

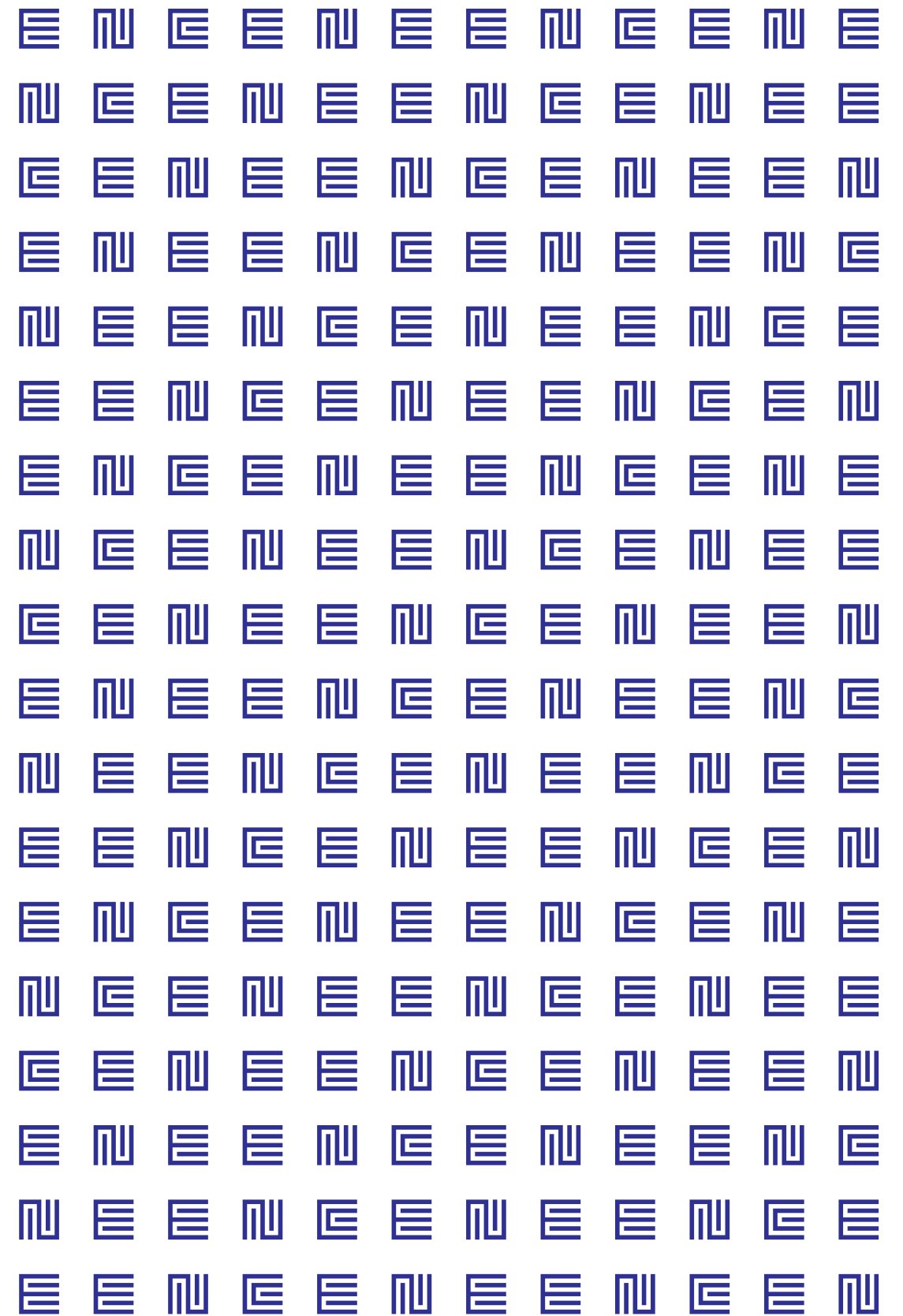
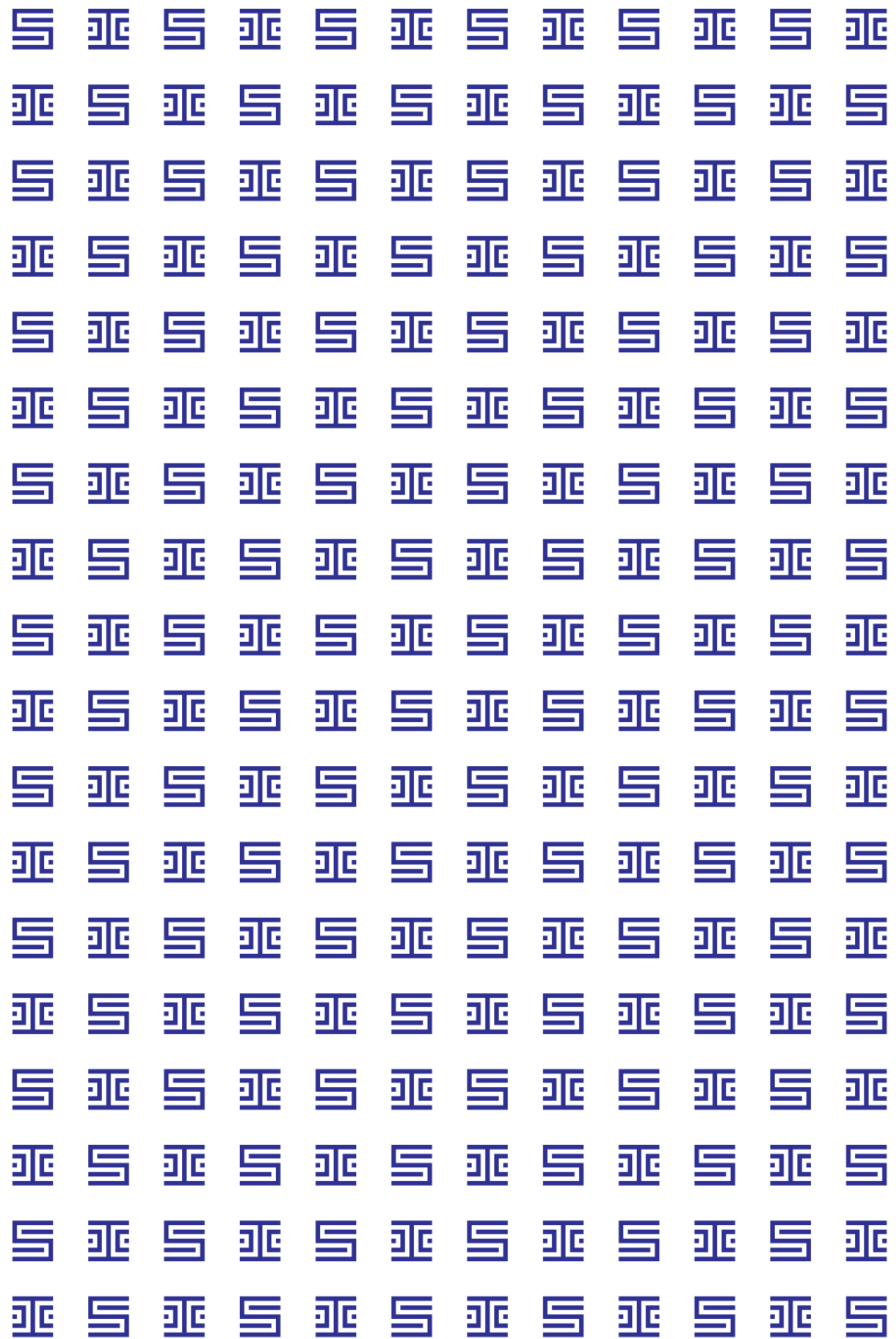
ENCÈNE

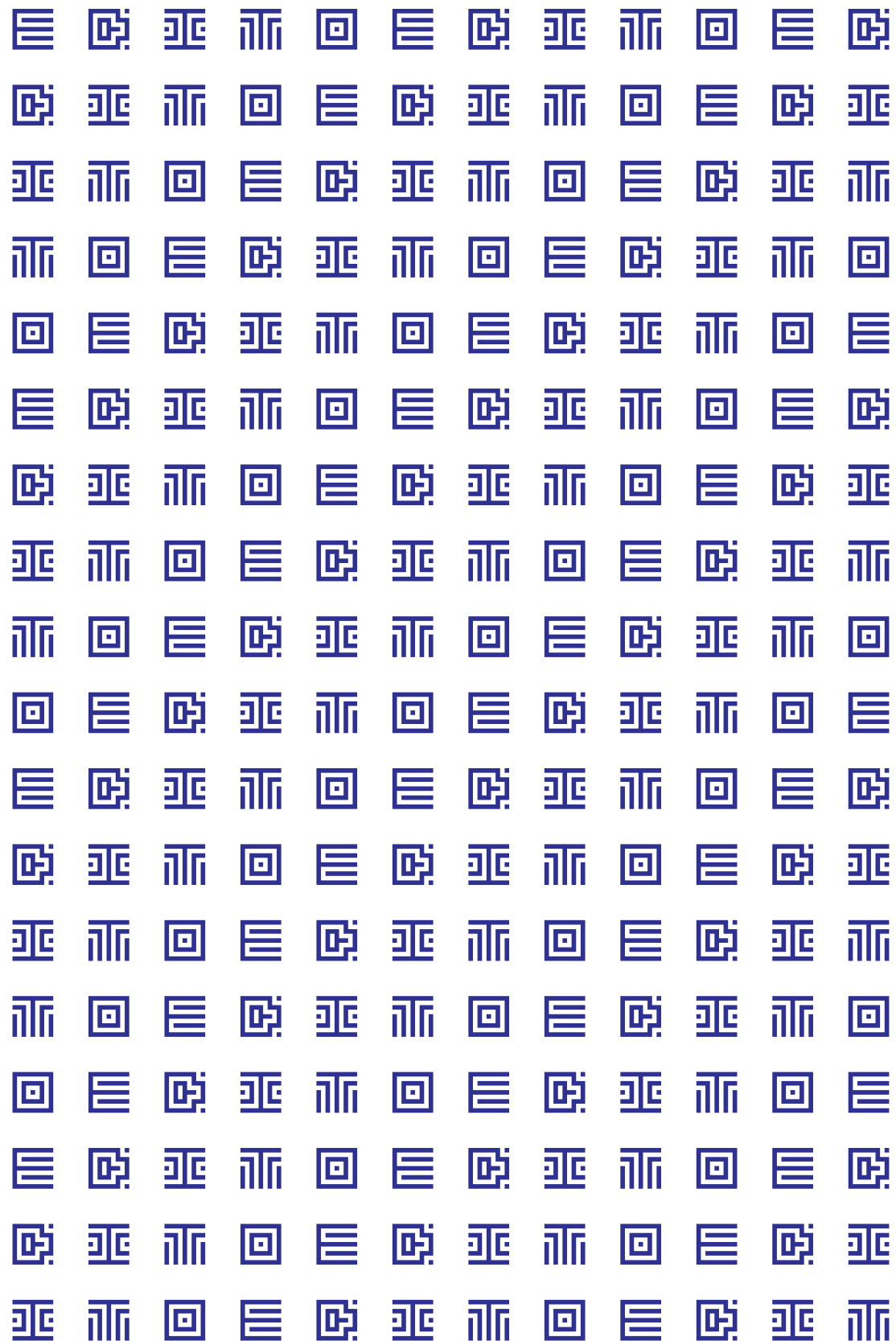
ENCÈNE

ENCÈNE

ENCÈNE

ENCÈNE





Édition éditio

Qui fait projet raisonne en si

Le **designer** est un grand formulateur d'hypothèses. Il perçoit, décortique, identifie, invente, formule : potentiellement, il jetterait devant ce qui adviendra demain, ce qui sera autrement, ce qui sera ailleurs. Nonobstant, Il pro-jette globalement dans un conditionnel pré-conditionné, habitué à accompagner la **notion** de progrès, ne s'en départant qu'en de trop rares occasions.

Or, **si** bémol il y a, c'est dans le conditionnement.

Nicola Nova¹ parle de « panne des imaginaires ». **S'il** assimile cette panne aux univers technologiques dominants qui réfléchissent les rayons divergents des projets de société et freinent les changements de paradigmes fondamentaux, nos hypothèses doivent s'acharner à faire projet de manière écologique en dessinant de nouveaux possibles désirables.

Le « **si** » du design écoresponsable débute par l'immense chantier des imaginaires, non pas celui des imaginaires plaqués mais des imaginaires fertiles éveillant le **désir** de bâtir un autre monde. Si le **design** est un obstacle à l'élimination des obstacles², pour paraphraser Vilém Flusser, c'est peut être parce qu'il n'a que trop peu exploré les alternatives au-delà de l'illusion du progrès. C'est peut être qu'il n'a pas encore suffisamment réfléchi à l'endroit et la manière de faire atterrir l'avion insensé qu'évoque Bruno Latour³. C'est certainement que le « **si** » nourricier a été placé offshore et donc que nous, designers écoresponsables, avons à le penser comme rayonnant au cœur du milieu et non comme extérieur et dominateur d'un environnement.

Plutôt qu'un **si** pour stimuler des désirs infinis dans un environnement clos, convoquons un **si** pour penser et reconquérir avec joie et espoir notre milieu fini.

Julien Borie

Enseignant Design

DSAA Design Écoresponsable

1. Chercheur en design, co-fondateur du Near Future Laboratory (agence de recherche et de prospective)
2. Vilém Flusser, philosophe et écrivain tchécoslovaque, citation issue de *Petite philosophie du design*, paru en 2002 aux éditions Circé, ISBN : 978-2-84242-145-8
3. Bruno Latour, *Où atterrir ? Comment s'orienter en politique ?* paru en 2017 aux éditions La découverte, ISBN : 978-2707197009



6

La dimension artisanale du design graphique
Graphisme
Collaboration

a b c d e f g h i
 n o p q r s t u v
 à á â ã ä å æ ø
 ê ë ì í î ï ñ ò ó ô
 ü ý ÿ ! ? @ &
 € £ ¤ ¥ ¦ § ¨

11

Hermaphrotype
Graphisme
Écriture inclusive
Égalité des sexes



17

Vers un avenir sinistre ?
Graphisme
Déforestation
Sensibilisation



25

Cyprès de nous
Agromatériaux
Biomorphisme
Éphémérité



30

Essentiel de bain
Minimalisme
Hygiène



35

Si les humeurs co-déterminaient l'architecture ?
Technologie
Innovation



41

Et si nous ne mangions plus ?
Fiction
Alimentation

La dimension artisanale du design graphique

Aude Mourin

Le monde de demain ne ressemblera en rien au nôtre, et il incombe au designer d'en esquisser les contours mouvants, de dessiner des suppositions, de construire des hypothèses. Le designer cultive en effet la faculté de projection qui, pour lui, est un outil permettant d'incarner des hypothèses et d'alimenter des imaginaires. Les designers peuvent concevoir des formes nous permettant d'imaginer, de réfléchir et de nous interroger sur un monde à transformer. Il est nécessaire de changer nos comportements, nos sociétés, et notre façon de consommer. À cette image, le design graphique devra aussi évoluer, à la recherche d'une façon de créer en adéquation avec le projet d'une société durable. Cette évolution est un tâtonnement permanent dans la structure créative qui doit inclure une forme d'indétermination ou plutôt d'exogénéité, si elle vise la disruption. Changer de paradigme ne passe pas obligatoirement par une forme avant-gardiste. Le design peut inviter d'autres protagonistes à participer ou encore renouer avec la dimension artisanale du métier. Il est temps d'oublier la vision ultra-marketée du design. Les enjeux de la discipline vont aujourd'hui bien au-delà et doivent répondre à des problèmes de société. C'est le pari de Formes Vives, un studio de graphisme français, notamment connu pour son travail d'affichage et de signalétique. En 2016, l'équipe crée une palissade pour le rucher du haras d'Annecy. Ce projet est un exemple signifiant de ce que le design graphique a à offrir comme potentialité pour induire un changement.



