trop sombres et susceptibles de se craqueler [...] Comment ne pas être frappé par le fait que les Anciens cachaient déjà le matériau brut (tenu sans doute pour l'agent de l'irrégularité, du mal et du ténébreux) ?* » Chercher à gommer la moindre imperfection est donc un réflexe entré dans notre logique de production depuis bien longtemps. Cette ressource-là que forment les cuirs déclassés, semble donc exploitable à condition que cela soit dans une production qui assume l'anormalité du défaut en tant que normalité. Une valorisation locale permettrait de plus de diminuer l'empreinte carbone de cette filière considérée comme polluante, en remplaçant les traditionnelles exportations des peaux déclassées vers toute l'Europe mais aussi jusqu'en Asie et en Amérique.

2

Dagognet F.
Des détritits, des déchets, de l'abject,
Les Empêcheurs de
penser en rond, Le
Plessis-Robinson,
1997, p. 66.

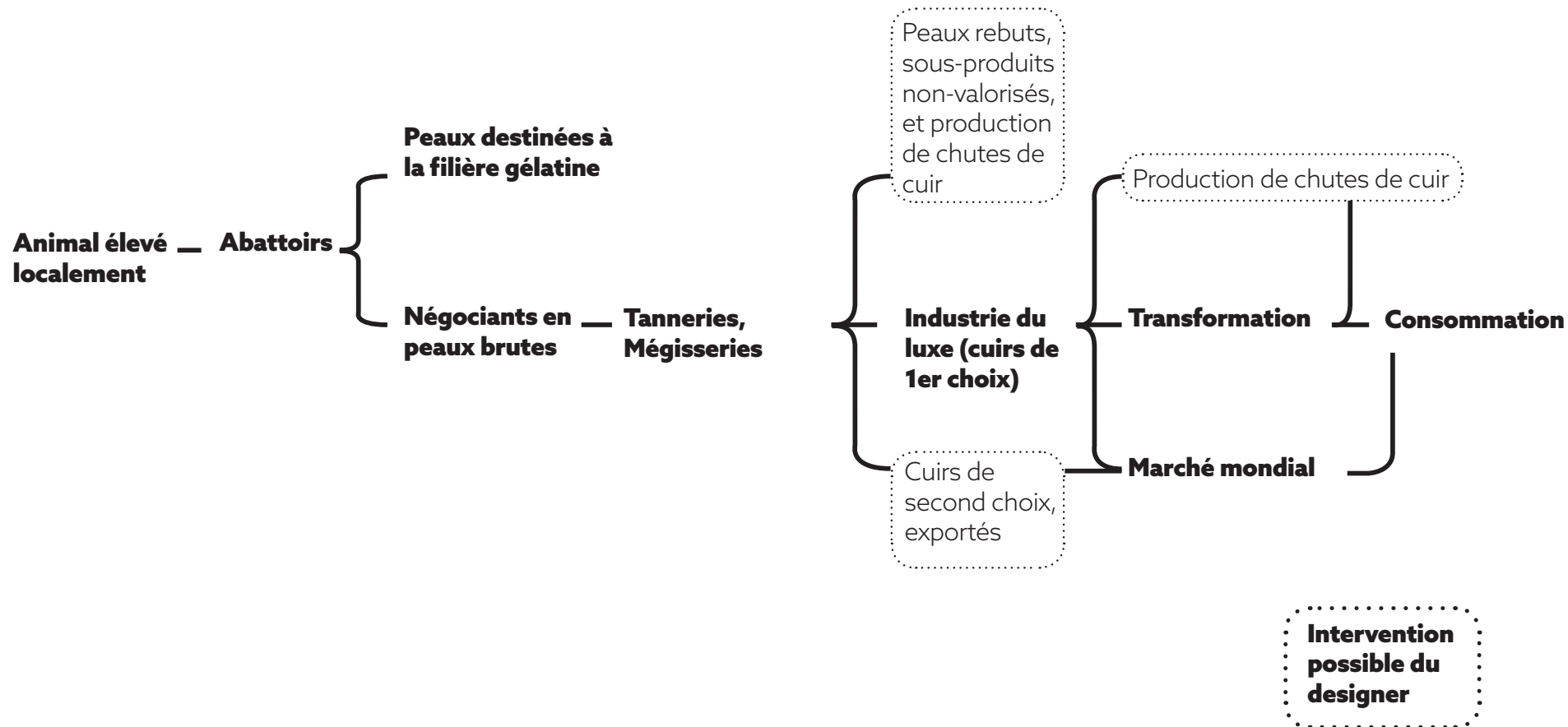
Viennent, dans un second temps, les rebuts de la production de cuir. On les retrouve sous formes de peaux entières ayant subi des problèmes lors des étapes de leur transformation, ou sous formes de chutes de tailles diverses, produites tout aussi bien par les tanneries que par les manufactures en amont de la filière. Cette seconde catégorie de ressources comporte des éléments souvent revendus à prix dérisoire, de façon à en être débarrassé avant qu'ils ne soient considérés réellement comme des déchets.

