



La Revue du Design

Regards sur le design contemporain

Hors Série n°4 - Janv/Juin 2010

Sommaire

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Air Vase | 4 |
| Paper planes | 4 |
| Vue watch | 5 |
| Fresh | 6 |
| Grip | 7 |
| Hoop | 8 |
| Design et entreprise, quelles sont les évolutions en cours? | 9 |
| Do you matter ? How great design will make people love your company | 12 |
| Straw | 13 |
| L'évolution de la Porche 911 | 14 |
| Edge table | 16 |
| Plank | 17 |
| Totem | 17 |
| Small chair hiroshima | 18 |
| La caricature du designer en action | 19 |
| Arba | 20 |
| Guindalo | 21 |
| Wall Piercing | 22 |
| Bik.e | 23 |
| Le designer après Copenhague | 24 |
| Kermesse | 26 |
| TV flash | 27 |
| Dynamic LED light | 27 |
| Le Japon, tête de file des sciences de la conception | 28 |
| Champ | 29 |
| Lianes | 30 |
| Bloom | 31 |
| Light Touch | 33 |
| Obsession Series | 33 |
| Io noi | 34 |
| Goldplated Staples | 36 |
| Sen | 37 |
| TEEbooks | 38 |
| Dito From Scratch | 39 |
| Démocratique dans sa genèse et inhabituel dans sa forme, le design collectif de Dito | 41 |
| PrettyPretty | 43 |
| Le design, ce grand oublié | 44 |
| Philippe Table | 48 |
| Alphabétisons les masses: design pour tous! | 49 |
| Sun Tunnel | 51 |
| Moais | 53 |
| Chippensteel Inox Steel | 54 |
| Boho | 55 |
| Killing the Design Fathers | 56 |
| Functional Ornamental Dishes | 57 |
| Urban Garden | 58 |
| Ruché | 59 |
| Filo | 61 |
| Nest Chair | 62 |
| Agatha | 63 |
| Lounger | 64 |
| Ola | 65 |
| The idea of a tree | 67 |
| L'Artisan Electronique | 68 |
| Sculpteo | 69 |
| Axor Bouroullec | 71 |
| Accueil Lamp | 72 |
| Hackable solar electric car | 73 |
| Haven | 75 |
| Parler du design: deux approches | 76 |
| Design, encore toute une histoire? | 77 |
| Che Fare | 78 |
| REsign | 80 |
| In Progress? | 81 |
| Et le design redeviendra poussière | 83 |

BRÈVES ET ACTUS / ANALYSES ET REGARDS

Edito

Les six mois qui viennent de s'écouler ont été riches, tant pour *La Revue du Design*, qui a connu une refonte importante de son site Internet, que pour le design et son actualité en général. Plusieurs thèmes forts structurent ainsi ce quatrième hors-série, que nous sommes heureux de vous présenter. En voici quelques uns.

Tout d'abord, nous avons le sentiment de vivre une réelle « explosion » des médias consacrés au design en ligne. Ces derniers mois ont ainsi vu naître une télé du design⁽¹⁾, un site dédié au dialogue entre PME et design⁽²⁾, ainsi que bon nombre de blogs ou sites Internet⁽³⁾. Les sites déjà existants, quant à eux, revendiquent tous une forte augmentation de leur nombre de visites⁽⁴⁾. Issus d'initiatives individuelles⁽⁵⁾, d'institutions, d'écoles de design⁽⁶⁾, etc., de nombreux contenus accessibles en ligne ou téléchargeables, d'excellente qualité, participent ainsi à une meilleure diffusion du design, de son actualité ou de sa théorie.

Un autre thème a particulièrement retenu notre attention: le développement d'une forme de « néo-artisanat », regroupant des démarches de designers qui se situent, par choix ou par nécessité, en dehors d'un contexte de production en grande quantité. Ce design « de galerie » ou de petites séries, misant souvent sur le fait-main et une esthétique plus « aléatoire », nous semble constituer un débouché non négligeable pour des designers, jeunes ou moins jeunes, qui peuvent ainsi produire, à peu de frais et hors contexte industriel, dans des circuits commerciaux qui restent toutefois pour la plupart à imaginer.

Au travers de ce type de démarches, on constate également un élargissement des « formes » du design: loin du travail sur les archétypes qui a marqué les dernières décennies, on assiste en effet aujourd'hui à la mise en scène d'une diversité d'usages, de compositions, de textures, de finitions plus ou moins « lisses » ou imparfaites...

Dernier point sur lequel nous avons envie d'insister en introduction: la démultiplication des « acteurs » du design. Le nombre croissant de jeunes créateurs, qui cherchent des voies différentes pour exister et diffuser leur production, allié à un média en soif constante de nouveauté (Internet), permet à des démarches ou des initiatives inédites d'apparaître et de se voir rapidement diffusés. Tout l'équilibre, pour des sites et médias comme le notre, est alors de repérer parmi ces projets ceux méritant l'attention, sans pour autant céder aux sirènes de l'originalité à tout prix.

Voici donc, très sommairement, quelques-unes des thématiques qui traversent ce quatrième Hors série, celui-ci regroupant des articles qui ont été publiés sur le site Internet de *La Revue du Design* entre janvier et juin 2010. Egalement, comme nous l'avions fait pour nos numéros précédents, nous avons intégré quelques commentaires de lecteurs lorsque cela nous semblait pertinent. Tous n'ont évidemment pas pu être présentés, que leurs auteurs nous en excusent.

Je vous souhaite une excellente lecture.

Alexandre Cocco
redac@larevuedudesign.com

*Nous remercions tout particulièrement les auteurs ayant rédigé des articles parus sur le site www.larevuedudesign.com, et qui sont regroupés ici : Tony Côme, Thibaut Devereaux, Clément Gault, Christian Guellerin, Stéphane Laurent, Céline Mougenot, Elodie Palasse. Nous saluons également les lecteurs assidus ou plus occasionnels de *La Revue du Design*, notamment ceux qui nous font régulièrement part de leurs pertinents commentaires : Maupado, Candyves, Waldezign, Rothring, Slasha, Prof Z, Marc, Mauro, Spasmody, Lutz, Fabsolute, Clément, Gilles, Mirokatsù, Es... des designers, architectes, chercheurs ou amateurs éclairés qui se reconnaîtront.*

(1) <http://designpro.tv/accueil>

(2) <http://www.entreprise-et-design.fr/>

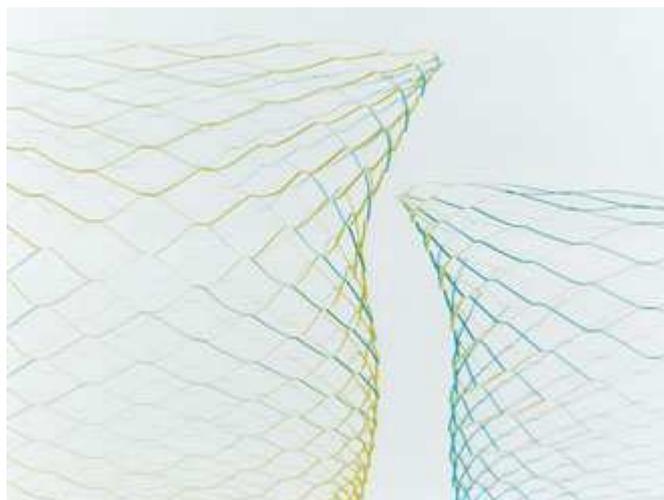
(3) Citons simplement, à titre d'exemple, le blog de Fabio Novembre, intitulé Io Noi (<http://www.ionoi.it/>), et que nous évoquons d'ailleurs page 34.

(4) Le site dezeen.com revendique à ce jour 1,7 million de visites par mois et cinq cent mille visiteurs uniques absolus (pour un trafic qui a augmenté de 90% entre 2008 et 2009), quand designboom.com culmine à 2,5 millions de visiteurs par mois.

(5) Le suédois David Carlson, fondateur du blog <http://davidreport.com/>, a mis en ligne en mars dernier un pdf téléchargeable intitulé «Time to Rethink Design», dans lequel il livre son analyse sur les modifications à venir du design (<http://www.davidreport.com/File/update/371/>)

(6) Citons deux exemples: la revue Collection de la Parsons School of Design (http://www.parsons-paris.com/Knowledge_Network/Collection-n01-FR.pdf), et les Cahiers de la Recherche en Design (Cadi) de l'Ecole de Design de Nantes Atlantique (<http://cadi.lecolededesign.com/>)...

Air Vase



Imaginé par l'agence Torafu, ce vase peu prendre de multiples formes. Comme un exosquelette léger et poétique, il se déforme à souhait et se joue de nos perceptions.

Réalisé à partir d'un papier bicolore, il est perçu de manière différente selon ses positions.



Une vidéo, accessible sur le site, permet de mieux comprendre le principe.

Photos © Satomi Tomita.

Source: torafu.com, mocoloco.com

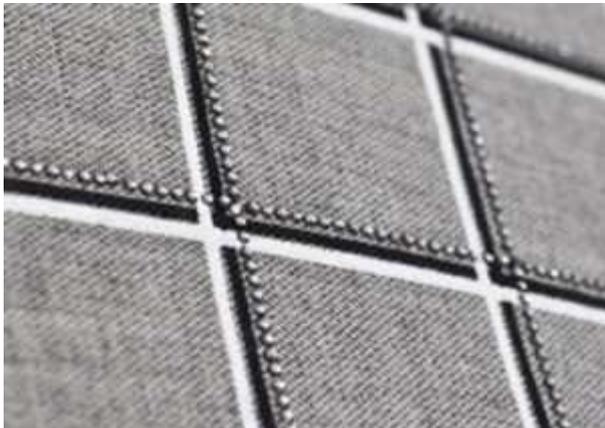
Cet article a été publié le 17 février 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Petits objets et accessoires.