FormesVives - PALISSADE - 2016

Au bord du chemin qui mène à la ruche, on peut observer cette palissade constituée de panneaux de bois qui se dressent parmi les arbres. Les panneaux arborent des couleurs vives : violet, jaune, rouge, bleu... qui interpellent. En se rapprochant, on peut lire un lettrage manuel nous livrant le fonctionnement de la ruche. Ce texte peint à la main nous offre la lecture du geste tout en sobriété, un geste empreint de poésie et d'humilité. Bien que cet exemple puisse sembler paradoxal, le propos de Raymond Loewy est éclairant vis-à-vis de la recherche d'un design opérant la « réduction à l'essentiel ». Loewy affirmait : « il semblerait que le talent d'un créateur se mesure à sa capacité à parvenir à la simplicité. » Dans le cas du projet de la palissade, le visuel minimaliste est associé à des matériaux simples le rendant très accessible et compréhensible. Et si l'enjeu futur du design était l'accessibilité ? En l'occurrence, celle-ci se manifeste dans une forme de transparence visuelle qui livre directement sa composition au spectateur ; ce choix est une promesse

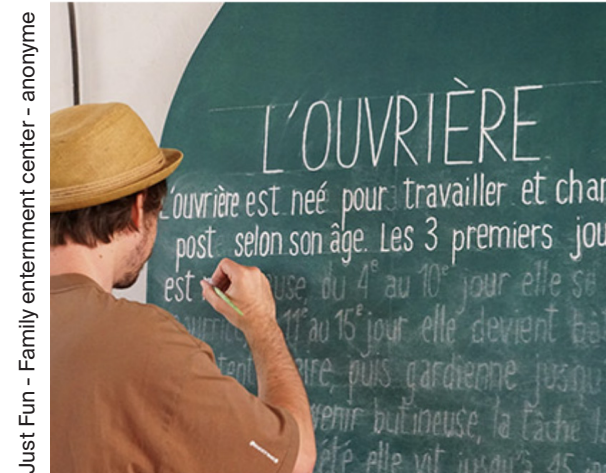
d'engagement écoresponsable et une sorte de contrat d'honnêteté avec l'observateur. Ce modèle nous livre sans détour ses ingrédients. À l'ère de la surabondance et de la surconsommation d'images, l'humilité et la simplicité de cette création agissent comme une forme de résistance.



FormesVives - PALISSADE - 2016



FormesVives - PALISSADE - 2016



Just Fun - Family entertainment center - anonyme

À l'ère de la surabondance et de la surconsommation d'images, l'humilité et la simplicité de cette création agissent comme une forme de résistance.

C'est aussi le postulat de l'exposition *Re-programming the City*, qui a eu lieu en 2014 au Danemark, et met en scène la recherche de nombreux designers autour de solutions répondant aux problématiques de nos sociétés actuelles. Toutes ces actions prennent place dans un contexte urbain déjà existant « d'opportunités non utilisées [...] avec de l'imagination et des initiatives qui peuvent être transformées en des solutions concrètes basées sur l'environnement existant » explique Scott Burnham. Lorsque l'on s'intéresse aux affiches de l'exposition, les couleurs sont semblables au projet de Formes Vives : du rose, du rouge, du vert et un orange vif. Une typographie linéale et des illustrations sobres et percutantes. C'est un graphisme simple, accessible et efficace. Les couleurs interpellent. Les slogans commencent par « what if ». Une fois de plus, la conjonction « si » est utilisée comme un outil que s'approprient les designers. Ici, c'est une invitation à l'action, à l'imagination et surtout, au changement. L'hypothèse proposée est ici accessible et semble simple d'exécution.

Il est nécessaire d'éclaircir cette notion d'accessibilité. En réalité, la production finale n'est pas très accessible d'un point de vue plastique à des non-graphistes. Ce qui



FormesVives - PALISSADE - 2016

confère un caractère accessible au projet, c'est son élaboration qui constitue une démarche inclusive, invitant des non-graphistes à venir apprendre la création de formes. En effet, l'une des principales caractéristiques du projet de palissade de Formes Vives est son caractère participatif. Pour la réalisation, l'équipe de Formes Vives s'est rendue à La Ruche et y a passé une semaine. Ils ont travaillé avec des enfants et des acteurs locaux, ce qui laisse à penser que le graphisme de demain découlerait de la sensibilisation et de l'implication des non-graphistes. Co-conçu avec des destinataires potentiels du projet, le design deviendrait-il un moment de vie ?

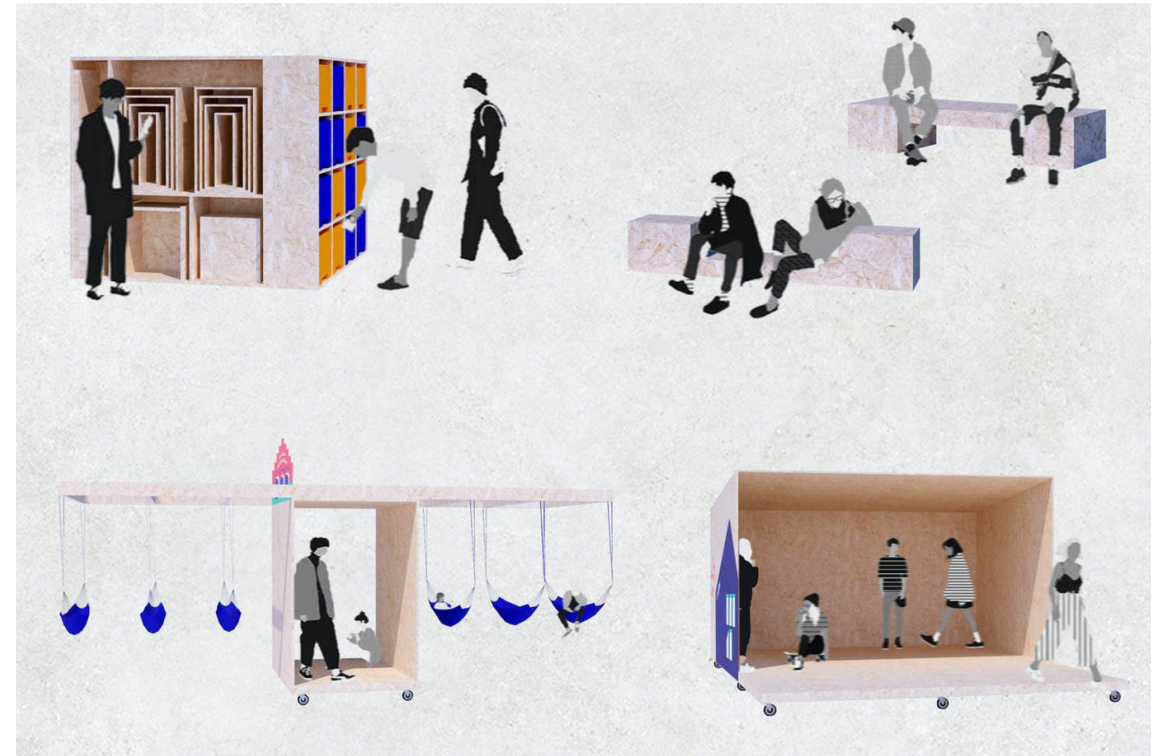
Le projet invite en effet à la collaboration et à la participation, fédérant autour de l'acte de création. Des personnes volontaires sont invitées à créer aux côtés de l'équipe du studio. Les ateliers avec les enfants, notamment, leur permettent de découvrir à la fois l'écosystème d'une ruche et le graphisme. Le design peut leur donner des outils pour exprimer leur créativité et leurs idées. Pour Formes

vives, le graphisme est une histoire collective, ne générant pas uniquement du visuel mais également du lien social. Sur leur site, les auteurs racontent le projet comme une histoire, nous immergeant dans sa construction : du départ en vélo à la rencontre des enfants jusqu'aux repas partagés. Cela donne une toute autre dimension au travail de graphiste. Ici, le projet se compose et admet une grande part de non-maîtrise liée à l'inclusion de citoyens curieux et désireux de faire ensemble. C'est cette posture hypothétique, liée à la liberté et à la non connaissance des graphistes de la forme finale, qui fait la force du projet.

Pour Formes vives, le graphisme est une histoire collective, ne générant pas uniquement du visuel mais également du lien social.

Ainsi, le collectif formule une hypothèse qui est ici une condition, car le changement pour une relation plus écoresponsable au monde ne peut être une action individuelle. Il faut que nous soyons tous impliqués. Cette approche systémique se retrouve chez Formes Vives pour qui le projet s'arrime depuis le départ à la ruche, à la récupération de matériaux et à la rencontre avec les enfants. Le graphiste n'est plus ici un créateur isolé dans son bureau, mais le concepteur de l'ensemble de son projet jusqu'à la fabrication.

C'est un travail de l'hypothèse développé autrement par les designers graphiques Sylvain Descazot et Mathieu Lautrédox. Ensemble, ils ont créé Les concasseurs et mènent depuis 2013 un travail de recherche sur le territoire qui les entoure. Ils exploitent le potentiel graphique de matières organiques et minérales notamment à travers la sérigraphie puis à travers le volume. Leur pratique s'inscrit dans un travail de cartographie sensible et leurs créations cherchent à restituer cette expérience de déambulation en pleine nature. Leur travail



Just Fun - Family entertainment center - anonyme



Lampes uniques - géolocalisée - Les concasseurs



Les concasseurs - site web du projet



471203N - 13415W ; 471202N - 13408W ; 471204N - 13416W - cartographie - Les concasseurs

est une rencontre entre la géographie, l'art et l'artisanat. C'est un processus expérimental dans lequel l'hypothèse et la recherche sont l'essence même de la production en design. Ils invitent ainsi à se questionner, à éprouver notre existence au sein de notre environnement par le biais de ces créations.

Le designer graphique travaille ici avec l'essence même des matériaux qui constituent son projet. La ré-introduction de la dimension artisanale dans le métier de designer graphique serait-elle la dimension qui le porte vers l'écoresponsabilité ?

Le projet de Formes Vives se distingue aussi par son processus de fabrication. Les matériaux n'ont pas été choisis au hasard. Il s'agit de panneaux de bois récupérés dans une écurie associative de proximité. Ainsi, l'équipe de graphistes réintroduit la dimension artisanale du métier en se chargeant elle-même de la fabrication et de la construction. Les designers ont coupé, limé, poncé et peint les panneaux. Les frontières entre l'artisanat et les différents champs du design s'effacent. Les deux pratiques peuvent en effet mêler leur



capacité à créer et à imaginer, en accroissant la puissance suggestive des projets réalisés.

Les frontières entre l'artisanat et les différents champs du design s'effacent.

C'est en ce sens que Lucie Colin et Laura Bodénez, en 2018, ont participé à une résidence concernant l'agglomération de Lille, à l'origine du projet *Kappla*. Les designers ont travaillé sur des espaces évolutifs de co-working et de mutualisation des ressources. Partant du constat que les usages tendent progressivement vers le partage et le collectif, *Kappla* constitue un système d'aménagement d'espaces modulables, interactifs et non prédéfinis. La co-conception et co-construction des modules répond aux besoins des différents usages du quartier. Ce projet est significatif à la fois de la ré-introduction de la dimension artisanale dans le métier de designer graphique - qui (re)met la main à la pâte-, en tendant vers une production plus durable, et d'un système participatif de création afin que le dispositif soit adapté à tous.

Cette dimension du faire ensemble est essentielle dans le questionnement car elle

montre l'implication nécessaire au changement. Les graphistes, en travaillant sur des formes et des possibles, agissent déjà sur de nouveaux fonctionnements, testant une approche plus systémique en faisant le lien avec d'autres disciplines. Si la création finale est hypothétique, l'action collective en revanche devient nécessaire. En ce sens, le projet de Formes Vives est significatif de l'engagement des designers en constante recherche d'incarnation graphique de leur éthique renouvelée. Pour Ken Garland, auteur du célèbre manifeste *First Things First* (1964), les designers graphiques doivent se livrer à une forme d'introspection afin d'identifier leurs priorités : « Nous proposons une inversion des priorités en faveur de formes de communication plus utiles et plus durables. » Il s'agit ici de projets comme la conception de la signalisation publique et de modes d'emploi. Cependant, ce mode de création en design suppose d'inventer une méthodologie à chaque situation, afin d'être le plus juste possible par rapport à chaque projet. Dans l'exemple de Formes Vives, cela a demandé beaucoup de temps et d'engagement puisqu'ils ont été jusqu'à s'installer sur le lieu du projet. Tout un protocole a été mis en place afin de créer la situation de design participatif.

Pour imaginer le monde de demain et répondre à ses problématiques, le design devra lui-même se transformer et se redéfinir. Le designer graphique introduit une part d'indétermination et de précarité dans son projet, part inhérente à une action collective. Le designer n'a plus le contrôle total sur la forme finale. Cette approche collective est tout autant nécessaire en société pour un changement durable. Le travail passe par une fabrication intégrant la dimension artisanale au métier, impliquant l'essence des matériaux dans le résultat visuel final. Renouer avec l'artisanat mène le designer à chercher, à manipuler et à s'imprégner des matériaux durables, qui permettent de constituer par la même occasion des formes diffusant de manière accrue le message. Ainsi, se dessine une figure de l'hypothèse pour un design écoresponsable.  

Cette dimension du faire ensemble est essentielle dans le questionnement car elle montre l'implication nécessaire au changement.