Enfin viennent les vrais détritits, les immondices rejetés par les tanneries et représentés par les rayures de cuir. Ces poussières issues du travail de dérayage du cuir, ne sont non seulement pas attrayantes à l'œil, elles se dissocient de l'image que l'on se fait du cuir bien qu'elles en soient extraites, et ont une odeur forte donnée notamment par le Chrome (toxique) qu'elles contiennent pour la plupart. Ces rayures sont produites en quantités industrielles, à tel point que ce sont plusieurs tonnes qui sont jetées tous les mois par les tanneries.



Les « restes de la filière cuir », 2017.

Et si l'insignifiant, le repoussant et le défectueux étaient réenchantés ?
©Marin Thuéry



Les matières non-valorisées de la filière cuir française.

Dans différentes étapes de la filière, nous retrouvons des ressources inexploitées. Ces matières qui constituent un poids mort pour la filière dans l'état actuel, peuvent se révéler être une aubaine pour rendre une production plus abordable.

Ainsi se pose pour le designer un premier problème. Si ces ressources présentent bel et bien un potentiel pour intégrer une production plus abordable, comment les faire accepter, et comment changer leur statut de matières insignifiantes ? Une barrière se dresse ici pour le designer entre ces matériaux particuliers et la façon dont ils peuvent être accueillis au sein de notre société de « puritanisme matériel, » une expression que nous devons à François Dagognet d'après lequel : « [...] s'ensuit aussi l'éloignement définitif pour tout ce qui rappelle le déchet et le disloqué : nos sociétés amplifient ce puritanisme matériel, comme s'il fallait partout nettoyer, éliminer et même brûler. Nous apercevons dans l'inconscient collectif les motifs qui fondent le clivage entre « les bons objets » et ceux qui sont damnés et condamnés (l'excrété, l'altéré, l'ordurier), tous pros crits³ ».

Pour ne plus souffrir d'une image dégradante due à leur statut de matière délaissée, il incombe au designer de faire le choix soit d'assumer pleinement cette esthétique du rebut et d'en faire un atout rendant sa production singulière, soit de faire en sorte que ces ressources-là soit transformées de manière à ce qu'on ne les reconnaisse plus sous leur forme passée, mais sous une nouvelle forme plus avenante.

Le second obstacle à la réhabilitation de ces sous-produits, est leur multiplicité. Ils ont une grande diversité aussi bien de natures, de couleurs, de formes, que de dimensions. Le cuir en lui-même est déjà un matériau complexe, Il n'y a pas un cuir, il y a autant de cuirs que de peaux par tanneries. Ceci est d'autant plus vrai pour les peaux déclassées qui ont des défauts, et les chutes et rebuts très variés. Travailler à partir de matières premières si différentes les unes des autres suggère une complexification des procédés de

fabrication, ou du moins un temps de main-d'œuvre beaucoup plus important. Le groupe Hermès réutilise par exemple les chutes issues de ses productions, au sein de son laboratoire expérimental Petit H. Les chutes y sont questionnées par des artistes et designers, mais ce modèle de production n'est pas viable financièrement, même impensable sans la puissance financière d'Hermès : « Habituellement, on dessine une forme, puis on cherche la matière la plus adaptée. Ici, le processus créatif est différent puisque l'on part des chutes pour imaginer les objets. Aux artistes de faire de cette contrainte une chance.⁴ »