Paper planes

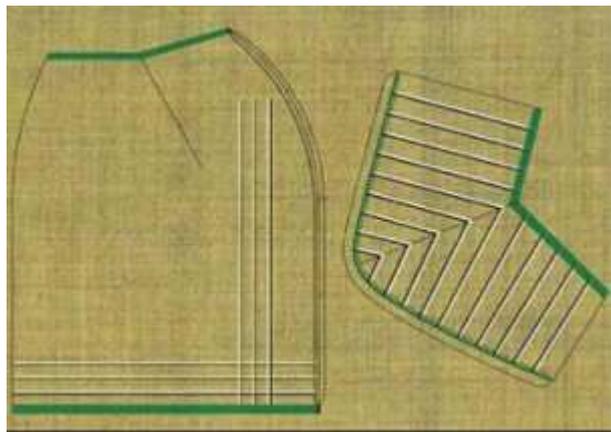


Paper planes © Jonathan Levien, Nipa Doshi

Jonathan Levien et Nipa Doshi se sont rencontrés au Royal College of Art de Londres, et ont débuté leur collaboration avec Moroso en 2007. Développant de nombreux projets autour du textile, ils viennent de présenter, à Milan leur dernière réalisation: deux fauteuils aux bords relevés, tramés de fines particules de cristal et créés en partenariat avec Swarovski Elements.



Paper planes © Jonathan Levien, Nipa Doshi



Paper planes © Jonathan Levien, Nipa Doshi

"The brief for this project was to create a usable product, so we had to make sure the crystal had some function and didn't overwhelm the whole piece. We designed a highly geometric checked fabric where the crystal forms one of the lines. It becomes a fine, repeated detail rather than a massive statement." "In material terms, the wool fabric is light-absorbent and the crystal reflective. It was important to play with that contrast".

Sources: crystallized.com, madameherve.typepad.com, dezeen.com.

Cet article a été publié le 30 avril 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.



Paper planes © Jonathan Levien, Nipa Doshi

Vue watch



Vue watch © Fuseproject / Issey Miyake Watches

Comme pour mieux signifier l'évanescence du temps qui passe ou qui arrive, la montre Vue watch développée par Yves Behar pour Issey Miyake Watches dévoile les heures les unes après les autres.



Vue watch © Fuseproject / Issey Miyake Watches

Une vidéo de présentation est visible sur le site fuseproject.com.

« The mindset of VUE, our new watch with Issey Miyake, is to experience the mystery of time hour by hour: VUE is a way

to feel time's appearance and disappearance in our lives. By seeing only the current hour, while the last hour representing the past and the next one representing the future subtly fade in and out, we can live a new view (VUE) of time. » (Yves Behar, Fuseproject).

Source: fuseproject.com.

Cet article a été publié le 29 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Petits objets et accessoires.

--

Commentaires

Prof Z dit:

le 29 mars 2010 à 9 h 05 min

.... je dirais plutôt « l'éva-naissance » du temps car il y a naissance de l'heure comme une apparition sur le sable d'un coup de râteau dans un jardin zen après visite d'exposition d'art cinétique.

Même si le concept n'est pas nouveau, l'heure Fuse... dans un luxe paradoxal, un luxe minimaliste, un luxe zen. VUE ? C'est toute la simplicité du fuse projet dirait notre Oracle Ito national.

slasha dit:

le 30 mars 2010 à 11 h 45 min

elle est plutôt réussie cette petite montre...

Fresh



© Normal Studio / Eno

Normal Studio vient de dessiner plusieurs nouvelles pièces pour ENO, notamment une carafe et une brique à vin intitulées Fresh, et réalisées en terre cuite.

Utilisée depuis l'antiquité pour sa capacité à conserver la fraîcheur, la terre cuite se trouve ici travaillée en formes simples, tout juste marquée de quelques détails formels qui lui apportent une certaine contemporanéité: la forme du bouchon en liège pour la brique à vin et le motif texturé pour la carafe.

Source: medesignmag.com.

Cet article a été publié le 3 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Petits objets et accessoires.



© Normal Studio / Eno



© Normal Studio / Eno



Grip



Grip © Marco Dessi / Lobmeyr



Grip © Marco Dessi / Lobmeyr

Le designer italien Marco Dessi a créé une collection de verres et carafes pour la marque autrichienne Lobmeyr.

Intitulée Grip, elle est caractérisée par des formes aux courbes douces, marquées en leur base par un ensemble de fines incisions.

La marque Lobmeyr est notamment connue pour éditer des pièces de designers importants du XXe siècle, tels Josef Hoffmann et Adolf Loos.

Source: dezeen.com.

Cet article a été publié le 19 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Petits objets et accessoires.



Grip © Marco Dessi / Lobmeyr



Grip © Marco Dessi / Lobmeyr



Grip © Marco Dessi / Lobmeyr

--
Commentaires

*maupado dit:
le 19 mars 2010 à 8 h 40 min
quelle merveille! un coup de griffe qui change tout...*

*es dit:
le 19 mars 2010 à 16 h 06 min
Très beau. Est-ce que ces petites incisions facilitent la fabrication ?*

*Prof Z dit:
le 20 mars 2010 à 12 h 08 min
l'idée symbolique serait excellente pour une casserole en verre que l'on pourrait mettre sur le gaz
le grip en design c'est autre chose : bonne tenue en main*

Hoop



Hoop © Arik Levy / Living Divani

Les fauteuils et canapés Hoop, dessinés par Arik Levy, se composent d'une structure filaire, métallique et monochromatique, accueillant un ensemble de coussins aux couleurs variées. Un contraste étonnant, se jouant des pleins et des vides.



Hoop © Arik Levy / Living Divani

La gamme Hoop est produite par la marque italienne Living Divani. Elle se décline en version intérieure et extérieure.



Hoop © Arik Levy / Living Divani

Source: livingdivani.it.

Cet article a été publié le 19 janvier 2010 à 2 h 20 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--
Commentaires

maupado dit:
le 19 janvier 2010 à 9 h 16 min

Living, c'est la marque des canapés de Piero Lissoni, qui, s'il a parfois allégé ses propositions, n'est jamais allé aussi loin. Living est une marque qui ne fait habituellement pas vraiment dans l'exploration et la prospective. Ici, pourtant, la question est posée de la soustraction de matière, de la suspension et de la légèreté, avec le risque de la fragilité, de l'inconfort, de la pérennité douteuse, en tout cas, en termes de perception de la part du consommateur, ou du simple regardeur...

Prof Z dit:
le 22 janvier 2010 à 9 h 09 min
il faut dire que c'est un canapé d'extérieur
Piero Lissoni est DA de nb marques italiennes. Internet est le media le plus influent, et c'est un media visuel. Il faut être visible par une internationalisation des choix des designers et une différenciation produit.
Arik Levy tire un fil (wire frame)...de Zanotta à LivingDivani...
http://www.scossa.co.uk/acatalog/info_497.html

Prof Z dit:
le 23 janvier 2010 à 10 h 31 min
pour contextualiser : en 1985 le volume de plastique fabriqué ds le monde dépasse le volume de metal...ce qui correspond à la période Starck Kartell. Aujourd'hui le metal revient et Starck devient transparent. Les explications de Patrick Jouin ex responsable meuble de Starck en 2007
P.J. « Je dessine pour l'entreprise italienne de plastique Kartell, et je me demande si ce matériau que l'on a rendu noble doit disparaître. Il est de plus en plus léger, avec moins de matière, mais il n'est recyclable que s'il est transparent, noir ou blanc. Il ne faudrait plus utiliser la couleur ? De même à Murano, les verres colorés ? Et si on se met à calculer «l'énergie grise» et la quantité de matière pour fabriquer des chaises, le bilan va être édifiant. Ma Facto en acier pour Fermob pèse 5 kg, ce qui est énorme ; la Thalya de Kartell en plastique, 2,2 kg. Mais la Superleggera en bois (1951-1957) de Gio Ponti pèse seulement 1 kg. Et si on prend en compte les autres facteurs entrant dans la production du produit, comme le transport, on s'aperçoit qu'une chaise en bois peut être fabriquée avec un équipement simple partout dans le monde, mais qu'une chaise en plastique injecté nécessite un moule unique. Même si on utilise moins de matière, c'est l'énergie pour fabriquer ce moule en acier qui reste considérable. C'est Gio Ponti qui est le plus écologique. »

Design et entreprise, quelles sont les évolutions en cours?

Par Thibaut Devereaux.

Les métiers du design évoluent assez rapidement et prennent de plus en plus d'importance dans les entreprises. On peut donc légitimement se demander qu'est-ce que cela implique.

Regardons les grandes tendances de cette évolution.

1. La tendance « form follows fonction » devient « **concevoir par les usages** » et trouve écho dans les nouvelles tendances de conception issues des nouvelles technologies, liées au modèle anglo-saxon centré sur les usages.

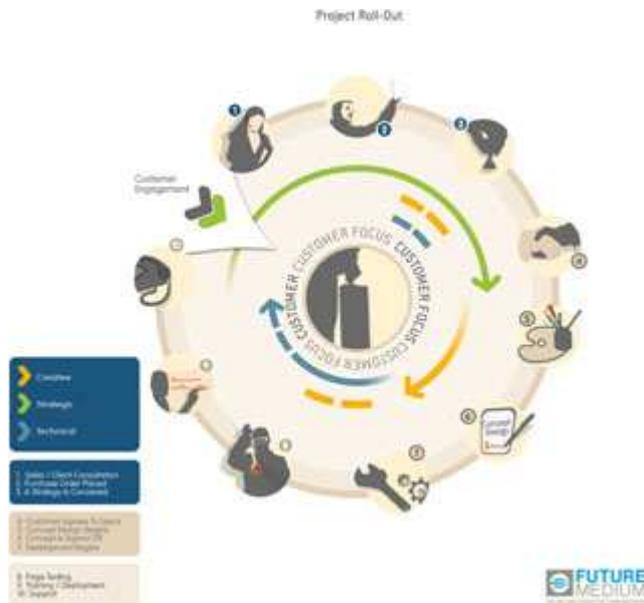
2. On parle beaucoup de management dans les formations bac+5 en design. **Le management est indispensable à la conception et à la stratégie**, certes. Va-t-on aller plus loin et rejoindre le modèle « designer – chef de produit » anglais?

Sous l'influence des nouvelles technologies le design s'anglicise?

Parmi les tendances lourdes qui dirigent le positionnement du design celle ci fait figure d'essentielle:

On parle de plus en plus du design comme faisant la somme de problématiques d'expérience utilisateur (besoin, usages, ressentis...) et des différents inputs de l'entreprise. On y associe souvent la pensée systémique et le co-design.

Le designer se retrouve au centre d'un écosystème où il agrège les inputs venant de toutes les directions pour aboutir l'objet ou le service tel qu'il sera sensible par l'utilisateur.