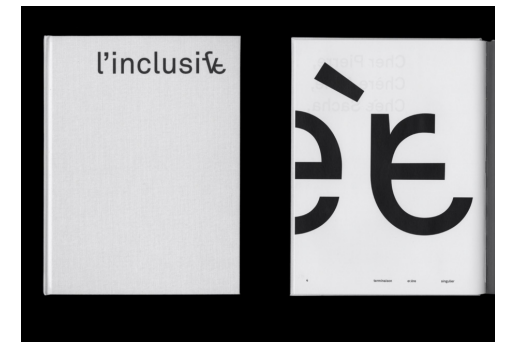
FormesVives - PALISSADE - 2016





Si le combat pour l'égalité homme-femme est aujourd'hui mené sur de nombreux fronts, il en est un que l'on peut considérer comme fondamental : la langue française. On apprend en effet, dès l'école primaire, que « le masculin l'emporte toujours sur le féminin ». La remise en cause de cette règle patriarcale est à l'origine d'un vaste débat, de réflexions qui visent à questionner certains formatages de comportements, de pensées et d'écriture. En effet, cette convention ne relève pas d'un fonctionnement langagier spontané ou naturel, mais elle est le résultat d'une construction historique, politique et sociale. En prenant conscience de cela, comment est-il possible d'instaurer une forme de parité linguistique ? Comment le designer graphique peut-il intervenir pour contribuer au changement d'imaginaires sur la question du genre ? Ces problématiques seront traitées à travers l'étude de l'écriture inclusive institutionnelle dans un premier temps, et du projet de diplôme de Tristan Bartolini, jeune designer étudiant à la HEAD de Genève dans un second temps.

a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 à á â ã ä å æ ç è é
 ê ë ì í î ï ñ ò ó ô õ ö ù
 ú û ü ý ÿ ! ? @ & £ €



Hermaphrotype

Louise Boulanger



L'inclusive - Projet de diplôme - Tristan Bartolini

æ œ é è ê ë ñ ò ó ô õ ö ù
 à á â ã ä å æ ç è é
 ê ë ì í î ï ñ ò ó ô õ ö ù
 ú û ü ý ÿ ! ? @ & £ €

Selon sa définition, l'écriture inclusive est un « ensemble d'attentions graphiques et syntaxiques permettant d'assurer une égalité des représentations entre les femmes et les hommes ». Ce style d'écriture est défendu depuis 2015 par le Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes (HCE), et a pour objectif de faire évoluer les mentalités patriarcales par le biais du langage. Cela pourrait paraître excessif de considérer la lutte pour la parité dans la langue française comme fondamentale, alors que des problèmes tels que le harcèlement, le viol, l'écart de rémunération entre les sexes, l'inégale répartition des tâches ménagères au sein des foyers... sont encore d'actualité dans un pays comme la France, considéré pourtant comme développé. Mais comprenons bien que la langue, au-delà de sa fonction d'outil de communication entre humains, conditionne notre rapport au monde. Elle est la porte d'entrée de notre compréhension de l'univers. Elle est le reflet de notre société et des rapports de force qui l'animent. Ainsi, ce combat de la parité linguistique ne se limite pas à une simple lutte grammaticale, il est avant tout d'ordre social. En effet, comment

penser une société égalitaire si notre langue reste asservie à une convention de domination masculine établie au XVII^e siècle ?

Mais comprenons bien que la langue, au-delà de sa fonction d'outil de communication entre humains, conditionne notre rapport au monde.

Antoine de Saint Exupéry, dans son livre *Terre des Hommes*¹, écrit : « Pour saisir le monde aujourd'hui, nous usons d'un langage qui fut établi pour le monde d'hier. Et la vie du passé nous semble mieux répondre à notre nature, pour la seule raison qu'elle répond mieux à notre langage ». Cela signifie que si notre langue n'évolue pas et reste ancrée dans une époque passée, révolue, il nous est impossible de formuler des hypothèses, de construire de nouveaux imaginaires, d'aller de l'avant, de nous projeter. Autrement dit, la langue doit être mouvante, dynamique et accompagner les changements technologiques, politiques, sociaux et environnementaux, sans quoi elle risque de ne plus répondre aux at-

tentes, aux demandes et aux défis d'une société en constante évolution. Mais de qui est-ce donc la responsabilité ? Est-ce que toute modification de la langue doit être imposée par une instance supérieure en réponse à des changements sociétaux ? Ou alors est-ce que son évolution doit simplement émerger de la volonté conjointe de ceux qui la pratiquent ?

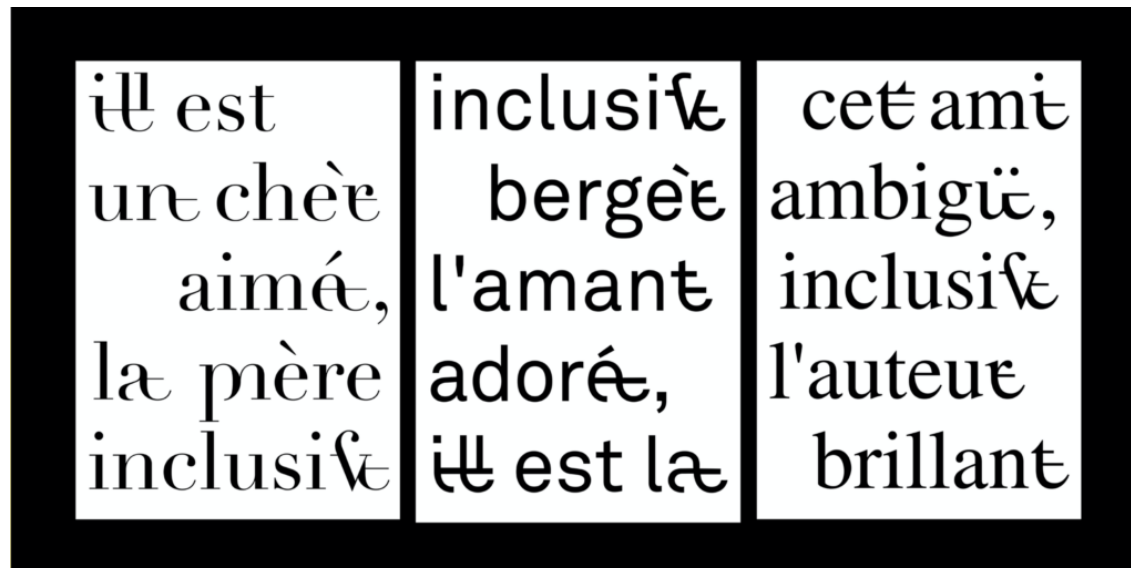
Historiquement, les poètes ont été les premiers à considérer la langue comme un matériau à expérimenter, à explorer, notamment dans l'objectif de l'ouvrir à de nouveaux possibles et de la sortir de sa simple fonction signifiante et discursive. Il est notamment possible de penser à Guillaume Apollinaire et ses calligrammes, à Mallarmé et son célèbre poème *Un coup de dés jamais n'abolira le hasard*², mais également aux auteurs de poésie concrète, tels que Pierre et Ilse Garnier, Eugen Gomringer, Ferdinand Kriwet, etc... qui allient dans leurs œuvres typographie et poésie. Si leur influence est de nos jours plus latente, les poètes sont à l'origine d'un tournant dans la relation à notre langue, sa mise en forme et sa spatialisation. À travers leur production, la frontière entre signifié et signifiant se fait plus discrète, fond et forme se complètent dans une relation symbiotique.

Cette recherche d'une forme qui pourrait épouser le fond se retrouve avec l'écriture inclusive, à travers laquelle la parité doit s'exprimer. Ses premières manifestations, plutôt controversées, consistent en l'ajout de glyphes préexistants pour séparer les terminaisons masculines des terminaisons féminines. Il est, par exemple, possible de recourir aux parenthèses, mais celles-ci peuvent signifier que le féminin n'est qu'une option supprimable par rapport au masculin, le genre par défaut (« étudiant(e)s »). Le « E » majuscule peut également être adopté. Il met en évidence la féminisation, mais ne met pas les deux genres sur le même plan et ne peut être utilisé en lettres capitales (« étudiantE »). La barre oblique peut également être intéressante car elle indique clairement l'alternative entre les deux genres sans préférence pour l'un, mais elle connote une division, une opposition (« étudiant/e »). Le point est souvent utilisé car présent sur tous les claviers, mais il peut être confondu avec le point final de la phrase (« étudiant.e »). Le trait d'union est parfois utilisé mais il apporte

également de la confusion (« étudiant-e »). Enfin, le point médian est la solution la plus fortement recommandée car il met les deux genres sur le même plan et n'a pas d'autre usage actuellement. Mais, n'apparaissant pas directement sur le clavier, il est plus difficile à employer (« étudiant.e »).

Cette recherche d'une forme qui pourrait épouser le fond se retrouve avec l'écriture inclusive, à travers laquelle la parité doit s'exprimer.

Intéressante dans l'idée, cette écriture est donc inconfortable à utiliser. En effet, aucune règle stricte n'a été clairement établie et il est difficile de l'utiliser à bon escient. Il existe plusieurs guides, auxquels il est possible de se référer, mais le manque de codification et la diversité de glyphes à employer rendent son utilisation quelque peu aléatoire, laissant son utilisateur dans le flou et la confusion. Ainsi, si le changement profond d'une langue doit avoir lieu, il est difficile de l'instituer dans une forme de hiérarchie verticale : le code et son acceptation s'élaborent bel et bien dans la sédimentation sociale.



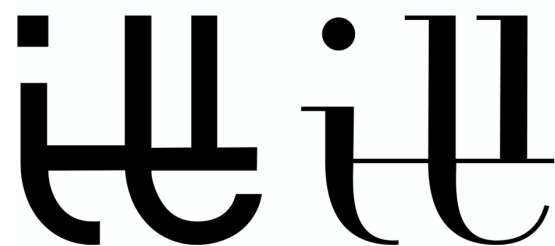
L'inclusive - Projet de diplôme - Tristan Bartolini

saint nitouche
 auteuE de renom
 artiste raté
 globe-trotteuE
 cheff étoilé
 agent double
 avocat du diable
 nainE de jardin

L'inclusive - Projet de diplôme - Tristan Bartolini

Ainsi, si le changement profond d'une langue doit avoir lieu, il est difficile de l'instituer dans une forme de hiérarchie verticale : le code et son acceptation s'élaborent bel et bien dans la sédimentation sociale.

En réponse à ce capharnaüm typographique, l'Académie française relevait le 26 octobre 2017 une mise en garde contre l'écriture inclusive : « la multiplication des marques orthographiques et syntaxiques qu'elle induit aboutit à une langue désunie, disparate dans son expression, créant une confusion qui confine à l'illisibilité. »³. Depuis, l'écriture inclusive est présente sur quelques sites internet ou documents administratifs, et certains établissements d'enseignement supérieur l'utilisent de manière officielle et la préconisent, mais de manière générale, il est relativement rare de la rencontrer. Pourtant, en mars 2020, le débat sur l'écriture inclusive est relancé. Pour pallier les divisions dues à la ponctuation, Tristan Bartolini crée de nouveaux glyphes permettant de signifier l'inclusivité sans avoir à alourdir les termes de terminaisons à rallonge. Les nouveaux signes qu'il propose sont un mélange graphique des lettres qui composent les terminaisons masculine et féminine. Il crée ainsi de nouveaux caractères non genrés, en fusionnant deux ou plusieurs lettres. Il s'inspire pour cela du « œ » français et agrège par exemple le « e » et le « a » de « le » et « la » ; le « p » et le « m » de « père » et « mère » ; voire même le « ho » et « fe » de « homme » et de « femme ».



L'inclusive - Projet de diplôme - Tristan Bartolini

mère dévoué
 fœmme de lettre
 mœn tendre amè
 veufé ésseulé
 l'amoureuxæ rigoldæ

D'un point de vue symbolique, les glyphes créés par Tristan Bartolini proposent une fusion des genres. Cela pose la question de la dissolution des spécificités. Est-ce que poser l'égalité entre les hommes et les femmes signifie effacer les particularités de chacun des genres ? Est-ce que ces caractères hermaphrodites, dont le dessein est de représenter également et synthétiquement tous les genres, ne finissent pas par ne plus rien représenter du tout ? Astucieuses et intéressantes d'un point de vue formel et typographique, ces fusions trouvent assez rapidement leurs limites. Opérantes pour regrouper le mot « père » et « mère » par exemple, qu'en est-il, pour rester dans le domaine familial, des « frères » / « sœurs », des « neveux » / « nièces », des « oncles » / « tantes » ? Pour les termes dont les équivalents ont peu en commun, il est nécessaire de conserver les deux termes, alors pourquoi ne pas le faire pour tous ?

Un autre problème posé par les nouveaux glyphes de Tristan Bartolini est le manque de lisibilité. En cela, cette typographie inclusive est presque exclusive. La langue française est déjà complexe à acquérir, et l'écriture inclusive est loin d'être fluide pour l'œil et le cerveau : elle nécessite en effet un temps certain d'adaptation et d'appropriation. En France, selon la dernière enquête officielle, menée par l'Insee en 2011, 2,5 millions de personnes âgées de 18 à 65 ans étaient illettrées, soit 7% de la population. 16 % des Français éprouaient des difficultés dans les domaines fondamentaux de l'écrit. En outre, selon un rapport de l'INSERM de 2007, la dyslexie concernerait au minimum entre 3 et 5% des enfants vers l'âge de 10 ans. Ainsi, avec une telle proportion de la population ayant déjà du mal à lire, à déchiffrer et à com-



L'inclusive - Projet de diplôme - Tristan Bartolini

prendre les textes dès le plus jeune âge, est-il pertinent d'ajouter un niveau de complexité supplémentaire à la langue française ? À qui s'adresse véritablement cette typographie ?

Le terme de « projet » prend alors tout son sens puisque le designer est celui qui jette en avant, qui lance au loin un « si » dont l'avenir est incertain.

L'essentiel est cependant ailleurs puisque la démarche du designer n'est pas seulement de répondre à une commande, à un besoin, de la manière la plus efficiente et efficace qui soit. Que ses projections deviennent ou non réalité, elles permettent à la société de considérer de nouvelles possibilités, de nouveaux « si ». Au-delà de leur application concrète, elles sont une manifestation d'une envie d'avancer, d'évoluer, de progresser. Si, aujourd'hui, dessin et dessein sont deux termes distincts, ils trouvent leur origine dans le même verbe latin « designare » qui signifie « marquer d'un signe, dessiner, indiquer ». Le geste de dessiner (dessin) est initialement confondu avec le projet auquel il contribue (dessein), la représentation

étant le reflet de l'intention, l'anticipation de l'œuvre à réaliser. Cette disjonction entre les deux termes permet de mettre en lumière les différentes postures du designer, que l'on peut classer en deux grands axes. D'une part, le dessein préexiste au dessin. C'est notamment le cas de la réponse à des commandes : il y a un objectif de communication, un dessein, et la forme, le dessin, viennent répondre à ce besoin. D'autre part, le dessin peut préfigurer le dessein. Le designer produit alors une forme qui peut susciter le débat, faire réagir. Il s'agit dans ce cas d'un design relevant davantage d'un questionnement, de la formulation d'une hypothèse, dont les réponses ne dépendent pas uniquement de lui. Le terme de « projet » prend alors tout son sens puisque le designer est celui qui jette en avant, qui lance au loin un « si » dont l'avenir est incertain.