Pascal Mussard, qui dirige Petit H, nous explique ici que leur schéma de production débute avec la prise en considération des chutes dans leur singularité, ce qui n'est évidemment pas louable pour une production qui se voudrait abordable. Si l'on souhaite alors rendre leur déploiement crédible financièrement, ne faudrait-il pas rendre leur transformation plus simple ?

Une simplification des procédés de fabrication implique pour le designer, de mener une étude approfondie de la matière, de la questionner, l'expérimenter. Par cette confrontation à la matière, il devient alors possible de la métamorphoser afin de générer à la fois de nouvelles textures, de nouvelles formes et de nouvelles techniques de transformation. Dans *les Gestes*, Villem Flusser explique le geste de création de formes nouvelles, par le choc entre formes établies et résistance du matériau : « Les mains sont créatives seulement si elles sont obligées d'élaborer des nouvelles idées, des prototypes, pendant leur lutte contre un matériau brut qu'elles viennent d'entendre.⁵ »

Atelier Petit h, 2011.

Petit H est une sorte de laboratoire expérimental pour le groupe Hermès qui y réutilise les chutes de ses productions. ©Christophe Urbain



Structural skin, Jorge Penadés, 2015.

Dans une démarche d'autoproduction, le designer réutilise des chutes de manufactures qu'il agglomère en un nouveau matériau solide afin de leur redonner une seconde vie. ©Brenda Germade

Ainsi face à la diversité, et l'irrégularité de ces matières brutes, s'offre au designer la possibilité de résister. Si l'on transférait par exemple ces matières vers une logique industrielle, se poserait alors le problème du calibrage. Dans le cas de notre réhabilitation des sous-produits du cuir, serait-il opportun de les transformer en de nouveaux éléments standardisés ? C'est la question que s'est en tout cas posée le designer espagnol Jorge Penadés, avec son *Structural Skin*. Sa méthode est simple, la standardisation du cuir s'effectue en deux temps. Les chutes de cuir récupérées sont placées dans une sorte de destructeur de documents afin d'être convertis en bandes de cuir de tailles similaires, ensuite ces bandes sont agglomérées et moulées, devenant ainsi une sorte de nouveau matériau solide. La standardisation représente une étape supplémentaire entre l'approvisionnement en matière et sa transformation. Cependant elle a le mérite de faciliter les étapes suivantes de production, tout en faisant passer au second plan l'aspect insignifiant ou repoussant du sous-produit à l'état brut.

Une transformation vertueuse des peaux de second choix, des rebuts, des déchets, semble être une bonne solution de valorisation, reste à déterminer quels pourraient être les acteurs qui pourraient bien se charger d'une telle mission ?



{ C. Déspécifier le cuir de sa filière }

6

Le cuir est un matériau tellement particulier, qu'il a donné naissance à une filière entière regroupant des métiers spécialisés qu'on ne retrouve avec aucun autre matériau (pareur, tanneur, etc.).