La tendance du designer-cohérenciateur est déjà très largement établie, identifiée et validée sur le terrain par la recherche. Elle constitue l'un des fers de lance actuels du positionnement du design. C'est-à-dire que le designer travaille en équipe ou plus précisément « entre les équipes » et fait le lien entre les problématiques de chacun sur le produit.

Cela constitue un argument de plus pour aller vers le « designer – chef de produit » à l'anglaise mais il faut aussi bien prendre en compte les particularités du design Français.

- En France le design produit est plus présent que le design numérique même si les objets interactifs, de plus en plus présents, et rapprochent les deux.

- Alors qu'en Angleterre l'innovation se fait par les usages, en France l'innovation est largement technique. Le secteur est donc largement trusté par ingénierie.

- Les designers français parlent beaucoup de stratégie ou d'innovation dès qu'on aborde le management.

Enfin une spécificité de notre temps:

- Les gens sont de plus en plus sur qualifiés et beaucoup de monde tire pour avoir plus de poids stratégique tel « qu'il le mérite ».

L'innovation se faisant de plus en plus par les usages je suis persuadé que l'ingénierie et le design vont vers un processus de collaboration en directe plutôt qu'un passage de cahier des charges. On voit de plus en plus « d'agences d'innovation » intégrer un designer. A l'inverse cela fait longtemps qu'on entend parler d'agences de design qui ont des ingénieurs consultants, voir intégrés.

L'entreprise évoluant elle aussi, on entend parler de ce qui ressemble à un leadership du design autour de son secteur d'expertise. Autrement dit le design rassemble les gens et crée du lien entre eux pour définir le concept et la forme du produit. Il apporte sa capacité à innover, sa capacité à transformer des idées en forme, sa capacité à prendre en compte l'expérience utilisateur, ainsi qu'une vision systémique sur le produit, les problématiques utilisateur, commerciales, logistiques, technologiques... Qui vont conditionner le design du produit.

A l'extrême de cette tendance on m'a proposé récemment un poste de « responsable qualité ». Qualité d'un point de vue usages s'entend. Autrement dit le designer est responsable de garantir la qualité globale (cohérence, ergonomie, etc.) du produit en faisant la navette entre les différents concepteurs des briques du logiciel. Le terme est un peu oublié de la valeur d'innovation mais cela donne une idée de ces approches « cohérenciateur ».

Le designer se positionnerait donc comme un moteur de l'innovation par les usages et de la cohérence du produit, le tout suivant des modes collaboratifs? Il fera aussi partie de l'équipe qui établit la stratégie marché pour le produit, telle qu'elle est planifiée lorsqu'on met à plat les problématiques de conception mais aussi opérationnellement, de manière cohérente avec l'univers du produit.

Je pense qu'aucun designer ne sera surpris... Pour beaucoup cela ressemble déjà à ça lorsque l'entreprise est réceptive au design.

Un autre point qui ne concerne cette fois ci plus le design mais l'évolution des approches d'innovation dans lesquelles le design a un rôle à jouer.

Si les approches anglo-saxonnes ont mit au goût du jour l'importance d'innover par les usages, il reste un élément non négligeable à prendre en compte dans l'innovation.

Ce dernier point le design en discute abondamment avec le troisième acteur du triangle de l'innovation: le marketing. Ce dernier point c'est le sens, la sémiologie, qui est aussi une discipline scientifique.

Pour le marketing, en raison de problématiques de positionnement de marque mais aussi d'univers sensible du produit, il est très important que les produits soient porteurs de sens. J'en vois déjà quelques uns en train de me dire que le marketing devrait arrêter de fumer la moquette... Pas tant que ça...

Prenons la marque Quicksilver. Le marketing vous dira que c'est une marque jeune, dynamique, qui profite de la vie... En fait il décrit là le style de vie des consommateurs qui auront envie de s'identifier à la marque. Il définit une cible. A charge du designer maintenant de faire en sorte que l'utilisateur trouve réellement que la marque leur correspond lorsqu'il voit le logo, la boutique, les affiches...

Le designer utilise alors des codes. C'est-à-dire qu'il identifie les signes visuels qui évoquent habituellement ces sentiments aux gens. Pour Quicksilver il s'agit plus souvent de codes visuels du style surfeur. La vague en est un bon exemple.

Les approches par le positionnement de l'univers de marque pourront être vues ou non comme de l'innovation. C'est une question de point de vue. En tout cas quand on crée un

nouveau positionnement c'est un changement qui va rapporter des sous à l'entreprise.

Prenons maintenant un autre exemple. La ligne 14 du métro à Paris. En dehors du fait qu'elle soit automatique tout est conçu pour qu'elle soit plus agréable. Par exemple pas besoin de penser à se reculer sur la voie à l'approche du métro, les vitres vous protègent. Parlons aussi de la végétation (artificielle mais bon[^]) qui vous fait vous sentir en forêt aux stations.

C'est loin d'être « déco » au sens péjoratif, c'est-à-dire inutile. C'est réellement une nouvelle manière de ressentir son voyage en métro. Ceux qui prennent le métro tous les jours savent combien voyager dans un espace grisâtre, puant, dégradant finalement, peut taper sur le système. J'en connais qui prennent exclusivement le bus juste pour le plaisir de voyager à l'air libre...

Ici on est bien dans de l'innovation et de l'innovation durable. On fait évoluer l'univers du métro vers quelque chose de nouveau. Il n'est plus fatalement désagréable. On établit des nouvelles normes sociales, des nouvelles attentes, depuis lesquelles il sera difficile de faire marche arrière. On fait évoluer l'univers du métro vers quelque chose de nouveau.

On peut parler en ce sens d'innovation sociale. Le design fait aussi évoluer nos styles de vie. Les usages ne sont finalement qu'une composante de ce qui change la manière la manière dont nous vivons.

Et les écoles là dedans? Il y a cette étude, dont nous parle l'AFD et dont j'ai pu avoir des échos par Brigitte Borja de Mozota (merci!), qui recommande de parler de « filière design », plutôt que parler d'un métier unique de designer. Filière qui mène par exemple aux métiers de designers industriels, designers graphiques, design manager, aussi chef de produit...

Quelle différence? Tout simplement de ne pas cataloguer le designer au « gars qui conçoit » et de l'inclure dans une logique de « carrière ». Par exemple si un designer veut passer au management de l'innovation ou au business, ce n'est pas son diplôme qui l'en empêchera. La culture agences rend déjà le business et le management très présents dans le design.

Ça va plus loin... Un simple exemple, je ne compte plus les jeunes designers qui essaient de se positionner en début de carrière sur le management dans l'innovation. Résultat les gens ne s'arrêtent même pas et embauchent à tour de bras des jeunes ingénieurs et écoles de commerce. Alors bien souvent notre jeune designer jette son site Internet aux orties, se met dans la conception design. Et il se retrouve naturellement, par ce qu'il aime ça et en a les compétences, à cheval entre la conception et le conseil en innovation... D'autres ont des approches plus radicales. Regardez! L'entrepreneur de ce site (widilik.com) est un designer...

La différence d'ouverture est assez net quand on compare avec la filière ingénieur. Dire de quelqu'un qu'il est ingénieur ne donne quasiment aucune information sur son métier. Il peut très bien être spécialiste d'un domaine technique, travailler un bureau d'étude, en gestion d'usine, être chef de produit, technico-commercial, faire du management, diriger une boîte... Également des champs un peu plus singuliers, comme être spécialiste des usages d'Internet. Bref, le diplôme constitue simplement un titre de formation bac+5 et ouvre toute une palette de métiers.

Pour qu'une formation devienne une filière il faut le dire, mais ça ne suffit pas. Il faut aussi dans le cas présent donner confiance dans le fait que le designer sera opérationnel dans la palette de métiers. Parmi les aspirations des étudiants on trouve les métiers habituels de concepteur mais aussi de manière récurrente le « design stratégique » et le management de l'innovation.

Je ne vais pas faire une cour sur le design stratégique ici disons qu'il correspond aux phases amont du design. Positionnement de marque, analyse du besoin, analyse du contexte social, avantages concurrentiels... Ce type d'approche est par exemple déployé en PME ou complémentaire des inputs marketing dans les grosses boîtes. Pour ce qui est du management de l'innovation il me semble logique de driver l'innovation par les usages et les ressentis utilisateurs dans un contexte moderne donc il n'y a rien de surprenant à cela.

Quelque soit le nom qu'on donne à ces approches on remarque que le designer se positionne sur deux aspects qui existent à la fois au sein de la conception et des autres métiers évoqués: la stratégie et la gestion opérationnelle. Autrement dit « **design is business** » et « **design is project management** » .

Rien de surprenant, la plupart des formations bac+5 sont appelées à se frotter au management opérationnel et plus elles sont proches de l'utilisateur ou des marchés, plus elles se frotteront au business. Le secteur scientifique mis en jeu s'appelle les « sciences de gestion » et enseigne à plein de temps dans les écoles de management, aussi appelées écoles de commerce ou écoles de gestion. Il enseigne aussi à temps partiel dans les écoles d'ingénieur, du moins dans les bonnes écoles.

En entreprise le management est la clef qui permet d'obtenir des responsabilités...

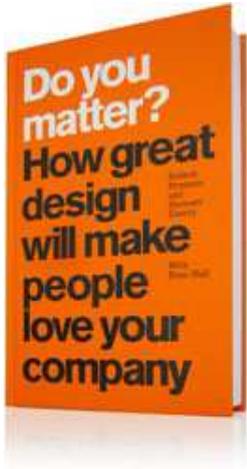
Que font les écoles? La plupart enseignent le design management, comme l'Ecole de design de Nantes. Les mieux cotées entretiennent des partenariats: ENSCI-HEC, Ecole de design de Nantes – Audencia, Strate college – ESSEC... Plus loin encore, on citera l'ESAA qui fait partie du groupe ESC Troyes ou l'EID Toulon qui fait partie d'Euromed Management.

Pourtant force est de constater que sur le terrain le mot design n'est guère associé au management et au business. Pire encore, les entreprises ne savent pas ce qu'est le design. Avec la plateforme du design nous avons mené une enquête sur 40 cadres. La plupart associent le design au le mobilier et à la déco. 8 citent automobile, 4 les produits high-tech, et un seul a cité les produits de grande consommation. Alarmant non?