En d'autres termes, on peut distinguer d'une part un « design fermé », avec des pratiques qui s'inscrivent dans la réponse à un besoin précis, à un dessein unique. Et d'autre part, un « design ouvert », plus prospectif, lorsque le designer interroge, questionne, lorsqu'il émet des formes, des hypothèses, formule des « si ».

Les desseins de son dessin sont alors plus latents et multiples, propices à la subjectivité, à la libre interprétation du récepteur et au débat. C'est le cas de l'écriture inclusive de Tristan Bartolini en tant qu'hypothèse pour plus de parité linguistique. Elle est une ouverture à de nouveaux possibles, la démonstration d'un design propice au débat, à l'échange. Si cette typographie est davantage manifeste que véritablement destinée à être utilisée car manquant de praticité et de lisibilité, elle témoigne du fait que par la forme uniquement il est possible de délivrer un message, de prendre position, de susciter des réactions et de remettre en question une règle grammaticale patriarcale admise par tous. Aussi, le fait que Tristan Bartolini ait reçu le Prix Art Humanité 2020 de la Croix-Rouge prouve que les imaginaires sont prêts à changer, qu'il y a une certaine attente, un besoin et des voix qui se lèvent pour un monde plus paritaire. Gérard Paris Clavel l'énonçait comme suit : « la révolution se mène aussi dans la forme ». Autrement dit, le changement s'opère aussi grâce au dessin. Le choix de l'écriture inclusive est en lui-même une revendication pour l'égalité homme-femme, il devient un code signifiant un certain militantisme féministe.

Ce projet de diplôme est également la preuve que les designers graphiques, les typographes, les étudiant-es peuvent (et même

la muet
inclusivē
un ami
très rigoldt

Le choix de l'écriture inclusive est en lui-même une revendication pour l'égalité homme-femme, il devient un code signifiant un certain militantisme féministe.

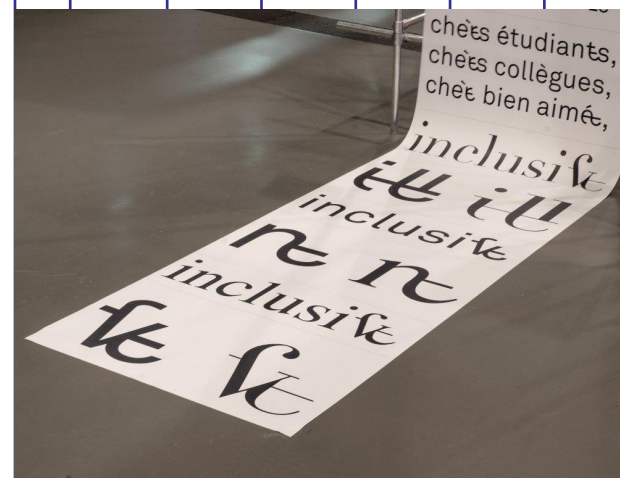
doivent) s'engager, sortir du rang, susciter le débat, la réflexion par leurs créations, pratiquer en parallèle de réponses à des commandes précises un design ouvert et prospectif, car comme énoncé dans l'édito, « si bémol il y a, c'est dans le conditionnement ». Les études sont un terrain d'exploration propice à ce type de design. Être en dehors d'une logique commerciale permet d'explorer, de faire un pas de côté, d'adopter un autre regard sur la société pour mieux la questionner. Tristan Bartolini a su se saisir de cette opportunité pour émettre une hypothèse intéressante sur la question du genre et sa retranscription typographique et linguistique. Son travail témoigne également de la porosité entre les domaines. La langue française n'est pas seulement un sujet de réflexion pour les linguistes ou pour l'Académie française. Elle est vivante, animée par chacun-e de nous, et par conséquent, nous sommes tou-te-s légitimes à lui définir de nouveaux horizons, à questionner ses règles et ses conventions.

Être en dehors d'une logique commerciale permet d'explorer, de faire un pas de côté, d'adopter un autre regard sur la société pour mieux la questionner.

Alors, chers lecteur-ice-s et chers étudiant-e-s, soyons sceptiques, doutons de tout, projetons des « si », formulons des hypothèses et dessinons ensemble un avenir meilleur. [☞](#) [☞](#)

1. *Terre des hommes*, Antoine de Saint-Exupéry, 1939
2. *Un coup de dés jamais n'abolira le hasard*, Stéphane Mallarmé 1897
3. « Déclaration de l'Académie Française sur l'écriture dite « inclusive », adoptée à l'unanimité de ses membres dans la séance du jeudi 26 octobre 2017

L'inclusive - Projet de diplôme - Tristan Bartolini - Julien Gremaud



Vers un avenir sinistre ?

Margaux Hermant



Il est dans la nature humaine de s'interroger sur son avenir, d'imaginer le futur. Nous lisons des livres, afin de découvrir ce monde hypothétique, alternatif, pour mieux l'appréhender et nous y préparer. En tant que créatif, le designer, tout comme l'écrivain, donne à voir l'avenir. Il tient dans la société ce rôle de « formulateur des possibles ». Au travers d'images, il représente et propose des scénarii hypothétiques de ce que pourrait être demain. Le designer graphique peut tout aussi bien retranscrire la joie et le confort que nous apportera l'achat d'une nouvelle voiture, que mettre en avant les valeurs d'une banque, pour prouver que l'on y sera bien reçu et choyé. Mais il est aussi du rôle du designer écoresponsable de s'engager face aux problèmes de société et de représenter ce que sera notre avenir écologique, même si le futur dépeint n'est pas désirable. Car le designer ne doit pas oublier qu'il a aussi ce pouvoir, si ce n'est ce devoir, d'avertir et d'éveiller les consciences. Comment rendre alors sensibles les individus à un possible désolant qu'ils cherchent à ignorer ? Car si l'évolution de la situation écologique est connue de tous, peu ont envie de l'avoir sous les yeux. Et comment aller plus loin et transformer la peur suscitée en moteur d'action ?

Déforestation dans le Cerrado au Brésil, pour la monoculture du soja -
Adriano GambariniWWF



Greenpeace, une des organisations de protection de l'environnement les plus connues au monde, est justement célèbre pour ses affiches satiriques, perturbantes, voire choquantes, mais qui font réfléchir. L'une de leurs campagnes, réalisée par une antenne de l'agence Saatchi & Saatchi, basée en Chine, donne à voir un léopard décapité. Image que l'on pourrait qualifier de choquante si elle nous était présentée telle quelle dans la rue. Contrairement à certaines publicités, les campagnes de Greenpeace ne se contentent pas de nous choquer pour marquer nos esprits et ainsi augmenter leur notoriété. Elles comportent toujours une double lecture délivrant un message de préservation de l'environnement, et initiant une voie vers des solutions. En effet, passé le choc de la décapitation de ce pauvre félin, on réalise que le corps du léopard a été combiné à un tronc d'arbre coupé. À la place de la partie manquante de l'arbre, nous imaginons la tête de l'animal. Par ce procédé analogique, Greenpeace combine l'image de l'arbre abattu

à celle du léopard décapité. Ainsi, les aspects qui les unissent se révèlent : la déforestation est responsable de la mort de nombreux animaux. Le message de la campagne naît donc de cet effet inattendu. De plus, la simplicité de l'image et sa composition mettent l'accent sur la confrontation de ces deux univers, ce qui agit ainsi comme un catalyseur pour la compréhension du problème. Enfin, pour traduire ce message, l'affiche est tout de même accompagnée d'une baseline : *Not only a tree is cut down*. Une phrase lourde du sous-entendu qu'elle implique : si on coupe un arbre... voyez la conséquence, nous assène l'image.

Contrairement à certaines publicités, les campagnes de Greenpeace ne se contentent pas de nous choquer pour marquer nos esprits et ainsi augmenter leur notoriété.



Not only a tree is cut down - léopard, campagne réalisée par Saatchi & Saatchi pour Greenpeace

La campagne réalisée pour Greenpeace comporte plusieurs affiches qui suivent ce même procédé d'analogie picturale. La deuxième affiche représente un hippopotame décapité, une image toute aussi horrifiante que celle du léopard. Quant à la troisième affiche, elle est la preuve que Greenpeace a cherché à atteindre un public large, et éventuellement parfois peu affecté par la cause environnementale, puisqu'elle donne à voir, cette fois-ci, un homme décapité. Cette dernière affiche traduit la difficulté, de donner à voir les conséquences de ces possibles, et donc la nécessité de faire appel à la sensibilité et à l'identification du regardeur. En effet, si certains ne sont pas sensibles au destin de ces pauvres animaux, peut-être seront-ils sensibles à leur propre sort. La déforestation ne touche pas que les animaux, les Hommes aussi en sont victimes.



Not only a tree is cut down - hippopotame

De plus, comme le dénonce cette campagne, la déforestation menace la biodiversité.

La déforestation a effectivement un impact important sur le changement climatique.

En détruisant les forêts, on réduit la capacité de l'écosystème mondial à stocker du CO₂. Moins d'arbres, c'est moins de CO₂ absorbé et donc plus d'effet de serre. De ce fait, on estime que la déforestation est responsable à l'échelle mondiale de l'équivalent de 11,3% des émissions de CO₂ d'origine anthropique, ce qui en fait l'un des plus gros facteurs de réchauffement climatique, presque à égalité avec le transport routier et la consommation énergétique des bâtiments. Cette accumulation de CO₂ dans l'atmosphère dégrade la qualité de l'air, et a donc un impact négatif sur notre santé à tous.

S'ajoute à cela le problème que la déforestation fragilise les sols, ce qui rend l'écosystème plus vulnérable aux catastrophes naturelles telles que les glissements de terrains et les inondations. De plus, comme le dénonce cette campagne, la déforestation menace la biodiversité. Qu'il s'agisse de mammifères, d'oiseaux ou encore d'insectes, d'amphibiens ou de végétaux, la forêt abrite des espèces parfois rares, souvent fragiles. La destruction de leurs milieux naturels pourrait donc entraîner la disparition de certaines de ces espèces, ce qui aurait de graves conséquences sur les



Not only a tree is cut down - humain



Crocodiles tabassés et mutilés pour les sacs Hermès Birkin - Campagne réalisée par PETA - 2016

équilibres naturels.

Enfin, très récemment, une autre menace liée à la déforestation sur la santé humaine a été mise en avant : en détruisant les forêts, les animaux se retrouvent forcés de vivre sur des espaces de plus en plus restreints, et sont amenés à se déplacer pour trouver de la nourriture. Cette faune sauvage, réservoir de virus inconnus, se rapproche alors des élevages et des humains et peut transmettre certaines maladies telles que le VIH, Ebola, ou très récemment et très probablement la Covid-19. Si la déforestation continue ainsi, de nouvelles maladies vont émerger, et les épidémies et pandémies risquent donc de devenir de plus en plus fréquentes.

Mais la campagne de Greenpeace ne cherche pas seulement à capter l'attention du public et à dénoncer l'horreur des activités de déforestation. Elle vise aussi à faire réagir la population, afin qu'elle prenne des mesures contre ce problème. On peut remarquer que les trois affiches présentent un autre point récurrent, qui dévoile un second message encore plus important : si l'on ne fait rien, voilà ce que sera demain. Pour cela, Greenpeace nous présente dans ces trois affiches un paysage presque apocalyptique, au ciel terne, brumeux et inquiétant, annonciateur d'un avenir peu radieux. Ici se révèle le rôle d'instigateur du designer. Ce dernier dépeint en effet un « si », une hypothèse. Hypothèse pessimiste certes,

mais qui éveille le désir d'agir, pour éviter cette image et bâtir un futur différent de celui qui nous est présenté. C'est ce scénario hypothétique qui tient ici le rôle de déclencheur de la volonté d'action, de potentiel changement, par la question qu'il nous soumet : « Est-ce là le futur que l'on souhaite voir se réaliser ? »

Ici se révèle le rôle d'instigateur du designer. Ce dernier dépeint en effet un « si », une hypothèse.

La représentation d'un futur potentiellement déplorable est-elle essentielle pour délivrer ce message et faire naître une volonté d'action ? Cette projection apocalyptique présente uniquement des images d'une grande violence sans délivrer de solutions pour éviter cette situation. Tout comme a pu le faire PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) dans sa campagne contre les sacs en peau de crocodile, représentant sur la longueur d'un bus la maltraitance vécue par ces animaux élevés pour être transformés en sacs de luxe, et qui a d'ailleurs été censurée pour la violence de ces images, ces affiches de Greenpeace ne donnent pas à voir un futur positif dans lequel l'observateur pourrait avoir envie de s'engager. Et c'est ici que généralement se trouve l'obstacle pour beaucoup. En ne présentant qu'une situation à éviter sans donner à voir les bénéfices d'un changement, le regardeur ne parvient pas à imaginer l'impact positif que

pourraient avoir ses actions et son engagement pour la cause.

Le rôle du designer écoresponsable n'est donc pas uniquement de toucher les sentiments des observateurs pour les rendre sensibles à une cause. Il se doit aussi de leur présenter des scénarii alternatifs, afin qu'ils engagent leur volonté de faire mieux dans une véritable action.

Même si des solutions peuvent être proposées sous d'autres formes que l'affiche au sein d'une campagne, telles que des conférences, des pétitions, des performances..., les observateurs des affiches n'ont pas tous l'occasion d'y assister ou d'y participer. Ainsi, la campagne peut ne pas être reçue dans son intégralité et ne pas avoir les effets escomptés, à savoir être un embrayeur du changement.

Le designer peut donc exploiter le mécanisme de l'hypothèse que déclenche le si de différentes manières, soit afin de façonner les imaginaires des gens, soit en donnant à voir ce que sera l'avenir, soit en étant initiateur d'une action novatrice pour un avenir alternatif. Traduire visuellement ce qui sera se révèle donc un moyen efficace de communiquer pour le designer graphique. Soumettre un paysage de désolation, aride et stérile, au regard de l'observateur permet de toucher ses sentiments et de l'inclure dans ce futur.

De cette manière, celui-ci se projette dans le scénario que l'on lui soumet, il y cherche sa place, son rôle, et ainsi se questionne sur les enjeux environnementaux. Cependant, en tant que formulateur d'hypothèses, la tâche du designer écoresponsable ne s'arrête pas à éveiller les consciences. Elle se poursuit au travers de l'imagination et de la conception de scénarii alternatifs, pour agir sur le problème de la déforestation et sur les conséquences qu'elle implique, tâche essentielle qui reste pourtant parfois oubliée. Car si ce n'est pas là le « si » que l'on veut voir se réaliser, peut-être suffirait-il d'un « Et si » pour l'éviter. ☞ ☞

Cependant, en tant que formulateur d'hypothèses, la tâche du designer écoresponsable ne s'arrête pas à éveiller les consciences.