Au vu de la spécification⁶ de la filière cuir – qui se justifie de par la complexité de ce matériau unique, et les cahiers des charges toujours plus exigeants en termes de normes et de qualité, – une pleine valorisation des sous-produits du cuir par la filière elle-même est-elle envisageable ? Les tanneries et mégisseries conditionnées pour le marché du luxe, ne semblent ainsi pas être à même de réaliser elles-mêmes la transformation de leurs sous-produits, leur savoir-faire particulier n'est d'ailleurs pas adapté à de telles opérations. L'industrie française du cuir, en bout de chaîne elle, se consacre à des secteurs souvent réduits aux domaines du vêtement, de la maroquinerie et de la sellerie, où le cuir y est travaillé de manière, traditionnelle, sous sa forme telle quelle sortie de tannerie. Ceci laisse peu de place à un projet de réhabilitation qui traiterait le cuir sous des formes nouvelles utilisant peut-être des procédés de fabrication inédits. D'autant plus qu'aujourd'hui, rares sont les entreprises du secteur du cuir qui sont indépendantes. La plupart des tanneries et manufactures françaises sont désormais rachetées par les grands groupes européens du luxe.

Suite à ce constat, il semblerait opportun de prospecter en dehors de la filière cuir, mais œuvrer vers une déspécification de ces matières vers d'autres savoir-faire est-il vraiment envisageable ? Par « déspécification » il faut penser à une ouverture vers de nouveaux savoir-faire, qu'ils soient artisanaux où industriels. La manœuvre

permettrait de trouver des champs d'application, et des procédés techniques plus adaptés à nos sous-produits et leur transformation. Prenons l'exemple du projet *Lost and found* de la designer néerlandaise Judith de Graauw. Alors qu'une usine historique de chaussures en cuir tombait en désuétude, Judith de Graauw a eu l'idée d'associer le savoir-faire artisanal de l'usine, avec des procédés industriels d'injection plastique. En s'appuyant sur les spécificités d'un procédé antinomique avec la confection traditionnelle de chaussure, elle a réussi à donner un second souffle à un matériau qui était alors en perdition dans une production traditionnelle condamnée à s'effacer. Cette déspécification a donné lieu non pas à une nouvelle sorte de chaussure, mais à du mobilier, où le cuir prend un rôle nouveau, celui d'ossature, de structure.



Miss Judith, Judith de Graauw, 2004.

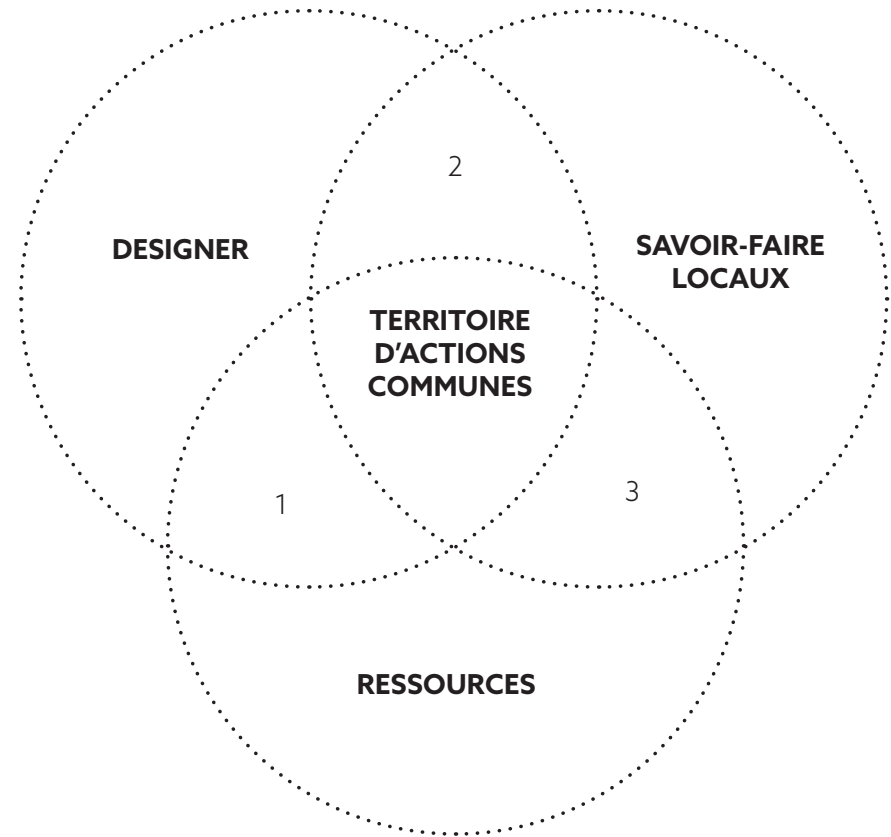
Le tabouret Miss Judith en cuir et Polyuréthane expansé, est la pièce principale du projet *Lost and Found*. ©DeMakersVan