Face à cette situation il n'y a qu'une seule alternative: communiquer, démontrer. Le gouvernement y met du sien (voir le site entreprise-et-design.fr), les organismes font un excellent travail sur le terrain, les designers se mobilisent avec les blogs, les collectifs, la plateforme du design... **Les écoles ont aussi un rôle à jouer.** Non seulement elles doivent continuer d'appuyer sur la formation au management pour donner aux designers les clefs de l'entreprise, mais aussi elle doivent le faire savoir très largement pour donner aux designers la crédibilité dont ils ont besoin pour pouvoir évoluer sans se heurter sans cesse aux idées préconçues...

Cet article a été publié le 10 février 2010 à 2 h 08 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS.

Do you matter ? How great design will make people love your company



Comment fidéliser ses clients ou en attirer de nouveaux. Comment être certain que les produits ou les services qu'une marque propose les touchent réellement, au point qu'ils soient investis dans son succès à long terme.

C'est le propos d'un ouvrage, intitulé Do you matter ? et coécrit par un ancien directeur du design de chez Apple. Structuré en 9 chapitres, celui-ci part d'un questionnement large, consistant à dire que le design, en tant que tel, interroge (design matters), pour aboutir à la présentation d'une stratégie permettant de construire une « Design-driven culture ». Quelques notions clés y sont progressivement abordées, par le biais de retours d'expérience notamment.

Le lecteur y comprend ainsi de quelle manière les produits « parlent » aux consommateurs, et doivent être considérés comme des portails (« products as portals »), ou plutôt comme des interfaces entre une marque et son identité d'un côté, et de l'autre l'expérience qui en est fait chez l'utilisateur.

On y apprend aussi comment ce type de design, intégré dès le départ de la conception des produits et intimement lié à la stratégie d'entreprise, contient une part de risque, considérée comme un atout pour rebondir vers d'autres pistes de développement.

Egalement, on y découvre une volonté forte d'établir un dialogue avec les futurs utilisateurs, les auteurs affirmant par exemple qu'il est impossible, dans une compagnie « orientée design », de ne pas trouver quelqu'un dont le travail soit approximativement celui de « chief experience officer » (p.70).

Contenant un certain nombre de propos incantatoires concernant le rôle et les (prétendues?) vertus du design, l'ouvrage n'en reste pas moins riche de conseils, lucide et précis dans ses analyses. Multipliant les exemples – Samsung, Starbucks, Apple, IBM, Ikea, Virgin... – les deux auteurs donnent ainsi, dans une vision très anglosaxonne du rôle du design mais particulièrement bien construite et intelligible, les clés d'une stratégie orientée design, dans

laquelle la notion d'expérience vient remplacer la simple vente de produits ou de services.

Do you matter ?, par Robert Brunner et Stewart Emery (avec la participation de Russ Hall), FT Press, 240 pages (n&b), en anglais, 12,95 euros.

Un site Internet, dédié à cet ouvrage, est accessible en ligne. Il en présente quelques extraits, ainsi qu'une présentation de ses auteurs: doyoumatter.com.

Quelques extraits :

« Great products are about ideas; they are not just objects » (p.12)

« You matter to your customers to the degree that they become emotionally invested in your continuing success – when they want you to win » (p.20)

« Apple did not invent what became the iPod. Instead, Apple developed the iPod as a portal to an incredibly valuable ongoing consumer experience » (p.41).

« If you want to transform your brand to the point where you matter, you have to start with design that is « designed in » not « added on ». (p.46)

« Design is a living, ongoing process that has to learn from mistakes, refresh itself and take new risks all the time » (p.55)

« Design driven companies focus on people throughout the process. That's what drives development. It all comes from the idea of creating an emotional response ». (p.58)

« Design driven company manufacture to the way they design instead of designing the way they manufacture » (p. 73)

« Being design-driven is a process, not an event » (p.91)

« When your brand communicates, you create a context of expectation. The product is emotionally prequalified before the purchase is made » (p. 107)

« Really well designed products or services become an icon and a venue, a door-way or portal for a specific community to a unique experience » (p.134)

« Don't play the game, change the game. Look to design to uncover new territory » (p.136)

« Customer experience supply chain management starts with the end in mind – what the customer feels, sees, hears and touches » (p.142)

« The thing that is hard for most business people to grasp is that the design is there to tell a story. It takes a customer's need or desire and spins its story all the way to an expected fulfillment » (p.160)

« All products communicate with customers. But you don't have to look hard to see many do that poorly, or spin the wrong story, or make promises that can't be kept » (p.162)

« Whereas almost every range of products made embodies a design language, the all do not work well. In many cases, that reflects tension between management and design » (p.167)

« The role of design here needs to go far beyond simply devising forms or details to differentiate a company's desired market position. Rather, design should create products and services that dramatize the company's core values » (p.171)

« If great design resided in research alone, there would be more great design » (p.176).

« The focus should always be on the customer experience. Your entire organizational culture must be aligned to deliver on this idea » (p.184)

Cet article a été publié le 21 avril 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS, Critique d'ouvrage.



Straw



Straw © Osko+Deichmann / Blå Station

La chaise Straw, conçue par les designers allemands Osko+Deichmann, est réalisée à partir de tubes d'acier « écrasés » que cintrés, une technique qu'ils avaient déjà expérimenté lors du dernier Berlin's DMY design festival.

Source: blastation.se.

Cet article a été publié le 11 février 2010 à 16 h 59 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.



Straw © Osko+Deichmann / Blå Station

Straw est édité par la très active maison d'édition suédoise Blå Station.

Pour arriver à cette forme finale, les designers se sont tout d'abord interrogés sur les multiples manières dont l'acier pouvait être mis en forme et notamment tordu.

« From the beginning all we knew was that we wanted to try an new manufacturing process for tubular steel » (Blasius Osko).



Straw © Osko+Deichmann / Blå Station

--
Commentaires

candyves dit:
le 13 février 2010 à 14 h 18 min
Accidentées de la même façon dans les moindres détails, troublant, c'est comme deux filles avec le même défaut d'orthodontie!? Ca nous interroge sur la beauté, la finition, et les moyens d'y parvenir, coût, énergie, déchets induits. Dans le registre accidentée aléatoire il y a la chaise Bugatti de François Azambourg, esthétique cabossée mais finition de folie...

maupado dit:

le 15 février 2010 à 16 h 55 min

On dirait que le tube est plus simplement plié que tordu, mais peu importe. Il y a là une liberté d'expression que l'esthétique actuelle permet, sur la voie ouverte depuis quelque temps déjà des objets maltraités avec attention, sur la voie « furtive » ou simplement sur le refus de la forme douce, ou en tout cas qui procède de la linéarité comme fin en soi. On aime les facettes, les plis, les ruptures, les rugosités, quel que soit le mode de production, qu'il soit artisanal comme pour la chaise de Muuto

<http://www.lifeiscarbon.com/.a/6a00d83451f50469e2010535ba2b6e970b-800wi>

ou industriel comme ici.

La permutation du cintre par le pli réalisée avec cette virtuosité et cette évidence ouvre la possibilité de redessiner tout ce qui a été conçu et industriellement réalisé avec cette méthode du tube cintré.

Encore faudra-t-il valider la résistance du tube ainsi travaillé, ce qui n'est peut-être pas gagné.

Prof Z dit:

le 16 février 2010 à 22 h 33 min

le dessin de la chaise éditée par les suédois est très éloigné de la première intention des designers exposé à milan qui était de revisiter la chaise cantilever de Breuer et d'innover avec un nouveau process de fab....

http://1.bp.blogspot.com/_2JrKyRMcVU8/SivSjs4twxI/AAAAA AAARes/V0tsVBKXx_w/s400/Straw+by+Osko%2BDeichman n.jpg

candyves dit:

le 17 février 2010 à 7 h 55 min

Le tube semble très fragilisé avec une pliure à 90°, d'où plusieurs barres de renfort. Sur la Straw cantilever, plus exigeante, la pliure est réalisée en biais, 45°, le tube est encore plus déstructuré avec résistance mécanique surprenante.

Prof Z dit:

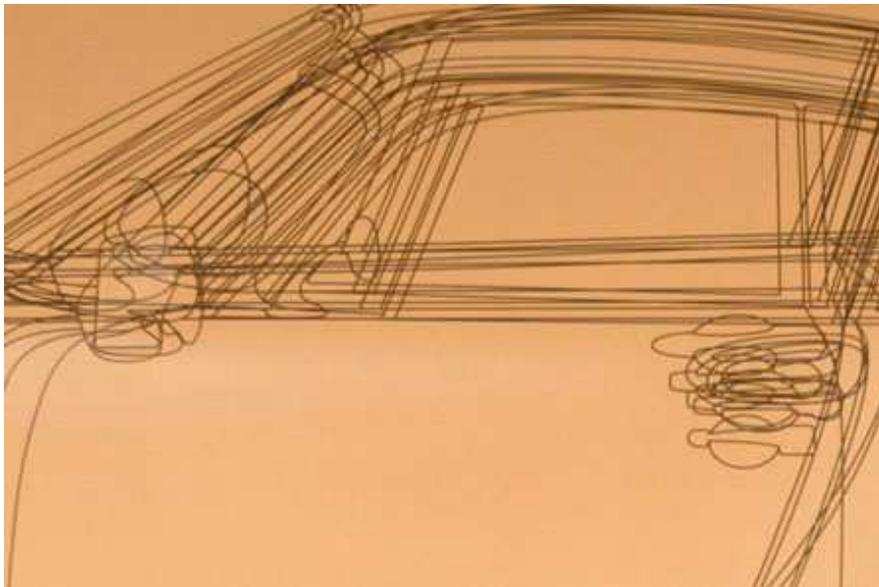
le 17 février 2010 à 10 h 43 min

Le paradoxe c'est que ces jeunes designers souvent issus de la Design Academy Eindhoven ou du Royal College of Art de Londres ou de L'Ecal de Lausanne qui travaillent sur l'imperfection, sur des meubles blessés, brûlés, cassés, pansés, jetés, infectés sont les héritiers du designer italien Gaetano Pesce.

En Italie, pratiquement seul l'éditeur Guido Cappellini à fait une incursion limitée sur ce territoire avec le François d'Azambourg (en jouant avec l'ADN des italiens: peinture automobile brillante, tôle froissée par une conduite border line).

On va passer dans les années qui viennent des objets altérés à un alter design avec une imperfection et / ou une individualisation contrôlée dans de nouveaux process de création ou de fabrication qui vont générer des objets bien plus personnels et bien plus singuliers que ceux du marché de masse « sublimé » par des séries limitées marquées, numérotées, sursignées et...survalorisées...