Cyprès de nous

Marion Lorrain



La Fabrique végétale - dessin d'intention - Gilles Belley -
faire entrer les éléments naturels dans l'habitat.



Ne dit-on pas qu'avec des si, on referait le monde ? Nous, designers écoresponsables, voulons une transition vers une société plus durable, plus saine. Il ne tient qu'à nous d'envisager les hypothèses plus folles les unes que les autres, de nous lancer à la recherche de l'inexistant, de multiplier les formes, les concepts, de déployer mille et une méthodes pour reconsidérer chacune des activités de la société humaine. Alors que, la plupart du temps, la solution est juste sous nos yeux. Arrêtez tout, plus la peine de chercher : regardez la Nature, qui s'est développée de manière efficace, dans un écosystème où l'équilibre est parfaitement agencé et éprouvé par son évolution millénaire. C'est-à-dire que le principal moteur de notre transition pourrait résider dans le simple fait de nous défaire de cet anthropocentrisme qui formule des Si sans queue ni tête. Prenons l'exemple des biomatériaux, dont la tendance est à la hausse dans le monde du design. En tous points vertueux pour les meilleurs d'entre eux, ils sont issus de polymères naturels. La nature répondant au principe de «Cradle to Cradle¹», ils appartiennent à un cycle qui se renouvelle. Seulement, ils ne présentent pas autant de qualités en termes de propriétés physiques que les plastiques que nous cherchons par eux à remplacer, ce qui ralentit considérablement leur développement.

Il y a deux ans, le centre d'art et de design *La Cuisine* entamait un cycle de recherche avec le designer Gilles Belley pour traiter la question des agro-matériaux, des biomatériaux issus de co-produits de l'agriculture. En partenariat avec le Laboratoire de Chimie Agro-industrielle de Toulouse, celui-ci décidait de s'inspirer de principes naturels et déployait sa collection *La Fabrique Végétale*. Voyons comment il envisage une dynamique de changement saine et raisonnée à la lumière d'une de ses propositions : *Le Fruit destructeur d'odeur*.

Les objets proposés par Belley pour *La Cuisine* se veulent biomimétiques : leur ingéniosité est inspirée du vivant. Car l'intention première du designer était de faire pénétrer les éléments naturels dans l'univers domestique.

Pour *Le fruit destructeur d'odeur*, il s'est intéressé au galbule du cyprès : ce cône femelle dont les écailles, une fois mûres, s'écartent pour laisser échapper leurs graines et diffuser des essences volatiles aux propriétés antiseptiques. *Le fruit* reprend donc la forme et le principe du galbule, et devient un diffuseur aromatique contre les mauvaises odeurs de la maison. Au contact de l'eau, le matériau libère des molécules aromatiques assainissantes tout en se biodégradant.

Les objets proposés par Belley pour *La Cuisine* se veulent biomimétiques : leur ingéniosité est inspirée du vivant.



Le Fruit - Gilles Belley - dessin de recherches



Dessin d'observation galbule du cyprès - Marion Lorrain

Tout comme le fruit du cyprès redeviendrait humus. Il s'agit là d'un premier indice pour des *Si...* ? plus réfléchis : se rattacher à l'étude du vivant nous aiderait à juger du caractère sensé de nos objets. Dès lors, *Le Fruit* pourrait être imaginé au sein d'un écosystème d'autres produits, comme un support *arbre*, ou un sol *humus* d'où renaîtrait un nouveau *fruit*. L'avantage d'un écosystème est que chaque élément qui le compose est en cohésion et en interdépendance avec les autres.

L'avantage d'un écosystème est que chaque élément qui le compose est en cohésion et en interdépendance avec les autres.

Ceci étant, ne serait-il pas merveilleux de tendre vers un design «éco-systémique»? L'idée serait que nos objets, dans les relations qu'ils entretiennent, forment un équilibre formel, fonctionnel, voire auto-régénérant. Il va de soi que l'organisation de production des biens n'est pas encore fondée sur ce modèle. On pourrait d'autre part légitimement se demander si un design qui s'inspirerait profondément de la nature ne pourrait qu'être un emprunt de vie. Dans l'exposition *This is Alive* (en 2013 à Paris à l'Espace Fondation EDF) designers, artistes et architectes exposaient ce que pouvait être en design une «ingénierie de la vie» : des projets entre technologie et végétal. Par exemple, *The Rise*, de Cita, est une architecture qui s'inspire de la modification des tissus de l'arbre en reproduisant son système de manière digitale, grâce à des micro-technologies. Cet arbre grandit en fonction de l'espace dans lequel il se trouve. Les plantes génétiquement modifiées de Carole Collet, elles, produiraient des textiles par leurs racines. Aussi fascinant que terrifiants, ces projets illustrent l'infinie possibilité qu'offre le design du vivant, ainsi que ses potentielles dérives en termes d'éthique. Effectivement, pourquoi n'y a-t-il pas de philosophe au sein des équipes de design ? Lorsque l'on veut refaire le monde jusqu'à façonner la vie, le rôle du penseur est nécessaire pour prendre du recul et re-questionner sans cesse les folies des créateurs.

De plus, tout laisse à supposer que plus l'on croise de disciplines pour répondre à une problématique, plus l'on a de chances de fournir une réponse belle et complète. Par exemple, Antoine Rouilly, l'ingénieur chimiste ayant collaboré avec Gilles Belley pour *La Fabrique Végétale*, identifie la faible résistance à l'eau des agro-matériaux comme un défaut. Gilles Belley, en tant que designer, propose d'en faire une qualité en imaginant une série d'objets dont le principe repose sur la disparition progressive de la matière par une action de l'utilisateur. (*La Col-line* s'érode à l'arrosage pour nourrir des plantes, *Le Rameau* fond dans l'eau chaude d'un diffuseur de parfums). Puis l'expertise du



Biolace - Carole Collet du textile par les racines de plantes synthétiquement modifiées

chimiste permet d'enfermer des molécules nécessaires à l'intérieur de la matière. On évite ainsi une fin funeste qui aurait pu être celle des agro-matériaux s'ils n'avaient été considérés que par un seul champ disciplinaire.

Mais le rôle du designer produit ne réside pas que dans sa recherche d'usages. Il se loge également dans sa sensibilité plastique. Car une hypothèse en design peut être séduisante sur le papier, mais perdre tout son sens lors de sa mise en forme. Le designer italien Andrea Branzi parle de richesse anthropologique du milieu habité : la perception que nous avons de nos objets ne doit pas perdre en signification et ceux-ci doivent s'inscrire dans un contexte de manière sensible (par les cinq sens). Or, l'industrialisation nous a fait perdre le contact avec notre milieu naturel et la mondialisation

Lorsque l'on veut refaire le monde jusqu'à façonner la vie, le rôle du penseur est nécessaire pour prendre du recul et re-questionner sans cesse les folies des créateurs.

Pour opérer une reconnexion à la nature, le designer doit développer un langage sensiblement différent de celui imposé par la globalisation.

opère un lissage formel et culturel sans précédent. Pour opérer une reconnexion à la nature, le designer doit développer un langage sensiblement différent de celui imposé par la globalisation.

De ce point de vue, les civilisations anciennes projetaient des figures animales et végétales sur leurs objets de culte (objets du quotidien et objets sacrés confondus). Ce biomorphisme leur permettait d'entrer en résonance avec leur milieu, de manière spirituelle, animiste, voire cosmologique. C'est ce que permet aussi *Le Fruit* en reprenant le langage formel du galbule du cyprès. Sa forme est ovale et de petite dimension, ses écailles élargies au sommet sont légèrement dessoudées. Des effets de texture d'écorces sont discrets mais présents. Il possède une odeur boisée inhérente aux agro-matériaux. Grâce à tout cela, il devient l'intermédiaire entre l'individu et la forêt. Malgré tout, on pourrait reprocher au designer de ne pas être allé au bout de sa démarche. Effectivement la forme du *Fruit* est stylisée, géométrisée, les effets de texture sont légers et ne reprennent pas les motifs réels, la couleur ne fait visiblement pas partie de la réflexion, le matériau n'évoque pas le produit dont il est issu. En somme, l'objet ne restitue pas toute l'expérience d'un réel galbule du cyprès. Cela peut être dû cependant à des problèmes techniques tels que le moulage de la matière qui ne permettrait pas encore de former des reliefs efficients.

Pour la philosophe Hannah Arendt, «ce que l'usage use, c'est la durabilité». *Le Fruit* en est l'illustration. Car nous l'avons vu, la force et la faiblesse des bio-matériaux, c'est leur fragilité, leur friabilité. Or, selon Arendt, *le Fruit* serait certainement un «objet de consommation» : nécessaire à l'Homme – ici, à l'entretien de la maison - sa durée de vie serait de moins d'un an. C'est alors une aubaine qu'il se dissolve à chaque usage ! C'est ainsi que fonctionnent les processus naturels, de manière mouvante et passagère, alors pourquoi pas nos objets ? Si tous nos produits de consommation étaient pensés pour réellement disparaître, leur caractère éphémère ne réduirait-il pas les frontières entre monde civilisé et monde naturel ? ㉔ ㉕

1. «*Cradle to Cradle*» («du berceau au berceau») : principe développé par William Mc Donough et Michael Braungart (respectivement architecte et chimiste) défendant l'idée de cycle de la matière qui se décompose puis se régénère pour produire de nouveaux objets à l'infini.

2. Plus récemment, dans l'histoire du design, le biomorphisme est un courant du XX^e siècle né en réaction avec les formes stylisées et orthogonales de l'industrie. Il marque une forte désillusion vis-à-vis de la machine. Les Arts and Craft et l'Art Nouveau sont deux courants allant en ce sens.

3. Sensibiliser. CNRTL : *Étymol. et Hist.* 1803 philos. «rendre perceptible à un organe» (Maine de Biran, loc. cit.) LITTRÉ : *Fig.* Aviver la sensation, le sentiment. LE DICTIONNAIRE.COM : (Biologie) Processus par lequel un stimulus qui, au préalable, ne déclenche aucune réponse particulière, acquiert un pouvoir de déclenchement d'une réponse, soit par simple répétition, soit par présentation d'un autre stimulus.



Empire moche - 300 / 450 ap.JC - gourde phytomorphe - exposition au musée du Quai Branly - 2018

Essentiel de bain

Théo Cammarata

Aujourd'hui noyé de formes et de signes en tout genre et ce, en permanence, dans son quotidien, le consommateur lambda ne se rend même plus compte de l'impact de ces derniers. Aveuglé par tant de messages qui le poussent à l'achat, il sombre dans un consumérisme profond duquel il a du mal à s'extraire. Cette soumission à la consommation s'infiltré dans les moindres aspects de notre vie jusqu'à toucher des zones inattendues. Le consumérisme s'insinue dans la sphère intime, envahissant même notre salle de bain. Il semble alors que cet espace, dans une société du paraître et de l'importance de l'apparence, soit plus que propice à l'insémination inconsciente des marques dans notre quotidien. L'acquisition répétée de produits d'hygiène - généralement de l'eau dans un emballage plastique, accompagnée de publicités à gogo et de quelques principes actifs souvent nocifs pour l'environnement - conduit à une normalisation de l'achat sans amener le consommateur à questionner son acte. Il n'y a plus de gel douche ? Ce n'est pas grave : on rachète une bouteille plastique avec le même contenu et ce, inlassablement. Le produit est pensé pour être jeté et aussitôt remplacé mais c'est pourtant le consommateur que les ONG accusent de son irresponsabilité face à son achat et de l'impact dont il est responsable sur l'environnement. En effet, quand on sait qu'environ 158 millions de tonnes de plastique pour emballage à usage unique ont été produites dans le monde rien qu'en 2017, il est intéressant de remettre en question notre manière de consommer de tels produits. Pourtant, la transition vers des solutions plus soutenables s'avère difficile. La plupart des consommateurs ne sortent pas du diktat du jetable. Si cette situation n'évolue pas, on peut se demander si ce n'est pas parce que les designers ont cessé de projeter des hypothèses formelles réinventant demain pour se cantonner au confort du profit en axant leur effort de réflexion pour susciter le désir de consommation. Et si le designer usait à nouveau de sa capacité à créer des formes, du bon sens commun pour induire un changement d'habitude auprès des consommateurs et opérer une transition dans notre quête de l'hygiène quotidienne en accord avec le milieu aux ressources finies dans lequel nous vivons ?



Actuellement perdu et vous ! Au rayon Hygiène de l'Intermarché de Mulhouse C© Jean-François Frey,

Nous l'avons dit : notre société baigne dans le message, le slogan, à la recherche de celui qui frappera le plus, qui séduira le consommateur pour l'inciter à acheter et engendrer du profit. Mais devant autant d'appels visuels que représentent les bouteilles des produits de salle de bain qui remplissent nos rayons, devant tant d'informations qui confortent et à la fois perdent le consommateur dans son achat, la réponse formelle la plus pertinente, la plus détonante dans ce brouhaha marketing serait sûrement la plus efficace, la plus simple. Et si le designer se servait d'une ruse aussi évidente que le retour à la simplicité et à la sobriété formelle face au martelage publicitaire et à ses écueils ?

C'est l'argument de la société française 900.care qui propose une gamme de produits de salle de bain à recharger, où les contenants sont avant tout pensés pour être réutilisés. La start-up mise avant tout sur le bon sens en proposant un contenant en plastique certes, mais recyclé et réutilisable sur le long terme complété par des recharges solides de gel douche, dentifrice et bientôt déodorant et savon pour les mains. Ainsi, la production de l'objet ne génère pas de plastique supplémentaire et l'utilisateur n'a qu'à rajouter de l'eau pour le gel douche et le savon, ressource qu'il n'achète pas puisqu'il la possède déjà chez lui. Cette solution permet tout de même de réduire une pollution plastique, peu visible car ce n'est pas tous les jours que l'on vide la poubelle de sa salle de bain, aussi petite soit-elle, mais consé-

quente car d'une envergure moyenne de 3kg de déchets par foyer chaque année selon la marque.

Ce choix de matériau se justifie avant tout par son usage. Le plastique reste le plus évident et le plus juste pour conserver un contenu sec dans un milieu aussi chaud et humide que la salle de bain. Mais il sert également à assurer la bonne manipulation de l'objet lors de son emploi, par sa légèreté et donc sa praticité lors de la douche par exemple. Là dessus, la forme de l'objet intervient également. Pour l'ensemble de la gamme, deux volumes géométriques simples s'emboîtent l'un dans l'autre et se répondent, par un jeu de couleurs sur des nuances et ils démarquent ainsi les zones de préhension et d'interaction de celles qui n'ont que vocation à contenir. Si la réponse n'a pas la prétention d'être parfaite, elle n'en reste pas moins juste car usant de lignes simples pour générer un nouvel archétype formel, comme un renouveau pour un consommateur lui indiquant par la forme un changement dans sa manière de considérer les produits de bain.