Travailler le non-spécifique implique donc pour le designer de penser au-delà d'une démarche de projet classique. Il paraît nécessaire dans une telle optique, de penser un nouveau schéma mettant en perspective les différentes étapes de la déspecification.

Ainsi le designer s'ouvre à différentes possibilités, il peut dresser une sorte de catalogue des possibles, une palette témoignant de l'étendue des formes que peut prendre la matière, à l'image du travail effectué par François Azambourg pour *Intérieurs cuir acte II*, comme nous l'avons cité précédemment. Une telle démarche peut être entreprise pour réaliser un travail de fond, pouvant donner suite ou non à des productions co-réalisées entre artisans, tanneurs et designers.

Cet inventaire des potentiels offert par la ressource n'est pas une étape obligée, Il pourrait aussi être possible d'engager une démarche directe de co-réalisation avec les artisans/industriels, afin de développer les projets de manière poussée sur des matières ou techniques ciblées.

La filière cuir française est représentée par des zones de production bien réparties sur l'ensemble du territoire. Ces zones rassemblent divers savoir-faire, traditionnels ou industriels, mais pourrait-on les faire coexister à travers un nouveau type de production réhabilitant déclassés et rebuts de la filière cuir ? Répondre à cette question nécessite d'imaginer ces nouveaux schémas locaux de production, sortes de réseaux professionnels d'ateliers. L'étape de mise en relation s'avère ici indispensable, cependant est-ce vraiment au designer d'assumer ces tâches, ou nécessite-t-il l'appui d'organismes motivés ? Les résidences de designers en Dordogne, organisées par le Pôle des Métiers d'Art de Nontron, constituent un parfait exemple de réseau.



Nouveau schéma de production locale.

Différents acteurs forment ce schéma de production. Ils interagissent durant les différentes étapes de développement des projets.

Les designers sont libres de mener leurs projets qu'ils soumettent à différents artisans, suivant les capacités, et les maîtrises de ces derniers, des choix s'opèrent afin de mener des productions co-réalisées abouties. Ce système crée un cycle vertueux en donnant la possibilité au designer de s'exercer sur des terrains nouveaux, tout en mettant en lumière les pratiques des artisans locaux, et en générant un événement important pour la scène culturelle du territoire.

Un schéma inspiré par des initiatives locales de ce type, une fois appliqué au matériau cuir, permettrait outre le fait de valoriser les « restants » de la production – diminuant ainsi les exportations et les déchets générés – d'engager une démarche responsable dans la dynamisation de plusieurs secteurs d'activité d'un territoire donné.



Intérieur-Extérieur-Passage, Résidences de l'Art en Dordogne, 2014.
En 2014, le designer Samuel Accocebery était en résidence en Dordogne, où il a pu travailler avec les artisans locaux tels que Kristiane Hink, Alexander Hay et Benoit Obé. ©BernardDupuy

{ Déclassés et déchets, vers un inventaire des possibles }

La série photographique suivante témoigne de différentes phases d'investigations et d'expérimentations menées à ce jour dans l'étude des sous-produits de la filière cuir, ainsi que de leur potentielle transformation¹.

1

Photographies réalisées dans le cadre du Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués.
2017, © Marin Thuéry.