L'évolution de la Porsche 911

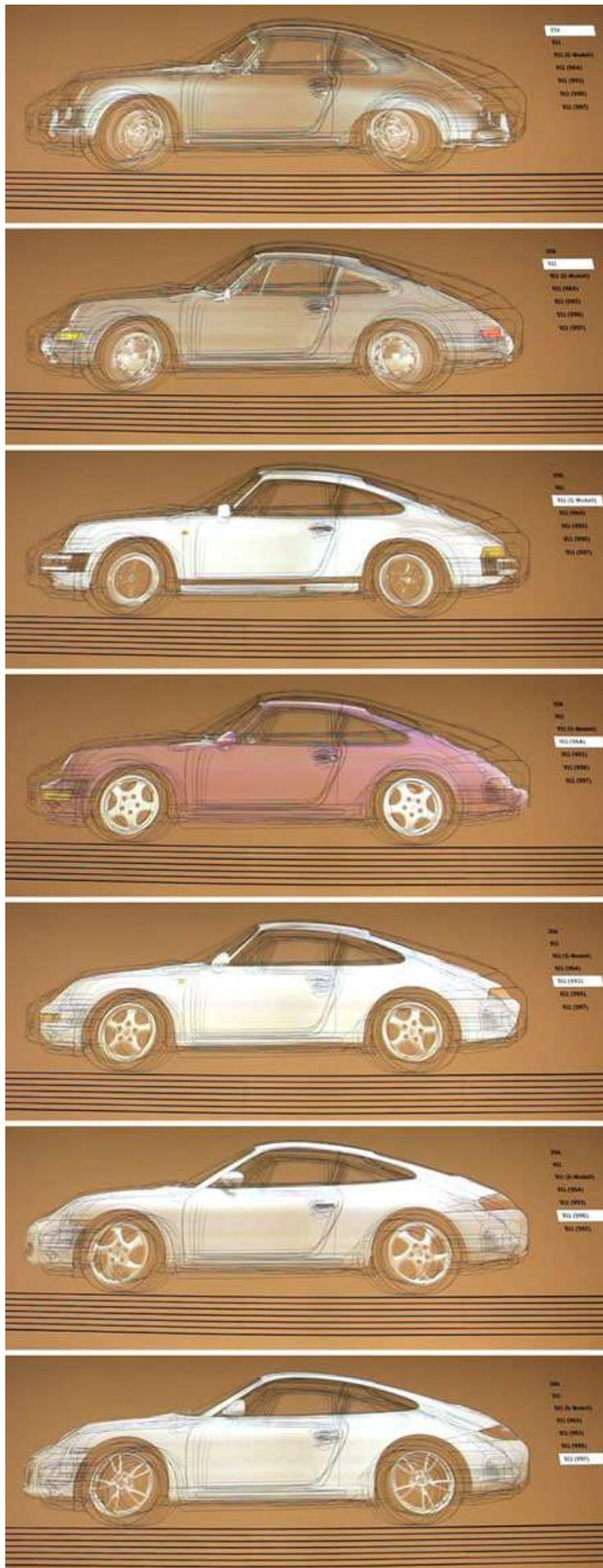


Découverte sur le site Notcot, une étonnante installation, visible au Porsche Museum de Stuttgart, retrace l'évolution de la Porsche 911, l'une des voitures sportives les plus connues au monde.

L'occasion de découvrir et de s'interroger sur ce qui constitue la limite fine reliant renouvellement stylistique et continuité formelle.

*Photos © Notcot
Source: notcot.com.*

Cet article a été publié le 11 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Expos, salons, musées, Transports.



Edge table



Edge © Patrick Norguet / Glas Italia

Anguleuse, déstructurée, presque massive et pourtant transparente et légère... La table Edge étonne par ses formes biseautées et en tension, faisant dialoguer plans et volumes, transparence et axes visuels forts.

Entièrement réalisée en verre, elle a été conçue par Patrick Norguet pour l'éditeur Glas Italia. Son plateau, un simple rectangle de verre, repose sur deux pieds faisant office de tréteaux.

Source: patricknorguet.com.

Cet article a été publié le 3 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--

Commentaires

Flo Deau dit:
le 3 juin 2010 à 9 h 21 min
Somptueuse

La Revue du Design dit:
le 3 juin 2010 à 9 h 35 min
Bonjour Flo,
Elle est vraiment très belle et étonnante, c'est vrai...
Je trouve que c'est notamment au niveau de la jonction des pieds et du plateau qu'une vraie tension visuelle se crée: on se demande comment ça tient, et si cela va tenir longtemps...

Flo Deau dit:
le 3 juin 2010 à 9 h 57 min
Bonjour Alex
Les formes sont étonnantes oui, et l'utilisation du verre comme matériau tout aussi surprenante.. une prouesse technique, un rendu esthétique élégant, un équilibre dangereux.
Belle trouvaille.

maupado dit:
le 3 juin 2010 à 11 h 01 min
D'accord avec vous deux. une réussite extraordinaire.

Ce que la tension traduit, c'est un équilibre entre la dynamique cinglante de l'éclair et la stabilité sereine de l'autel.

Une remarque sur la présentation, Alexandre: On ne doit pas tout à fait se faire la même idée de ce qui est « déstructuré », mais là encore, question de vocabulaire sans rapport avec l'objet lui-même.

La Revue du Design dit:
le 3 juin 2010 à 12 h 12 min
@ Maupado

En me relisant, je comprends ce que tu veux dire...

Et je suis assez d'accord avec le fait que l'utilisation du terme « déstructuré » n'est pas la plus pertinente qui soit, pour un objet qui justement est très « structuré »...

Cette table, avec ses lignes très identifiables, très fortes, mais aussi son évocation d'une certaine fragilité ou tension, rend en effet l'utilisation de termes trop « généraux » assez difficile.

Canfori Mauro dit:
le 3 juin 2010 à 22 h 13 min

Avec cette table, j'ai l'impression de me retrouver face à un « déjà vu », un design dont le but est de montrer la surprenante technologie du ver collé ou courbé (mais on la connaît déjà dans l'Albero de Isao Hosoe pour Tonelli 1988, ou dans les nombreuses prouesses de Fiam et de Tonelli dans les années '80 et '90) ...Mais c'est du passé, qui n'apporte rien de nouveau. Je trouve tout ça du « maniérisme », un peut nostalgique, du « modernariato » pour le dire à l'italienne...bien entendu, sans rien enlever à la qualité du dessin de Patrick Norguet! Le design français peut mieux faire...

Marc dit:
le 4 juin 2010 à 19 h 56 min
Pas vraiment d'accord avec vous Mauro: je ne vois pas dans la table de P Norguet une recherche de démonstration technique... Par ailleurs, la « nouveauté » ne me semble pas être le seul critère pour juger de la pertinence (notamment esthétique) d'un objet.

Plank



Plank. Photo © Steve Speller

Créé à partir d'une simple planche de bois massif de six pieds de long, rectiligne mais articulée, le tabouret/table basse Plank se contorsionne dans deux positions différentes.



Plank. Photo © Steve Speller

Développé par Thomas Heatherwick pour l'éditeur Benchmark Furniture, Plank (« planche ») possède quatre articulations placées légèrement de biais, ce qui permet les deux configurations que nous évoquons ci-dessus, selon qu'on le plie dans un sens ou dans l'autre.



Plank. Photo © Benchmark Furniture

Source: heatherwick.com.

Cet article a été publié le 7 janvier 2010 à 2 h 17 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

Totem



Totem © Vincent van Duysen / Pastoe

Imaginé par l'architecte Vincent van Duysen pour Pastoe, Totem est un système d'étagères et de rangements modulables se proposant de superposer des caissons aux montants fins et des éléments de séparation horizontaux plus épais.

L'ensemble se décline en plusieurs finitions et couleurs.

Sources: pastoe.com, vincentvandyusen.com.

Cet article a été publié le 24 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.



Totem © Vincent van Duysen / Pastoe



Totem © Vincent van Duysen / Pastoe

Small chair hiroshima



Hiroshima © Naoto Fukasawa / Maruni

La société japonaise Maruni a récemment ajouté à sa collection Hiroshima quelques pièces dessinées par Naoto Fukasawa. Des modèles de simplicité mâtinés d'influences scandinaves, dans leur manière de travailler le bois en courbe et en finesse.



Hiroshima © Naoto Fukasawa / Maruni

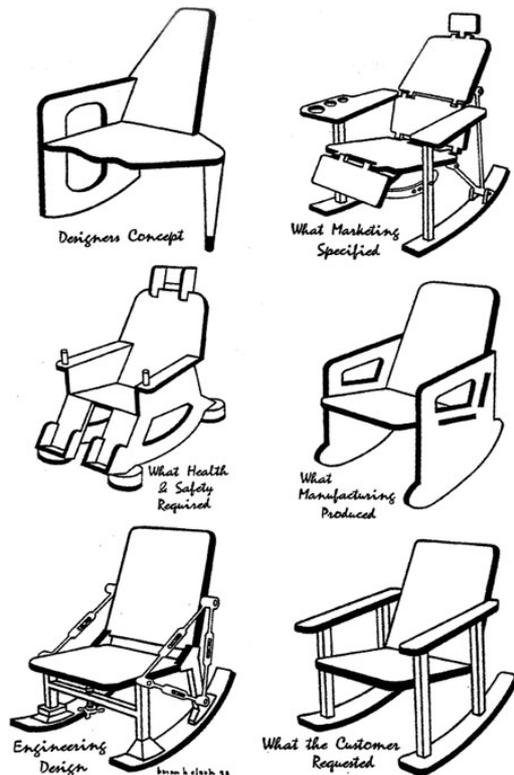
Source: designboom.com.

Cet article a été publié le 26 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

La caricature du designer en action

Par Clément Gault.

Dans une entreprise, la photocopieuse est semble-t-il un endroit particulièrement stratégique. Mon bureau étant juste à côté de la dite machine, je fais parfois d'agréables surprises sur ce que impriment mes collègues. Dernièrement, un collègue à laisser traîner une photocopie tirée d'un ouvrage. L'illustration a tout de suite attiré mon regard...