Et si le designer se servait d'une ruse aussi évidente que le retour à la simplicité et à la sobriété formelle face au martelage publicitaire et à ses écueils ?

Et ceci, sans le perdre pour autant. C'est le concept de « Super Normalité »¹ défendu par les designers Jasper Morrison et Naoto Fukasawa : il n'y pas de superflu, de promesse de vente sinon celle de contenir de quoi se laver. Pour cela, les différents produits d'hygiène de 900.care reprennent tout de même les codes de la bouteille et autres contenants auxquels nous sommes déjà habitués comme le bouchon et des formes cylindriques de base. Les designers n'abusent cependant pas de courbes à tout va afin de rendre la silhouette de l'objet plus attrayante mais ils conçoivent seulement les volumes nécessaires à l'identification de l'objet et de sa fonction. On parlera alors d'affordance² et de cohérence ; cohérence, d'ailleurs, dans la suffisance formelle qui s'observe jusque sur le plan de la communication de l'objet qui là, disparaît totalement. La sobriété visuelle de l'objet témoigne alors de son absence nécessité à se vanter, comme une transparence qui n'est pas à démontrer étant donné que le consommateur passe par le site web de la marque afin de se procurer le produit. Sa communication se développe alors sur les multiples pages Internet plutôt que sur l'objet en lui-même. Le consommateur se renseigne nécessairement davantage sur le contenu, la nature des ingrédients et leur provenance ainsi que les techniques de fabrication s'il le souhaite.



Exemple de recharges solides à dissoudre pour gel douche - C@ 900.care

Comme cela n'est pas présent sur le produit qu'il ne peut avoir entre les mains avant achat, le site web lui donne accès à tous les

La sobriété visuelle de l'objet témoigne alors de son absence nécessité à se vanter, comme une transparence qui n'est pas à démontrer.

renseignements dont il a besoin. Seul le logo de 900.care apparaît, comme un strict minimum marqué discrètement sur chacun des produits à l'esthétique épurée, dépourvu de tout superflu, laissant plutôt parler la fonction. On pourrait même dire que le contenant est « nettoyé » d'une communication qui entacherait son propos en faveur de l'écologie : un objet pensé donc, en accord avec son milieu qui est celui de la propreté. Comme Morrison et Fukasawa avant eux, les solutions de la marque française résident donc dans une épuration visuelle, une simplicité de formes plus perceptible que chez ses concurrents pour témoigner de son maigre impact sur l'environnement et ainsi démontrer que le produit est davantage de l'ordre de l'utile que du futile.

Au-delà de la conception des produits, c'est le soin même du corps qui est repensé comme un service : la société 900.care propose en effet un abonnement - ou un achat ponctuel - via Internet qui permet à la marque d'anticiper les commandes et donc d'ajuster la production en fonction. La start-up française projette alors une nouvelle façon de consommer en invitant le consommateur à se détacher même du concept de lieu de vente et donc de le faire



Simplicité formelle, l'essentiel de bain - 900.care C@ 900.care



sortir du système consumériste comme de l'option où il se contente de choisir entre des solutions de douche déjà toutes prêtes. La marque lui propose plutôt un réel choix dans l'acquisition de ces produits, notamment en l'incitant à se rendre sur le site dédié comme en le faisant participer à la réalisation du gel douche. Bien que limitée, on pourrait percevoir ici une tentative de rejoindre l'idée de Matthew Crawford dans *L'Éloge du Carburateur*³ ou *Contact*⁴ qui souhaite quitter le cycle de consommation de masse et promulgue un retour au fait main, l'intelligence de l'Homme s'exprimant pour le philosophe et auteur par le « faire ». L'idéal serait toutefois de pousser le consommateur lambda à élaborer et produire lui-même ses produits d'hygiène, peut-être en lui proposant uniquement le matériel et les ingrédients nécessaires à la réalisation et en l'aiguillant sans pour autant contrôler son expérience, sa « redécouverte du faire ».

Au-delà de la conception des produits, c'est le soin même du corps qui est repensé comme un service.

Mais c'est là tout l'intérêt de la solution de 900.care ! En effet, la start-up a noté une réticence trop forte des consommateurs à ces idéaux de cosmétiques écologiques si bien qu'encore sept fois plus de personnes préfèrent le gel douche au savon et shampooing solides... Il s'agit alors d'opérer une transition massive vers des solutions d'entretien du corps – comme pour le réparer, en prendre soin, une conscience que l'on opère

sur son corps à la manière de Crawford à nouveau - plus responsables en agissant sur les imaginaires, en « écoresponsabilisant » les consommateurs, en les amenant à demander de droit des produits naturels, sains pour eux autant que pour la planète et peut-être à long terme renverser la tendance en faisant des solutions, actuellement boudées, les solutions les plus répandues.

Et c'est bien tout ce que soulève déjà la marque française avec un choix de couleurs des contenants comme des parfums plus resserré et tourné vers des produits naturels dans un flacon aussi vitaminé qu'un autre. Car au total l'important dans ces objets n'est pas qu'ils soient particulièrement originaux, beaux, qu'ils sentent la Fraise Tagada® ou la barbe à papa ou bien encore qu'ils répondent à des performances ou autres besoins délirants comme le gel douche *Thai Massage* de Axe qui promet « aux jeunes séducteurs de retrouver en quelques instants tout leur sex-appeal et une confiance totale dans leur charme », mais qu'ils soient fonctionnels, pérennes, moteurs d'un changement, plus naturels et qu'ils intègrent l'environnement dans le processus de conception.



Qu'est-ce qu'un homme attend de son gel douche ? - C© Axe

Les objets de 900.care semblent alors composer une solution imparfaite pour un écolo imparfait, comme le disent les co-fondateurs eux-mêmes, mais convoquant tout de même des ressources de la simplicité dans l'optique de changer les mentalités de consommateurs encore réticents à appliquer cette révolution nécessaire. Souhaitant mettre à profit les 900 secondes moyennes par jour que chacun voue au soin de son corps dans sa salle de bain, l'entreprise propose un premier pas plutôt engagé pouvant inspirer les designers à reconsidérer le milieu dans la démarche de conception. À long terme, le but serait de sensibiliser l'ensemble des consommateurs, un jour, à opter pour une frugalité plus soutenable, mais aussi à se questionner sur l'essentiel, sur son rapport et son éventuel apport dans notre quotidien pour en finir avec les modes de consommation actuels, décriés depuis trop longtemps sans pour autant être dépassés. ㉔ ㉕

L'entreprise propose un premier pas plutôt engagé pouvant inspirer les designers à reconsidérer le milieu dans la démarche de conception.

1. Ici, le concept de « Super Normalité » défini par les designers britannique et japonais renvoie à leur volonté d'interroger les objets de notre quotidien pour se demander ce qui les rend « bons ». D'après eux, cela passe par la normalité, soit la coïncidence entre l'ensemble des représentations matérielles, fonctionnelles et symboliques que l'époque se fait de cet objet, un archétype contemporain en quelque sorte. Il y a également une notion qui ressort de ce préfixe « super » qui serait une recherche visant à améliorer cette normalité : par une modification, une innovation, le normal accessible à tous sans nécessité de se montrer vient remplir au mieux sa fonction, allant parfois jusqu'à le rendre intemporel. En ce sens, l'ensemble de produits de la marque 900.care s'inscrit dans cette « Super Normalité » par son adéquation à son époque et sa volonté de remplir au mieux sa fonction sans avoir à s'en vanter de quelque manière que ce soit. Pour plus d'informations, voir l'article de Marie-Cécile Gaucher de janvier 2018 sur l'exposition éponyme au concept : <http://www.mcgdesign.fr/index.php/blog/12-super-normal>

2. *L'Affordance* sous-entend la logique de transcription formelle en rapport à l'utilisation de l'objet. Pour faire simple, il s'agit de la capacité de l'objet à signaler, par sa forme, son usage.

3. *Éloge du Carburateur, Essai sur le sens et la valeur du travail*, Matthew B. Crawford, 2009.

4. *Contact : Pourquoi nous avons perdu le monde, et comment le retrouver*, Matthew B. Crawford, 2019.



Conscientiser ce qui se cache derrière l'achat d'un gel douche - 20% de produit intéressant - C© 900.care

Si les humeurs co-déterminaient l'architecture ?

Yannick Aly-Bénil



« Si » introduit une supposition, une éventualité, et permet d'exprimer une suggestion. Ce petit mot est important dans la pratique d'un design qui explore et matérialise divers scénarios, probables ou fictifs. Lorsque le design émet des suppositions, et des suggestions assez éloignées de notre réalité mais toutefois concrètes, on peut parler de design fiction. Ce type de design consiste à explorer et à anticiper différents futurs possibles pour les confronter au présent et ouvrir le débat. Le designer crée des artefacts exprimant ces futurs possibles, afin de les rendre compréhensibles, envisageables ou non souhaitables. Un des objectifs est de projeter les usagers dans des scénarios, imaginés grâce à une anticipation actuelle du développement des technologies, de l'émergence de nouvelles pratiques, de crises à venir... Le designer interpelle ainsi les individus, afin qu'ils se positionnent et aiguisent leur vision critique de l'avenir. Situé quelque part entre ici et demain, en quoi le projet de design fiction Une architecture des humeurs nous permet-il d'avoir un positionnement plus précis et plus exigeant sur le monde dans lequel nous voulons vivre ?

Une architecture des humeurs - Maquette 3D imprimée en plastique et présentée durant la scénographie de l'exposition New-T - 2010



En 2010, New-Territories¹, associés à un collectif pluridisciplinaire (mathématiciens, programmeurs, architectes, designers robotique) imaginent *Une architecture des humeurs*. Ils explorent de nouveaux modes d'agencement et de structuration de l'architecture à partir de la neurobiologie et des mathématiques, en s'inspirant du métabolisme² des êtres vivants. En transposant ce concept, le collectif propose une architecture qui mimerait la croissance et le développement des êtres vivants. En conséquence, les formes architecturales produites renvoient aux formes des coraux, de branches, ou de certaines plantes. Ces « coraux-villes » développent un imaginaire qui peut être comparé aux cités végétales de Luc Schuiten, représentant des villes où les citoyens habitent dans des bâtiments-arbres, en forme de plantes, développant ainsi le concept « d'archiboscence »³. Les productions de l'illustrateur nous plongent dans un monde imaginaire souhaitable, qui pourrait exister dans un futur lointain, « au lieu que ce soit demain, c'est après-demain, un peu plus loin, dans cent ans ou plus tard encore »⁴. New-T, pour leur part, cherchent à nous convaincre que le scénario architectural fictif qu'ils ont défini est crédible et envisageable dans un futur proche, grâce à la production d'artefacts de différentes natures et à une scénographie immersive les mettant en scène. Ces deux travaux, en parlant tous les deux d'hypothèses scientifiques, permettent de projeter des imaginaires, et de nous questionner sur notre monde actuel, ici plus particulièrement sur le rapport que nous entretenons avec la ville et les êtres vivants qui nous entourent, pour le remettre en question et le dépasser.

Bien qu'au premier abord, le scénario créatif ambitieux et les formes architecturales puissent paraître chimériques et tout droit sorties d'un film de science-fiction, l'ensemble du processus créatif s'appuie sur des connaissances scientifiques, et des technologies qui semblent réelles et maîtrisées. En effet, des experts de différents horizons scientifiques et créatifs ont collaboré sur ce projet, lui conférant un caractère concret. En prototypant chaque étape du scénario, New-T communique un projet architectural et un scénario plausibles. Leur proposition reprend les mêmes principes constructifs que ceux de la vérité scientifique, un raisonnement rigoureux, vérifié par l'expérience, le prototypage.

L'architecture des humeurs est un concept architectural qui se fonde sur le potentiel qu'offrent les sciences contemporaines pour approcher les humains via leur physiologie et leur équilibre chimique. Cette hypothèse architecturale tente de rendre palpables et prévisibles, grâce à la technologie, les transactions émotionnelles (chimiques) du « corps animal », le corps sans tête. Car lorsque l'on exprime oralement une volonté (ex: je veux un habitat collectif), il se peut que notre corps, par la diffusion de molécules biochimiques exprime le contraire (ex: j'ai peur, je me sens mieux tout seul). Il se créait alors des « malentendus ». New-T exploite ces confusions, pour faire surgir des formes architecturales, grâce à des outils numériques. Pour faire entrer cette fiction dans la réalité, le collectif produit diverses expérimentations vérifiant un scénario clair et précis. Ainsi, à ce stade, *Une architecture des humeurs* est envisageable demain matin, et cette possibilité n'est pas sans faire questionnement. Elle fait débat, et permet à chacun de se construire un avis critique sur cette hypothèse tangible.

En transposant ce concept, le collectif propose une architecture qui mimerait la croissance et le développement des êtres vivants.



Cité végétale - Luc Schuiten



Une architecture des humeurs - borne de captation des données mis en scène durant l'exposition New-T - 2010

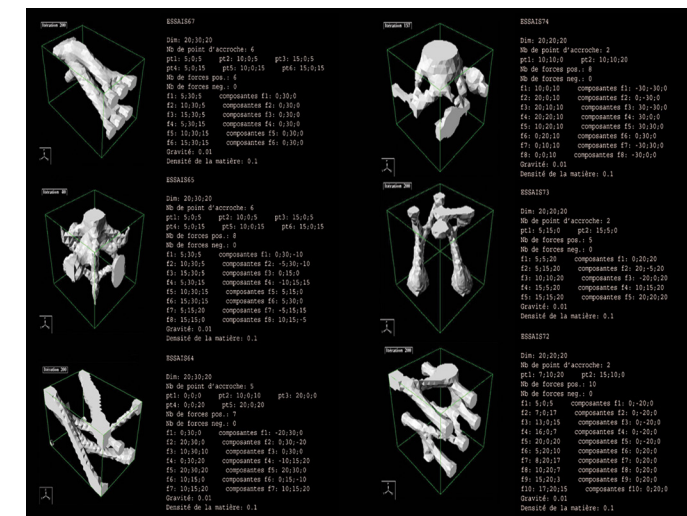
Cette hypothèse architecturale tente de rendre palpables et prévisibles, grâce à la technologie, les transactions émotionnelles (chimiques) du « corps animal », le corps sans tête.