Cuirs d'agneaux déclassés, de finitions diverses



Série d'outils primitifs pour le travail du cuir



Peaux gravées tendues sur cadre



Mise en valeur des défauts de surface



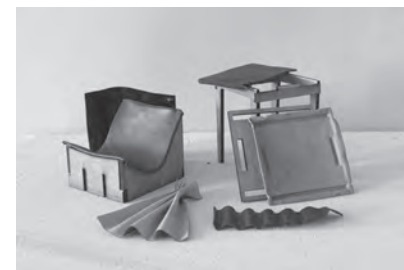
Utilisations techniques du cuir



Projection vidéo sur peau tendue



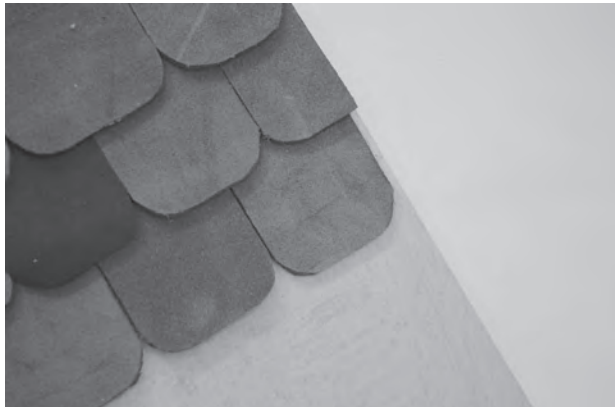
Cordeaux de cuir et tressages de chutes



Moulages de cuir bouilli ou contrecollé



Chutes de cuir agglomérées



Tuiles coupées dans des peaux de second choix



Rayures de cuir collées puis compressées



Chutes collées et compactées en briques

{ Conclusion }

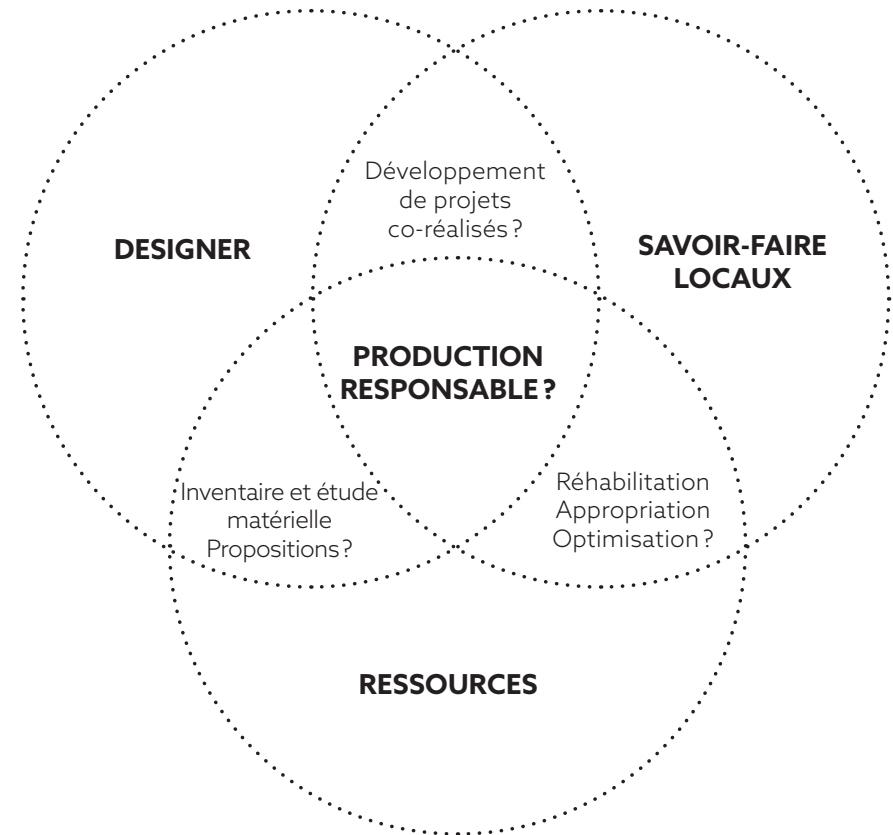
Valoriser la production de cuir en France n'apparaît pas comme une tâche aisée. La complexité de cette filière parfois au bord du péril, fait qu'il est nécessaire de cibler des leviers précis pour agir au mieux. En choisissant d'intervenir sur les sous-produits et déchets de la filière, on décide d'assumer ce qui est jusque-là caché, dissimulé, ou tout simplement mésestimé. Envisager le cuir comme une matière à penser m'a pourtant bel et bien amené jusqu'aux matières les moins nobles de sa production, en allant toujours au-delà du désintéressement général qu'elles invoquent.