Cette illustration était accompagnée d'une légende (originellement en anglais):

Les compromis de conception ("design" dans le texte). Le designer, en haut à gauche, veut une chaise unique, sophistiquée, qui la différencierait de toutes les autres – un fauteuil de signature. Le comité de la santé et de la sécurité exige que les mains, les pieds et la tête soient positionnés pour prévenir les blessures. Le basculement est interdit. Les ingénieurs fournissent une conception ("design" dans le texte) solide, robuste et pratique. Le marketing mène des focus groupe et revient avec une liste de caractéristiques: réglages, accessoires et porte-gobelet. La fabrication veut des matériaux simples, coupés avec des outils simples, assemblés avec des chevilles et de la colle. Quant aux clients, ils veulent une simple et confortable chaise à bascule, comme en bas à droite. (Dessin original de Brian Hall [...])

Ce dessin m'a vraiment troublé (et fait sourire aussi) puisque j'ai réellement eu l'impression qu'il était tiré d'un livre des années 60 alors qu'en fait il date de 1997 et se trouve édité dans un livre de 1998 écrit par la célèbre Don Norman: The Invisible Computer.

Si les caricatures ont parfois la vertu de simplifier une situation afin de mieux la comprendre, je reste ici dubitatif. Le

travail du designer est tourné vers la forme et l'usage d'un futur produit, (il n'est pas tout seul bien sûr pour cette tâche), mais ici le dessin montre que le fauteuil du designer est le plus éloigné de ce que veut le consommateur.

Le designer est présenté par le dessin et sa légende à travers la figure caricaturale oscillant entre l'artisan et l'artiste, une figure qui ne travaille pas généralement de manière intégrée à une entreprise. Car en réalité il s'agit de ça! La suite du chapitre traite justement de l'organisation des différents métiers dans un projet au sein d'une entreprise. On suppose que le designer dont parle l'auteur est plus un designer industriel intégré. A ce sujet, Don Norman apporte une analyse dans la suite du chapitre qui me paraît tout à fait juste:

The traditional sequence of product design is technology-driven. Marketing provides a list of essential features: the engineers state what neat new technical tricks and tools they are ready to deploy. The engineers build the device, putting as many new technologies to work as they can within their allotted time and budget, squabbling with marketing along the way over which of those features really matter and which don't. Then after all is finished and the product ready to ship, call in the technical writers to explain it to the customers. Call in the graphics and industrial designers to make it look pretty. Call in the user interface experts to make it usable.

Guess what: this process doesn't work.

L'auteur donne par la suite un conseil tout à fait d'actualité (alors que le bouquin date pourtant de 1998):

I suggested that development start with the study of the true needs of customers determined through observation and structured interaction. Start with observations using psychologists and anthropologists, skilled social scientists who know how to observe and learn without disturbing the phenomena they are there to record. Analyze what has been observed. Do quick tests of design concepts. Do rough, quick mockups and try them out in the context of the customer's location, be it home, office, school or athletic field. Try different industrial designs. Try different interaction models. Then write a simple manual. Test as you go along on different populations, all representative of the target customer. Then, and only then, start with the technological factors and the design details.

[...]

The proper way to get an acceptable product is through a cooperative process with all the concerned parties participating at every step of the way.

La caricature utilisée dans le dessin n'est pas infondée, loin de là! En revanche, elle semble ne pas être sur le bon terrain. Il existe des nombreuses caricatures de designers je pense, mais c'est étonnant de voir qu'une soit autant dominante vis-à-vis des autres.

Cet article est également paru sur le blog Design et Recherche.

Cet article a été publié le 25 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS.

Arba



Arba © Matteo Thun / Belux

Dessiné par Matteo Thun pour la marque belge Belux, la série de luminaires Arba est (presque) entièrement réalisée en érable provenant de forêts gérées durablement.

Le piètement du lampadaire et de la lampe de table se compose de cinq baguettes dont l'assemblage en torsion assure stabilité et solidité.



Arba © Matteo Thun / Belux

L'abat-jour est quant à lui constitué d'une fine épaisseur d'érable, et d'un diffuseur en PMMA.

Laissé naturel, le bois foncera et se grisera légèrement au fil des ans.

Source: matteothun.com.

Cet article a été publié le 1 avril 2010 à 2 h 00 mindans la catégorie ACTUS, Luminaires.



Arba © Matteo Thun / Belux

-- Commentaires

maupado dit:

le 1 avril 2010 à 8 h 17 min

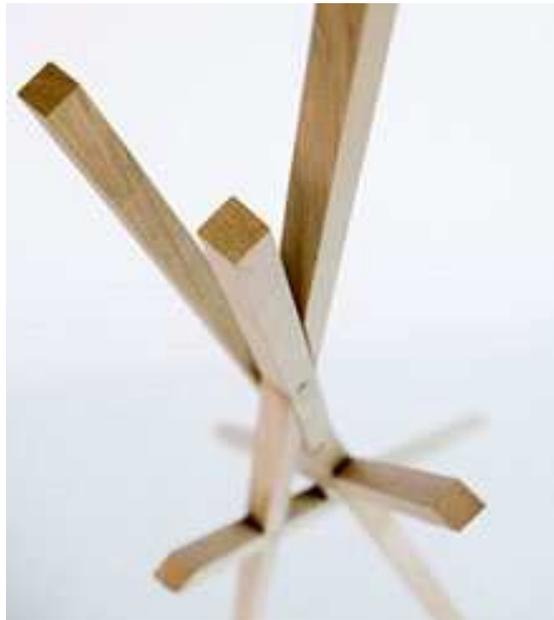
C'est élégant, comme sait faire cet ex-Memphis. Pas toujours très personnel, mais bon. Comme il a toujours le nez en l'air, il faut regarder ce qui l'intéresse, par forcément ce qu'il propose. Ce qui est significatif donc, c'est la présence, ou le retour à l'emploi, assez intensif et généralisé, du bois utilisé et exprimé comme tel, comme si, aux yeux de designers de plus en plus nombreux, et pas seulement ceux qui n'ont pas les moyens d'approcher les systèmes de production industriels, le plastique perdait de plus en plus de terrain, aussi bien celui de l'usage que celui de l'expression. On se demande.

Prof Z dit:

le 5 avril 2010 à 11 h 48 min

Matteo Thun cosigne beaucoup en ce moment avec Antonio Rodriguez. Comme Citterio, de Lucchi et beaucoup d'autres et depuis peu Starck, les stars designers cosignent avec un senior designer dont la plupart des blogs, des journaux ne citent pas le nom ... permettant ainsi l'attribution du projet au seul star designer.

Guindalo



Guindalo © Nicolas Bovesse / ABR

Guindalo est un portemanteau en chêne massif dessiné par Nicolas Bovesse pour la maison d'édition espagnole ABR. Appelé à l'origine Mikado, il se compose de cinq tasseaux fixés par assemblage mi-bois.



Guindalo © Nicolas Bovesse / ABR

Simplement serré par son centre, ce portemanteau, comme le dit son designer, « se fige dans un mouvement d'ouverture ».



Guindalo © Nicolas Bovesse / ABR



Guindalo © Nicolas Bovesse / ABR

A noter que Nicolas Bovesse présentera en Belgique, courant mars, une sélection de ses travaux au Grand-Hornu (avec également Marina Bautier, dont nous avons déjà évoqué le travail).

Source: abrproduccion.com.

Cet article a été publié le 4 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--
Commentaires

maupado dit:
le 4 mars 2010 à 11 h 22 min

Avec le même bâton fondamental, voici un porte-manteau radicalement différent de « tout seul », présenté il y a quelques temps ici :

<http://www.larevuedudesign.com/2010/02/09/portemanteau-tout-seul-vincent-olm-cinna/>

Ca se ressemble, et ça n'a rien à voir.

Minimal et sommaire, « tout seul » ne cherche pas même à être stable. L'inconfort, et le hasard qu'il nous promet nous dérange, nous suspend mieux qu'il ne porte les vêtements.

Guindalo n'a besoin de personne, en tout cas pas de nous pour exister et a tout verrouillé, y compris, comme le dit son créateur, le mouvement dont il semble être l'image instantanée, ramassée, compacte mais légère. Une bête à la violence sourde comme aurait pu en produire Calder.

maupado dit:

le 4 mars 2010 à 11 h 28 min

Naguère, Pascal Mourgue a aussi tourné autour du carré de bois section 2 par 2, ou 3 par 3, on ne sait plus trop mais peu importe, et il avait élaboré quelques élégantes propositions, comme cette chaise longue.

<http://blog.mebloom.com/wp-content/uploads/2009/11/1983-04mourgue-arc.jpg>

Du design qu'on peut éprouver en maquette, dans un atelier, sans industrie de pointe ni imprimante 3D

Prof Z dit:

le 4 mars 2010 à 14 h 52 min

rien ne naît de rien .

Mais en dehors des sources artistiques d'inspiration habituelles du design (nature art ,science, histoire du design, etc), il faut aussi examiner fonction et usages et ce que les marketeurs désignent par marketing mix dont le prix.... A vous de comparer...

Le modèle le plus proche se trouve en Allemagne de Michael Schwebius pour Schoenbuch

<http://www.stylepark.com/it/schoenbuch/sticks>

Autres modèles édités en Italie

Sciangai de De Pas, d'urbino & Lomazzi Zanotta

<http://www.madeindesign.com/prod-Sciangai-Zanotta-ref300-hetrenatu.html>

Bloom de Jeff Miller pour cerruti-baleri

<http://www.stylepark.com/fr/cerruti-baleri/bloom>

Wall Piercing

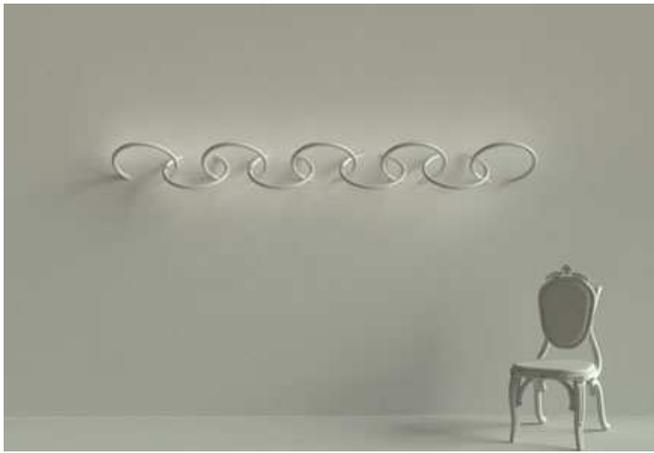


Wall Piercing © Ron Gilad / Flos

Imaginé par Ron Gilad pour Flos, l'applique Wall Piercing s'utilise seule ou en combinaison, générant ainsi d'étonnants motifs. Un travail sur le mur, la lumière et sa texture.