La première étape de conception de cette architecture commencerait par une interview des futurs habitants afin de révéler « les malentendus » de leur discours conscient au regard de leur langage chimique et émotionnel. Pour cela, trois objets ont été conçus, trois objets dont on ne décrypte pas bien la fonction mais qui formeraient une station de captation de données chimiques liées aux émotions. Par leurs formes courbes, épurées, inhabituelles et leur couleur blanche, ils communiquent un univers stérile entre l'univers médical et le high-tech. Leur fonctionnement s'appuie sur des connaissances du monde scientifique, comme la captation de données chimiques grâce à de micro-aiguilles. À la vue de ce dispositif, les visiteurs ont pu se trouver dans un état situé entre la fascination, liée à ces objets technologiques mystérieux et harmonieux, et l'inquiétude à l'égard de ce dispositif déshumanisé. En effet, ce processus de captation de données de l'homme par la machine, mis

en scène lors de l'exposition et dans un court métrage, est dérangeant et plutôt angoissant. L'univers dans lequel New-T nous projette semble être une dystopie. Chaque individu, face à cette projection d'un avenir inquiétant en écho avec le présent, se positionne et réagit.

Suite à cela, grâce à des formules mathématiques et à l'outil informatique développé par l'équipe, des agrégats d'habitats sont modélisés numériquement. Tous ces habitats sont mis en relation entre eux pour créer un tissu urbain, ré-articulant ainsi le lien entre le collectif et l'individu.

Une architecture des humeurs - modélisation par un algorithme



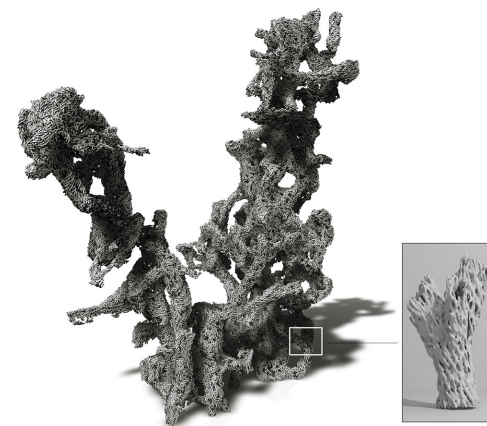
L'objectif est de redéfinir l'espace de la ville et des habitations qui la composent, comme des espaces d'échange, de conflit et de négociation. Comme dans les Favelas brésiliennes, l'architecture des humeurs vise à retrouver le caractère hétérarchique⁵ d'un territoire agencé d'une multitude d'habitats. Où le toit des uns devient la terrasse des autres, où rien n'est préalablement prévu et où la définition de propriété échappe à la simple définition verticale et néo-libérale : la privatisation et l'individualisation au détriment des communs et du groupe. Cette idée d'une ville ainsi constituée relève d'un positionnement contestataire vis-à-vis de l'organisation politique et spatiale de la ville Occidentale actuelle. *Une architecture des humeurs* proposerait une alternative spatiale plus sociale, plus collective, œuvrant pour le bien commun grâce à des habitations où les espaces privés et les espaces communs sont en constante relation, et leur délimitation difficile à percevoir, notamment sur les maquettes produites. Un engagement qui de ce point de vue, semble bon pour l'avenir...

En plus de cela, l'équipe développe un bio-ciment, un matériau dont la viscosité et l'adhérence sont compatibles avec la construction par sécrétion grâce à une machine. Issue de l'agriculture et non de combustibles fossiles, cette bio-résine serait faible en émissions de CO2. Il faudrait cependant connaître la quantité organique, la superficie et l'énergie nécessaires à sa fabrication... Là encore, la démarche du projet soulève beaucoup de questionnements, et la visée finale des architectes n'est pas claire.

L'objectif est de redéfinir l'espace de la ville et des habitations qui la composent, comme des espaces d'échange, de conflit et de négociation.

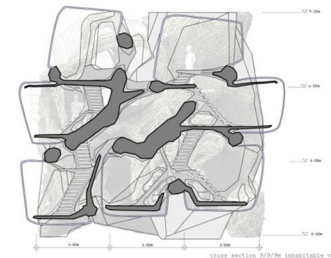


Une architecture des humeurs -bio-ciment développé



Une architecture des humeurs - test imprimé et tressage du tissu urbain

Une architecture des humeurs - Espace modélisé numériquement




Est-on dans une projection d'un futur souhaitable, où l'usage de la technologie permettrait aux gens d'habiter pleinement une ville qui a été construite selon leurs plus profonds désirs et leurs plus profondes aversions ? Est-on dans une architecture construite sur des incertitudes, où l'addition d'habitats qui s'attirent et se repoussent engendre une forme urbaine en totale symbiose avec les tensions et les collaborations représentatives d'un groupe, d'une communauté ? Cette forme spatiale favoriserait-elle des pratiques collectives, de coopération, de solidarité ?

Car on l'a vu, le caractère numérique et robotique pose question. D'autant plus que New-T, afin de réaliser cette structure territoriale tressée et en perpétuelle croissance, développe un processus robotique permettant de sécréter et d'extruder des boudins du bio-polymère. Ainsi, grâce à des robots automates qui « tissent » la ville, le tissu urbain se développe comme un être vivant. Tendrez-vous vers une ville plus organique, plus vivante, en déshumanisant complètement tous les processus de conception et de réalisation de celle-ci semble pour le moins paradoxal. De ce fait, si les humeurs co-déterminaient l'architecture, il semblerait au final que ce soit le numérique,

et des algorithmes déterminés en amont par des scientifiques qui décideraient vraiment de cette architecture...

Tendre vers une ville plus organique, plus vivante, en déshumanisant complètement tous les processus de conception et de réalisation de celle-ci semble pour le moins paradoxal.

Bien qu'elle soit radicale, expérimentale et prospective, New-T nous fait croire à sa proposition répondant à la question « si les humeurs co-déterminaient l'architecture ? ». Ce projet nous amène à nous questionner sur notre relation à l'habitat, sur nos désirs, et sur la construction robotique. Comme l'a dit l'écrivain de science-fiction Alain Damasio : « la science fiction se doit de proposer des alternatives », et, nous l'avons vu, il est difficile de positionner ce projet entre une alternative viable et souhaitable et une solution néfaste et insensée. Malgré les nombreux problèmes environnementaux et éthiques que ce projet soulève, il reste un exemple de recherche et de démarche prospective, permettant d'ouvrir le champ des possibles sur la pratique architecturale. C'est un scénario de fiction qui servira

d'exemple, ou de contre-exemple à d'autres hypothèses et approches architecturales. Son caractère prospectif et anticipatoire permet à chacun de construire un positionnement plus précis et exigeant sur notre avenir, pour nous mettre en action et dès maintenant façonner le scénario dans lequel nous voulons habiter. 

Malgré les nombreux problèmes environnementaux et éthiques que ce projet soulève, il reste un exemple de recherche et de démarche prospective, permettant d'ouvrir le champ des possibles sur la pratique architecturale.

1. New-Territories est une organisation d'architecture, co-fondée en 1993 par l'architecte François Roche. Avec la technologie, la robotique et la nature humaine, physiologique et psychologique, New-T a adopté une démarche de création découlant d'anticipations, d'inquiétudes et de réflexions sur l'avenir.

2. Le métabolisme est l'ensemble des réactions chimiques qui se déroulent à l'intérieur d'un être vivant et lui permettent notamment de se maintenir en vie, de se reproduire, de se développer et de répondre aux stimuli de son environnement.

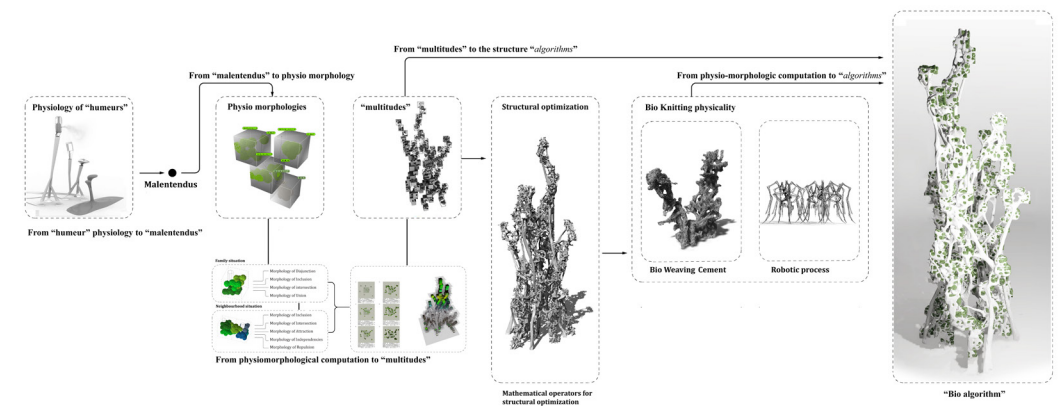
3. «L'archiborescence» est un néologisme issu de la contraction d'architecture et d'arborescence. Il est utilisé pour nommer l'architecture qui utilise principalement pour matériaux de construction toutes formes d'organismes vivants. Le développement de cités archiborescentes aurait de grandes répercussions sur la qualité de notre environnement par la suppression de toute pollution.

4. De Luc Schuiten dans une interview par Hortus Focus, le 17 septembre 2018.

5. L'hétéarchie est un système d'organisation qui se distingue de la hiérarchie parce qu'il favorise l'interrelation et la coopération entre les membres plutôt qu'une structure ascendante.



Une architecture des humeurs - Prototype d'un automate et projection d'une vidéo de celui-ci en action



Une architecture des humeurs - Schéma du process de création



Une architecture des humeurs - Scénario de l'interview d'un futur habitant

Et si nous ne mangions plus ?

Zoé Adloff



Manger... Au-delà d'être un vrai plaisir pour certains ou un moment de partage pour d'autres, cela s'avère être un réel besoin : primaire et vital. Nous avons besoin de manger et de boire. Notre pays n'est pas en déficit de denrées alimentaires. Mais avec une utilisation sans mesure de l'eau douce et potable qui est une ressource épuisable - il est important de le préciser - et l'agriculture qui ne cesse d'en nécessiter davantage, nous pourrions tomber dans un cercle vicieux... L'image d'un monde où on ne mangerait plus semble inconcevable dans une société où la profusion alimentaire occupe nos rayons de supermarchés. Si les étagères des grandes enseignes de distribution croulent, ils ne sont en fait que le reflet d'un mode de consommation effréné s'articulant sur le principe du « toujours plus, toujours plus vite ». Les modes de productions se sont adaptés et ont changé leur rythme, cela a donné naissance à l'élevage intensif ou à la création des OGM (organismes génétiquement modifiés) par exemple. Cette course à la consommation pourrait mener à l'appauvrissement de nos ressources. Et si nous n'avions plus de nourriture ? C'est un scénario catastrophique mais plausible, à l'heure où la population mondiale croît à mesure que se dégradent les ressources. Pour la lecture de cet article, la conjonction « Si » n'est pas anodine. Elle introduit une éventualité et elle est en adéquation avec l'artéfact choisi puisqu'elle donne cette valeur d'hypothèse à la problématique soulevée. En projetant dans un futur inconcevable jusque là un scénario crédible, nous venons à penser de toutes nouvelles projections. Le design fiction est là pour mesurer la désirabilité de ces projections. Alors, dans un futur où nous perdriions toutes nos ressources alimentaires, comment l'action de manger se dessinerait-elle ?

Décor aseptisé et pur de la vidéo de présentation



Et si cette question avait déjà suscité réponse ? Johanna Schmeer, en effet, est une créatrice ayant plusieurs cordes à son arc et au moins d'eux nous intéressant : le design et la science. Elle nous présente une manière très particulière de manger et de boire. L'essence de son travail se trouve dans l'élaboration d'artéfacts énigmatiques délivrant tout ce dont nous avons besoin pour vivre. Ni plus ni moins. Le concept est fondé sur une avancée scientifique récente dans la synthèse de cellules « biologiques » fonctionnelles fabriquées à partir de polymères et d'enzymes. Elle s'appuie sur des recherches scientifiques très sérieuses menées sur les nanotechnologies pour obtenir cette photosynthèse artificielle. C'est Russell Johnson, scientifique, qui est parvenu le premier à produire des cellules biologiques à partir de machines. Chacune des pièces composant la série produit, grâce à une photosynthèse artificielle, l'une des catégories de nutriments essentiels pour l'organisme : eau, vitamines, fibres, sucre, gras, protéines et minéraux.

Incroyable ! Ou juste effrayant ? C'est là où se trouve la frontière, et celle-ci se veut mince car la vidéo de présentation de ces succulents objets est plus qu'intrigante.

La dimension charnelle intégrée dans cette courte vidéo nous interroge davantage sur notre rapport à la nourriture, à la consommation.

Bioplastic Fantastic se présente dans un décor aseptisé, au milieu de couleurs pastel harmonieuses, du vide donnant une profondeur sourde à la bande son accompagnant la vidéo. Johanna Schmeer parvient autant à nous captiver qu'à nous mettre mal à l'aise. La designer se met en scène, elle caresse, elle presse, elle joue avec ses objets. La dimension charnelle intégrée dans cette courte vidéo nous interroge davantage sur notre rapport à la nourriture, à la consommation. Les objets qui dégoulinent de liquides non identifiés ne nous mettent pas l'eau à la bouche.



Lactobacillus - De la collection Bioplastic Fantastic

Il importe également de constater qu'en plus de ces pièces, Johanna nous offre une manière inédite d'ingérer, d'appréhender la consommation : c'est avec une délicatesse et une attention particulière à la quantité que la designer se délecte. On peut ici admirer la rencontre entre l'humain et ces étranges artéfacts : le rapport est ambivalent entre contact et appréhension. Ces objets, tous texturés de manières différentes, possèdent chacun une identité particulière. Leur similitude au monde organique renforce l'idée d'éléments vivants, et la mise en scène écarte par ailleurs toute autre présence humaine. Les objets nourriciers prendraient-ils aussi le rôle de compagnons de repas ? Et si cette manière de se nourrir, de boire, n'était pas une chorégraphie créée au hasard ? Peut-être veut-elle nous montrer, par une certaine élégance dans le geste doucement rythmé, que cette façon de procéder s'avère être la bonne ? « Mieux consommer » serait alors également lié à une nouvelle vision et appréhension du contenu de notre assiette. Cette mise en scène est habilement menée pour nous projeter dans un contexte qui nous est totalement inconnu.



Cyanobacteria - associé à Nozzles, production de sucre

En incorporant un décor, des sons, un processus de gestuelle, un rythme, Johanna Schmeer nous plonge dans un nouvel univers déroutant et donne de la crédibilité à une situation difficilement envisageable : ne plus boire ou manger au sens premier des termes. Car dans cette vidéo, nous observons une manière d'ingérer totalement singulière : on ne peut plus utiliser ici les termes « boire » ou

« manger ». En effet, il semble que *Bioplastic Fantastic* étudie de nouveaux types de produits et d'interactions qui pourraient émerger entre innovations techniques (nanotechnologies) et ressources vitales restreintes. Cette batterie d'objets explore également les solutions de design qui pourraient se présenter avec ces nouveaux types de matériaux : rendre le design plus sensuel, et moins froid. La perte de la sensualité naturelle de la nourriture traditionnelle est remplacée par une sensualité artificielle maîtrisée dans la forme et dans l'usage.