Différentes questions se posent désormais dans ma recherche. Admettons qu'en dressant un « catalogue », ou inventaire des potentiels que nous offrent ces déclassés et rebuts dans un schéma de production locale, nous parvenions à répondre à plusieurs problématiques majeures touchant la filière française quel serait alors le rôle du designer dans ce dispositif nouveau ? Plusieurs possibilités semblent se présenter à lui dans la réalisation de prototypes, d'images, dans la proposition de techniques et procédés... Ce travail ne peut être le fruit cependant, que d'une démarche d'étude approfondie de ces matières, d'un point de vue tant technique, qu'expérimental et même idéologique.

Ainsi le choix d'opérer par le biais d'une démarche empirique semble s'imposer pour le designer. Ceci doit pouvoir lui permettre de tenir compte de champs de déploiement aussi vastes que possibles. Il lui resterait alors la possibilité de venir éliminer les fausses pistes et développer les plus porteuses dans une sorte d'inventaire.

Un tel travail pourrait s'effectuer dans l'optique de constituer un relais entre tous les acteurs de ce schéma nouveau, qui se verraient alors attribuer des rôles précis.

C'est dans une anticipation de ce potentiel schéma d'économie circulaire que réside désormais l'essence de ma recherche, aussi bien dans sa constitution, ses étapes de déroulement, que dans sa finalité...



Nouveau schéma de production locale.

Chacun des acteurs, dans ce territoire d'actions communes, doit avoir un rôle défini, afin de mener à bien une production cohérente.

{ Remerciements }

Plusieurs mois d'efforts et de réflexion ont été nécessaires à la rédaction de ce mémoire de recherche. Ainsi je souhaiterais remercier les personnes m'ayant soutenu dans cet exercice. Je remerciera donc particulièrement Laurence Pache et Julien Borie qui ont co-dirigés cet ouvrage en apportant leur aide et leur réflexion. Merci à l'ensemble de l'équipe pédagogique pour ses conseils et ses éclaircissements. Merci également à l'ensemble de mes collègues de promotion pour m'avoir supporté au quotidien et pour avoir rendu l'ambiance de la classe propice au bon déroulement de ces deux années de DSAA. Je remercie mes proches et amis pour leurs soutiens. Enfin je souhaite remercier la tannerie Arnal, ainsi que la mégisserie Lauret pour leur accueil bienveillant lors de mes visites.

{ Sources }

• BIBLIOGRAPHIE

Baillon, E.

(1989). *Un métier dans la peau : Le gant à Millau*. Millau : Maison de la Peau et du Gant de Millau. 96p. ISBN 2-503867-0-9

Baillon, E.

(1993). *La peau : Métamorphoses d'une matière touchante*. Rodez : Éditions du Rouergue. 191p. ISBN 2-905209-59-3

Baudrillard, J.

(1978). *Le système des objets*. Paris : Gallimard. 288p. (Collection Tel). ISBN 978-2-07-028386-6

Crawford, M. B.

(2009). *Éloge du carburateur : Essai sur le sens et la valeur du travail*. Paris : La Découverte Poche. 249p. ISBN 978-2-7071-8197-8

Dagognet, F.

(1997). *Des détritus, des déchets, de l'abject : une philosophie écologique*.

Le Plessis-Robinson : Institut Synthélabo pour le progrès de la connaissance. 230p. (Les Empêcheurs de penser en rond). ISBN 978-2-07-028386-6

Debord, G.

(1996). *La Société du Spectacle*. Paris : Gallimard. 209p. (Collection Folio). ISBN 978-2-07-039443-2

Descola, P.