Source: stylepark.com.

Cet article a été publié le 17 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Luminaires.



Wall Piercing © Ron Gilad / Flos



Wall Piercing © Ron Gilad / Flos

--
Commentaires

Prof Z dit:
le 17 mai 2010 à 17 h 38 min
Video Wallpiercing di Ron Gilad superstudio salone del mobile 2010
<http://www.youtube.com/watch?v=N7kXSHNbrRo>

Slasha dit:
le 18 mai 2010 à 15 h 16 min
Bel objet... Mais ou est le transfo? Apparemment dans le mur?
... Un produit qui me parait fragile et difficile a mettre en place...

Prof Z dit:
le 18 mai 2010 à 18 h 36 min
C'est un produit de Flos Soft Architecture, pas de Flos c'est a dire c'est pour pour les pro qui vont comprendre tout de suite les possibilités de motifs et d'effets de lumière...Spotd.it comme souvent donne les clefs de ce produit et complète par la force des images en close-up , la presentation plus descriptive de Stylepark
<http://www.spotd.it/2010/04/wall-piercing.html>

candyves dit:
le 19 mai 2010 à 13 h 25 min
Cela me fait penser au projet elfe en 2004, ,agence Quarcks – Nicolas Triboulot, (pas d'image sur le net, Intramuros n°111): batons lumineux à leds aimetés et recharge able + peinture murale magnétique. Un peu déçu dans un premier temps que Wall piercing ne soit pas orientable, mais non... l'applique fait partie intégrante du mur, de l'architecture, et c'est très beau.

Bik.e



Bik.e © VW

Volkswagen a récemment dévoilé son premier concept de vélo électrique lors du salon Auto China 2010. Ayant l'air d'une bicyclette sans pédales, le Bik.e fonctionne grâce à

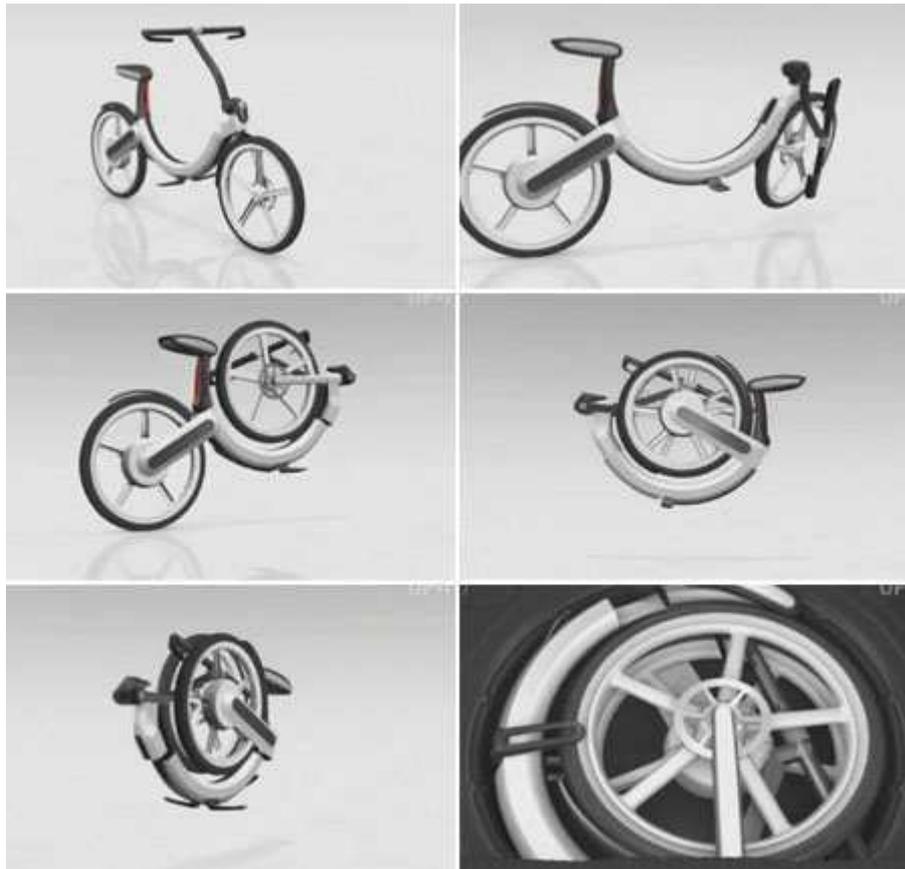
des piles embarquées, et se plie rapidement grâce à un astucieux système réduisant son encombrement (il peut alors être rangé dans l'emplacement habituellement réservé à la roue de secours d'une automobile).

Avec une autonomie d'une vingtaine de kilomètres et une vitesse de pointe de 20 km/h, le Bik.e n'est pas destiné à de longues distances, et il est plutôt à considérer comme un complément de la voiture.

Il devrait pouvoir être rechargé en étant directement branché sur une voiture, ou alors à une prise de courant traditionnelle.

Source: core77.com.

Cet article a été publié le 6 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Transports.



Bik.e © VW

Le designer après Copenhague

Par Christian Guellerin, directeur de l'Ecole de Design de Nantes Atlantique.

2009 aura marqué de son empreinte ce début du 21^{ème} siècle. Deux faits marquants semblent précipiter l'avènement d'un monde nouveau. Deux événements qui pourraient nous désespérer si nous n'étions pas « designers » et donc dans la situation de devoir, tel Sisyphe, construire et re-construire ce qui nous entoure. D'abord, le capitalisme financier qui a chancelé sur ses bases, a remis en cause tous les paradigmes industriels du développement et de la création de richesse. Le monde économique va devoir reconsidérer les modèles de sa réussite.

Par ailleurs, l'échec du récent sommet de Copenhague qui a révélé l'impuissance des Etats à se mettre d'accord sur un contrôle du développement, a néanmoins permis une sensibilisation déterminante des enjeux écologiques qui pourrait conduire à une ré-industrialisation des territoires, alors que l'on pensait qu'ils étaient condamnés à un déséquilibre faisant de la Chine, de l'Inde ou du Brésil, les usines du monde entier. Est-il bien raisonnable pour les occidentaux d'acheter des panneaux solaires en Chine 10 fois moins chers, quand ceux-ci arrivent par bateau ou pire par avion rendant un bilan carbone définitivement aberrant. Copenhague nous apprend que ce problème ne sera pas réglé – du moins pas tout de suite – par les « politiques ». Et pourtant, il va bien falloir agir.

Les entreprises industrielles doivent redessiner leurs modèles

Le capitalisme financier, où le développement et la création de richesse n'allaient qu'à la richesse, le financier qu'au financier, a montré ses limites et a vacillé sur ses bases. Il est difficile de s'en réjouir tant les conséquences et les dégâts sont encore peu mesurables. Le récent rétablissement des banques et des marchés boursiers est néanmoins plutôt rassurant tant un effondrement total aurait précipité une débâcle aux conséquences sociales désastreuses.

Mais, la crise financière a révélé une crise industrielle beaucoup plus profonde et beaucoup plus préoccupante. Le monde industriel va devoir se reconstruire et ce chantier est un formidable terrain de jeu pour le designer. Placé au coeur des entreprises, il va y tenir un rôle stratégique clé.

L'émergence de la Chine, de l'Inde, du Brésil et demain du Laos ou du Cambodge où l'on trouvera des prix de production de plus en plus bas, bouleverse depuis quelques décennies l'organisation industrielle du monde. Au point même que certains grands pays occidentaux – comme l'Angleterre – ont mené des politiques très volontaristes pour se séparer de pans entiers de leurs industries. La quasi-faillite de « GM » aux Etats-Unis témoigne de façon éloquente de la fin des modèles industriels nés au début du siècle dernier.

La « globalisation », l'ouverture internationale et la libéralisation des marchés ont obligé les industries

occidentales à rationaliser leurs coûts et leurs process à l'extrême réduisant ainsi leurs capacités à innover et à créer. La définition vertueuse des « politiques de qualité » qui ont conduit le management des entreprises depuis les années 1980 a précipité leur perte. Faire de mieux en mieux ce que l'on sait faire est une logique qui « va dans le mur » dès lors que les conditions de la concurrence ne sont pas garanties à l'échelle de la planète. Dans bien des cas, la démarche qualité n'a conduit qu'à un management désastreux centré sur les procédures et la gestion des coûts, fondamentalement vaine car inégale, et a conduit à un tropisme financier faisant le lit d'un capitalisme qui est aujourd'hui remis en cause.

Les modèles industriels sont à revoir. Et il s'agit de restaurer la capacité des entreprises à créer et à innover, en un mot à entreprendre. Innover pour se démarquer, se différencier et générer de la valeur ajoutée, pour réfléchir à demain, et conduire ainsi des politiques stratégiques qui donnent le « coup d'avance » sur lequel va pouvoir être ordonné le développement des structures. Pour beaucoup d'entreprises, la gageure va être probablement de sortir des logiques – et surtout des filières – industrielles qui constituent leurs univers économique et culturel, et leur histoire. Car, l'enjeu est là : l'entreprise innovante est celle qui est capable de se poser la question suivante « avec ce que je sais faire, et bien faire, que puis-je faire que je ne connais pas ? Quels produits, sur quel marché, pour quels usages que je n'ai jamais appréhendés, vais-je pouvoir demain appliquer mon savoir-faire ? »

Devant la concurrence des produits manufacturés à bas prix, les entreprises implantées en occident vont devoir fondamentalement revoir leur mode de pensée, pour qu'elles soient en capacité de muter et de changer de métier extrêmement rapidement. Le salut de « GM » a probablement cessé d'être dans l'automobile équipé du moteur à explosion, l'y maintenir est probablement une erreur. Et si, le métier de Renault, qui communique aujourd'hui largement, était demain de distribuer de l'électricité... Incongru peut-être, mais qui pouvait penser, il y a 20 ans que Bouygues deviendrait une entreprise multinationale de communication de 1er plan. Cette capacité des entreprises à muter, à innover, à entreprendre, à emprunter des chemins de traverse, devrait réserver aux designers de réelles opportunités d'occuper enfin les postes stratégiques de direction du développement, avec la responsabilité managériale d'entraîner la structure et les personnels sur la voie du changement.

Restaurer une morale entrepreneuriale ?