Cette mise en scène est habilement menée pour nous projeter dans un contexte qui nous est totalement inconnu.



Pseudomonas - produisant de l'eau par l'air

La nourriture peut s'avérer très séduisante. Ce ne sont pas les grands chefs qui diront le contraire : le dressage, la composition de l'assiette peuvent être parfois plus longs que le temps de préparation. Cuisiner est un art. Pour parler seulement de l'apparence, les Sampuru sont un bel exemple : ces très belles assiettes garnies de différents plats japonais sont complètement factices. Ce sont des sculptures minutieuses, elles ont des couleurs extrêmement vives, brillantes, alléchantes qui

La perte de la sensualité naturelle de la nourriture traditionnelle est remplacée par une sensualité artificielle maîtrisée dans la forme et dans l'usage.

remplacent presque le goût. Elles sont inventées en 1945, et premièrement réalisées en cire pour pouvoir présenter les plats des cafétérias japonaises en évitant le gaspillage. Elles ont rapidement troqué la cire pour le PVC et sont devenues très populaires. C'est un marché très imposant, admettant tout de même un petit bémol : la quantité de plastique utilisée pour ces objets se multipliant et n'ayant de fonction que la décoration. Pas de gaspillage pour ces imitations de nourriture mais pas de recyclage non plus...



Sampuru Japonais - nourriture de plastique

Cette production nous prouve que l'importance dédiée à la forme a une justification tout à fait recevable : donner envie au consommateur de la posséder. Cette fausse nourriture nous projette directement dans le futur instant de dégustation. Le client admire ces belles assiettes remplies d'aliments ultra réalistes derrière un présentoir en s'imaginant déjà à table grâce à un plat parfaitement reconstitué. Ces objets d'origine japonaise reproduisent une réalité alimentaire alléchante, ils magnifient et figent un plat qui constitue un moment de plaisir dans l'esprit du consommateur.

Johanna Schmeer fait également appel à notre sensibilité. Mais il y a une différence frappante avec l'exemple précédent. Elle conçoit de beaux objets, certes, mais ceux-ci sont très éloignés de la nourriture que nous avons l'habitude de consommer. Au-delà des aliments communs que nous ne retrouvons pas dans

la présentation de *Bioplastic Fantastic*, c'est également un nouveau scénario du « moment de se nourrir » directement induit par ce que nous consommons. Ici, on oublie les couverts ou l'assiette, on ingère seulement des substances via des interfaces productrices. Nous n'avons jamais vu la nourriture de cette façon, cela peut rebuter voire faire peur. La nouveauté peut nous effrayer, même dans notre assiette et cela porte un nom : la néophobie qui se caractérise tant par le refus des aliments nouveaux que par l'abandon (plus ou moins temporaire) de certains aliments. Ce phénomène concerne l'enfant et les changements alimentaires entraînés s'établissent sur la période qui court de 2 à 10 ans. On parle d'un processus de construction alimentaire et on observe d'ailleurs bien une sorte de cycle : l'enfant commence par la tétée, une alimentation exclusivement lactée, puis le répertoire alimentaire se solidifie partiellement.

Ces objets d'origine japonaise reproduisent une réalité alimentaire alléchante, ils magnifient et figent un plat qui constitue un moment de plaisir dans l'esprit du consommateur.

L'enfant ingère des compotes, de la purée pour aller vers des aliments de moins en moins mixés. Cette étape constitue une vraie expérience pour l'enfant qui commence à mettre tout et n'importe quoi à sa bouche. C'est le moment pour lui de tester de façon orale les matières, les textures pour trouver ses préférences. La troisième étape est donc fatidique : c'est le moment d'affirmer ses goûts et ses dégoûts en refusant certains aliments. Cette étape va de pair avec sa capacité à parler et son autonomie. L'enfant se construit personnellement et se sert de ses expériences avec son environnement et son entourage pour s'individualiser.

Avec ces objets remplis d'enzymes, le mode d'alimentation s'apparente à « manger pour vivre ». On ingère les nutriments indispensables pour notre corps. L'expérience de l'alimentation est alors complètement appauvrie. Le corps et les sens sont privés d'une partie des propriétés organoleptiques de l'alimentation que nous connaissons : odeurs, textures, goûts innombrables des aliments. La découverte de

Caulobacter crescentus - Bioplastic Fantastic



nouvelles saveurs semble limitée, et l'échange culturel lié à la confection des différents plats disparaît. Au-delà d'une expérience sensorielle inaccomplie, la notion de commensalité semble balayée : la portée sociale et politique d'un repas partagé attribue à l'action de manger des valeurs de partage et de cohésion importantes.

La solution semble moins alléchante mais elle n'en demeure pas si insensée que cela si l'on en vient à réellement manquer de ressources ; les spéculations se font de plus en plus nombreuses. L'ONU nous livre quelques chiffres inquiétants : 3,6 milliards de personnes vivent dans des zones où l'eau peut manquer au moins un mois par an, un nombre qui pourrait atteindre 5,7 milliards en 2050. Les émissions de CO2 et de gaz à effet de serre ne cessent de grimper également. Notre délicieux steak n'y est d'ailleurs pas pour rien car l'élevage intensif possède un bon gros bilan carbone mais il est aussi très gourmand en eau et en énergie. Pour les années à venir, nous avons donc deux grandes missions : stabiliser nos ressources en limitant le réchauffement climatique, les unes étant liées à l'autre évidemment. Et pour cela, l'Organisation des Nations-Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO) préconise de diminuer notre consommation de viande, de privilégier les légumes et pourquoi pas les insectes, de favoriser la pêche durable, ou encore de passer à l'agroécologie... Pour être clair, il va falloir changer radicalement nos habitudes de consommation et de production. Et si tout cela n'était pas respecté ou que cela

ne suffisait pas ? Les suppositions s'arrêtent à 2050. Et après ? Il est très facile de s'imaginer qu'on ne parvienne pas à soutenir nos ressources. Dans ce cas, « synthétiser » de l'eau n'est alors pas si fou et devient presque la seule solution. Johanna Schmeer s'intègre dans le « design fiction » ou la « fiction spéculative ». Une forme de design mettant en scène les hypothèses de demain, plus ou moins proches d'une réalité future. Et la solution proposée respecte toutes les contraintes : notre organisme aura tous les nutriments dont il a besoin. Pourtant cette alternative est difficilement concevable.

Pour être clair, il va falloir changer radicalement nos habitudes de consommation et de production.

La beauté de ces objets n'est pas anodine, comme expliqué plus haut. Elle lève un peu la



Nozzles - produisant du sucre

réticence que nous avons à passer un cap, à changer radicalement de modèle. Modèle rattaché à des traditions, à des comportements, à une multitude de gestes et aussi à des vertus sociales. Et si le designer se servait de la force de la forme pour faire adhérer à une idée qui, initialement, semblait impossible ? Les couleurs sont attractives et très harmonieuses, la gamme colorée qui se rattache à cette collection d'objets est très minutieusement choisie. Ces objets en (bio)plastique semblent tout droit sortis du milieu naturel : on leur accole facilement l'adjectif « organique ». Ce sont en fait des plastiques « biosourcés » provenant de la biomasse (végétaux, déchets de végétaux...). Par ailleurs, aujourd'hui, on accepte sous le terme « bioplastique » des polymères fabriqués avec 70% de pétrole. Le matériau initial est oublié grâce à des textures et des formes qui nous renvoient à un tout autre imaginaire. Cela préserve donc de l'appréhension qu'il y a à s'alimenter avec du plastique. Le plastique ne faisant pas seulement office de contenant mais aussi de source : il produit l'aliment ingéré. Il est nourricier et fructueux, la photosynthèse permet un cycle de renouvellement du nutriment. Le plastique est alors élevé au rang de « créateur », il n'est plus inerte mais vivant ! La science est un autre thème bien présent dans cette vidéo de présentation. La pureté du lieu nous dirige même vers le domaine du médical, de la médecine futuriste. La très soigneuse façon de toucher ces objets et de s'en délecter nous





Caresser les objets nourriciers

renvoie à la précision de la médecine.

C'est l'ambivalence qui est recherchée : nous ressentons à la fois un malaise et de la fascination.

Alors même si cela peut nous paraître dystopique une fois l'exemple analysé, cette production est révélatrice d'un nouveau champ d'imaginaires. Cette projection vers un possible futur et les moyens pour y parvenir nous invitent à ouvrir nos esprits et à ne pas nous limiter à un avis. La production interpelle car elle nous plonge dans un univers désirable, sensuel et mystérieux. C'est l'ambivalence qui est recherchée : nous ressentons à la fois un malaise et de la fascination. Plutôt que d'être une proposition ou une solution, le projet vise à poser des questions et à provoquer des discussions sur les types d'applications que nous serions prêts à intégrer dans notre vie quotidienne future.

Et si le designer se servait de la force de la forme pour faire adhérer à une idée qui, initialement, semblait impossible ?

C'est ce champ des possibles et cette pluralité des « et si... ? » que les designers sont invités à exploiter. Les potentialités sont nombreuses et diverses et si celle dessinée par Schmeer apparaît comme une solution pour survivre face à un manque de ressources, elle peut également être perçue bien plus légèrement. Elle a le pouvoir de nous intriguer et de nous faire rêver. Peut-être même que sa véritable force ne se trouvera pas dans le premier visionnage : c'est lors de la digestion que la magie opérera. Elle arrive également à nous questionner sur nos futures conditions de vie : « si cela devenait réellement la seule façon de se nourrir ? en ai-je vraiment envie ?... »  



En Cène est la revue du DSAA Design écoresponsable,
Design Espace, Design Graphique, Design Produit
du Lycée Raymond Loewy à La Souterraine,
Pôle supérieur de design Nouvelle Aquitaine.

Ce numéro traite la thématique «   ».

Rédaction et production

Aude Mourin, Louise Boulanger, Margaux Hermant,
Yannick Aly-Beril, Marion Lorrain,
Théo Cammarata, Zoé Adloff



Direction graphique et éditoriale

Anne-Catherine Adam-Céard



Conception graphique et éditoriale

Margaux Hermant
Louise Boulanger, Pauline Persent, Julie Rastello



Comité de rédaction

Bertrand Courtaud, Julien Borie



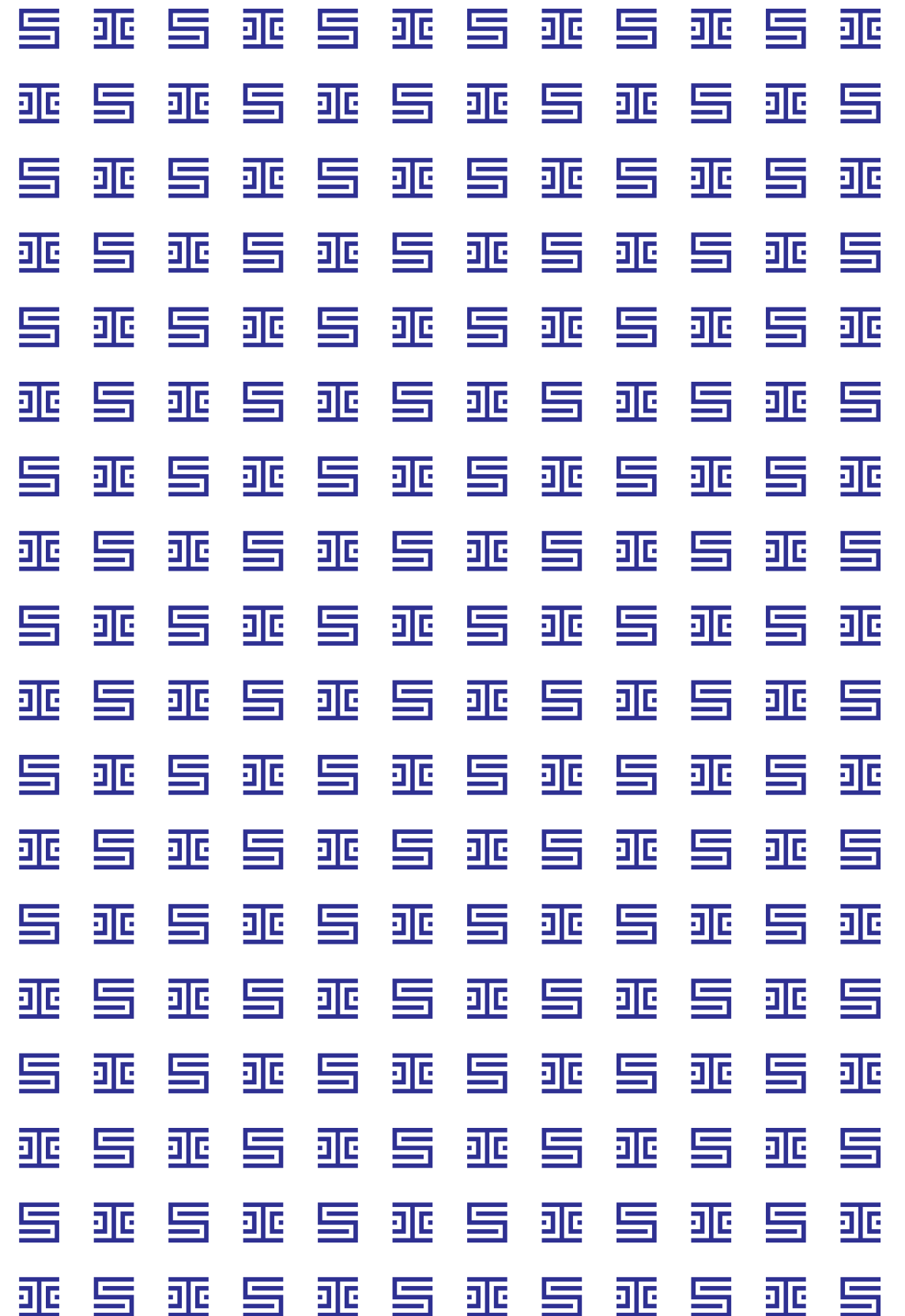
Équipe pédagogique

Anne-Catherine Adam-Céard, Julien Borie, Élisabeth
Charvet, Bertrand Courtaud, Ann Pham Ngoc Cuong,
Laurence Pache, Christophe Recoules, Lucille Thiery



Crédits typographiques

Carre - Suisse Int'l



ENCÈNE

ENCÈNE

ENCÈNE

ENCÈNE

ENCÈNE