(2005). *Par-delà nature et culture*. Paris : Gallimard. 792p. (Collection Folio essais). ISBN 978-2-07-046587-3

Fréger, C.

(2012). *Wilder Mann : Ou la figure du sauvage*. Paris : Thames & Hudson. 272p. ISBN 978-2-87811-386-0

Flusser, V.

(2014). *Les Gestes*. Paris : Al Dante + Aka. 350p. ISBN 978-2-84761-773-3

Manzini, E.

(1986). *La matière de l'invention*. Paris : Éditions du Centre

Pompidou/CCI. 216p. (Collection Inventaire). ISBN 2-85850-499-7

Morris, W.

(1894). *L'âge de l'ersatz : et autres textes contre la civilisation moderne*. Paris : Éditions de l'encyclopédie des nuisances. 113p. ISBN 978-2-910386-03-0

Rey, O.

(2014). *Une question de taille*. Stock. ISBN 978-2-910386-03-0

• PÉRIODIQUES ET CATALOGUES D'EXPOSITIONS

Grand-Hornu Images.

(2010). *In Progress : Le design face au progrès*. Blou : Monografik éditions. 208p. (Collection design). ISBN 978-2-36008-008-3

Industries Françaises de l'ameublement

(1994) *Autentik*. Liège : Pierre Mardaga éditeur. 143p. (Les villages 1995). ISBN 2. 87009-567. 8

Conseil National du Cuir

(2012). *Le livre blanc de la filière cuir*.

• DOCUMENTS AUDIOVISUELS

Iñárritu AG.

(2015). *The Revenant*, 2h35 mn.

Adt D.

Enquête d'ailleurs, saison 2 épisode 13, « Catalogne, la fête des ours », 26mn.

• ÉMISSIONS RADIO :

Stégassy R.

Terre à terre, « Vivre avec les animaux », France Culture, avec Jocelyne Porcher 19 octobre 2013

• WEBOGRAPHIE ET ARTICLES EN LIGNE :

L'actualité et l'information professionnelles de la filière cuir, [en ligne], consulté le 25 août 2016. http://conseilnationalducuir.org/Fédération_Française

de la Tannerie Mégisserie, [en ligne], consulté le 03 septembre 2016. <http://leatherfrance.com>

Vergonjeanne R.

« En Dordogne, des éleveurs sont rétribués pour les cuirs de bonne qualité », *Web-agri.fr* [en ligne], mis en ligne le 02 décembre 2013, consulté le 11 novembre 2016. URL : <http://www.web-agri.fr/actualite-agricole/economie-social/article/en-dordogne-des-eleveurs-sont-retribues-pour-les-cuir-de-bonne-qualite-1142-95830.html>

Bessou MC.

« Le Monastère. Tannerie Arnal, un métier dans la peau », *Ladepeche.fr* [en ligne], mis en ligne le 14 avril 2014, consulté le 02 décembre 2016. URL : <http://www.ladepeche.fr/article/2014/04/14/1863163-le-monastere-tannerie-arnal-un-metier-dans-la-peau.html>

Conception graphique : Marin Thuéry

Typographie : Freight Bold, Bold Italic, Light, Light Italic ; Azo Sans Bold, Bold Italic, Light, Light Italic

Papier : Cocoon 115 g ; Rives Sensation Gloss tactil 270 g

Imprimeur : Agi Graphic, La Souterraine

Mémoire édité à 12 exemplaires dans le cadre du Diplôme Supérieur des Arts Appliqués, spécialisé en Design Écoresponsable Option Design de Produits. Cité scolaire Raymond Loewy, La Souterraine, 2017.

Le copyright de chaque image du corpus appartient aux entreprises ou auteurs respectivement cités. Malgré les recherches entreprises pour identifier les ayants droit des images reproduites, l'étudiant rédacteur s'excuse pour les oublis éventuels et se tient à la disposition de personnes dont involontairement il n'aurait pas cité le nom.