Le sommet politique de Copenhague a échoué : les politiques n'ont pas réussi à légiférer pour contrôler le développement économique. Néanmoins, Copenhague aura marqué la naissance d'une conscience politique partagée et affirmée par tous. Il faut espérer que, débarrassés enfin de leurs rivalités, les Etats sauront très prochainement légiférer pour rééquilibrer le développement industriel et commercial sur une échelle globale.

Est ce que pour autant cela va rendre le capitalisme vertueux ? Evidemment, non ! En tant que système « technoscientifique », le capitalisme est définitivement dénué de morale. L'entreprise a vocation à faire du profit, le marketer à

vendre pour répondre aux besoins, le technicien à améliorer la productivité... Tout est d'affaire d'intérêt, rien n'est fait par devoir. La Morale ne me paraît pas une des données du modèle capitalisme en tant que système économique. Aucune entreprise ne produit, ni ne vend par devoir mais toujours par intérêt.

Pour autant, il va bien falloir que le « développement économique » s'accorde désormais au « développement durable ».

Les politiques ont momentanément échoué, le capitalisme ne peut rien : il reste à l'Homme à agir et à retrouver un certain sens de la vertu à produire et à consommer... Il s'agit de retrouver au cœur de l'économie du sens et des vertus collectives, d'admettre que l'on peut – que l'on doit – vivre différemment. C'est probablement cette conscience-là qui fera « bouger les politiques » et va obliger les entreprises à développer des modèles d'« entrepreneuriat » plus respectueux de l'environnement.

Le contexte est favorable aux mutations, aux innovations. Pour les entreprises, les opportunités offertes par le « développement durable », par l'économie verte sont très importantes. Elles déterminent une nouvelle ère de croissance.

Il s'agit de repenser différemment l'économie, créer, produire, vendre, gérer, et probablement placer le social comme une problématique majeure de l'entreprise qui a de l'avenir. C'est vers les produits de cette entreprise que les consommateurs responsables vont se tourner.

Le designer a la responsabilité de réfléchir aux nouveaux produits, aux nouveaux emballages, aux nouveaux espaces, aux nouveaux outils multimédias... Par sa capacité à décrypter les scénarii de demain, il est devenu au sein même des entreprises une compétence stratégique car il y inscrit une réflexion sur le développement et sur l'avenir. Le designer crée, innove, sa logique n'est ni fondamentalement scientifique, ni fondamentalement économique, il échappe ainsi aux déterminismes trop marqués des logiques de production et/ou de marché qui empêchent nombre d'entreprises d'évoluer. Le designer est l'artisan opérationnel du développement des entreprises qui doivent sortir de leur champ de référence culturelle.

Si l'ingénieur a la clé de l'innovation et du développement technologique, le « marketer » du développement des ventes et de l'activité économique, le designer a lui le trousseau d'une recherche permanente sur les grands enjeux socio-économiques où l'« Homme » et les usages sont au centre des problématiques. Parce que sa réflexion sur l'innovation intègre la technologie, l'économie, les sciences humaines, il redonne de fait une vertu à toute création de valeur au sein même des entreprises. Parce qu'il place l'« Homme » et les usages au centre de sa démarche de création, le designer a la responsabilité de replacer le développement économique au service de l'Humanité. Son action est déterminante pour restaurer un « entrepreneuriat » vertueux et pour produire de la richesse dans le sens d'un progrès pour tous.

Cet article a été publié le 13 janvier 2010 à 2 h 28 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS.



Kermesse



Kermesse © Giulio Iacchetti / Danese

Giulio Iacchetti a imaginé, pour Danese, un luminaire intitulé Kermesse qui s'inspire des guirlandes lumineuses que l'on trouve parfois dans les fêtes populaires. Le principe, extrêmement simple et porteur d'une poésie assez minimaliste, consiste à placer des diffuseurs cylindriques venant diriger la lumière émise par un néon.

Kermesse sera disponible en deux longueurs différentes, et avec des modèles de diffuseurs se déclinant en plusieurs coloris et textures.

Ses diffuseurs restent orientables même lorsque la lampe fonctionne, la source lumineuse étant froide.



Kermesse © Giulio Iacchetti / Danese

Source: designboom.com.

Cet article a été publié le 23 avril 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Luminaires.



Kermesse © Giulio Iacchetti / Danese

TV flash



TV flash © Denis Santachiara / Roche Bobois

Roche Bobois édite depuis peu un curieux objet imaginé par le designer italien Denis Santachiara: une lampe possédant un abat-jour que l'on peut faire coulisser verticalement, et derrière lequel il est possible de loger un téléviseur (23" maxi), et même un mini-lecteur DVD...

La télévision, objet central dans bien des intérieurs contemporains, se fond ainsi dans une typologie plus « traditionnelle ».

On peut même imaginer que, derrière cet abat-jour opaque, elle resté allumée et serve de source lumineuse, émettant ainsi une lumière changeante et colorée.

Source: blogdeco.ch.

Cet article a été publié le 8 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Luminaires, Mobilier, Petits objets et accessoires.

Dynamic LED light



Le designer japonais Tsutomu Mutoh a développé un système permettant de moduler la couleur lumière émise par une lampe, en fonction des mouvements qui lui sont appliqués. Une vidéo, visible ci-dessous, dévoile tout le potentiel de cette invention.

Au lieu de simples interrupteurs marche/arrêt, au lieu de variateurs d'intensité ou de couleur, de nouvelles modalités de dialogue et de contrôle s'initient ainsi entre l'objet et son utilisateur.

Ce projet a été présenté lors du dernier Salon Satellite 2010 de Milan. Il est édité par Optone.



Sources: mutoh.imrf.or.jp, designboom.com.

Cet article a été publié le 4 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Luminaires.

Le Japon, tête de file des sciences de la conception

Par Céline Mougenot, chercheur en sciences de la conception.
<http://www.bulletins-electroniques.com/actualites/61628.htm>

Grâce à ses sociétés savantes très actives (Japan Society for the Science of Design ou JSSD, Japanese Society of Kansei Engineering ou JSKE), le Japon joue un rôle essentiel dans les sciences de la conception, ou « Design Science ». Le pays est à l'origine de l'un des courants majeurs de ces dernières années en conception, l'ingénierie kansei, que l'on traduit généralement par « design émotionnel ». En mars 2010 aura lieu, pour la première fois en Europe, la grande conférence du domaine, KEER 2010 (Kansei Engineering and Emotional Research Conference), co-organisée par le Japon (JSKE), la France (Arts et Métiers ParisTech) et Taiwan (Taiwan Institute of Kansei).

1. Les sciences de la conception, une discipline scientifique jeune mais très active au Japon

Les chercheurs en sciences de la conception s'accordent à dire que leur discipline est apparue avec la publication de « The science of the Artificial » (1969) de Herbert Simon, un des pères de l'intelligence artificielle. Dans un contexte de croissance de la production de produits manufacturés, Simon proposait pour la première fois d'étudier scientifiquement le processus de conception et de l'améliorer en y intégrant des méthodes rationnelles. Pour Simon, notre environnement artificiel méritait d'être étudié, au même titre que notre environnement naturel l'était par les sciences naturelles depuis des siècles.

Avec seulement quelques décennies d'existence, la recherche en sciences de la conception est donc relativement jeune. Deux grandes sociétés savantes s'intéressent à ce domaine au niveau international : « Design Society » et « Design Research Society ». Au niveau national, ce type de réseaux n'existe quasiment qu'en Asie. Il n'en existe par exemple pas en France où la recherche en conception est encore éparpillée et peu coordonnée. Au

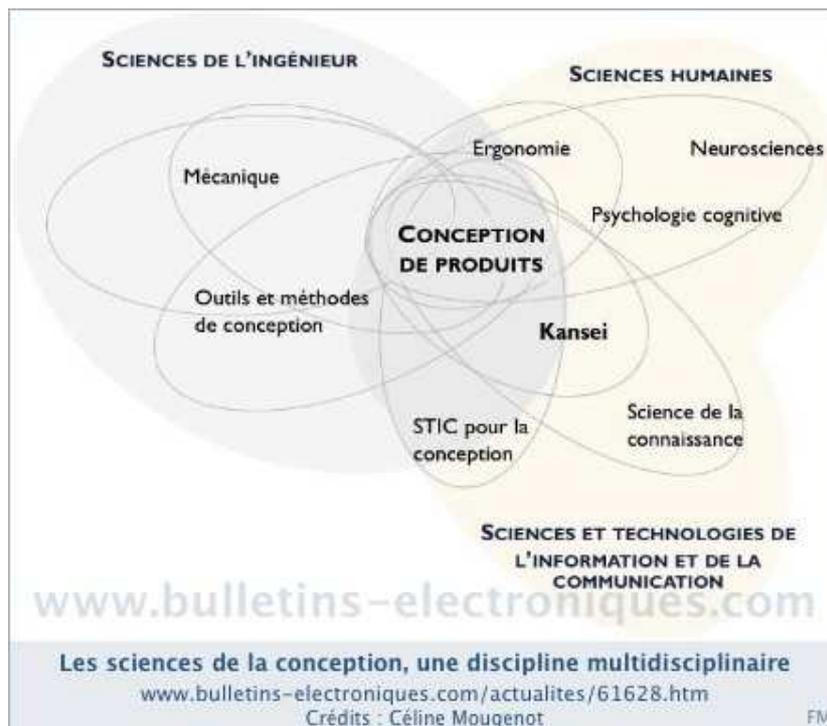
Japon, plusieurs sociétés savantes organisent la recherche en conception, à l'instar de la JSSD (environ 2200 membres), ou de la JSKE (environ 1200 membres).

2. Ingénierie kansei : une vision japonaise de la conception qui prend en compte les émotions des utilisateurs

Dans les années 80, le concept de Kansei Engineering a été introduit dans les sciences de la conception par Mitsuo Nagamachi, chercheur à l'Université d'Hiroshima. Le terme « kansei » (impression, sensibilité), décrit le pan subjectif de la perception d'un produit par un utilisateur ; il est le complément du « chisei » (intellect), perception logique et rationnelle. L'ingénierie kansei consiste donc en des méthodes d'évaluation des émotions suscitées par un produit (ex. : questionnaires, mesures physiologiques), pour définir ou modifier les propriétés du produit.

Un exemple connu de produit conçu par des méthodes d'ingénierie kansei est le véhicule Miata de Mazda, dont les propriétés fonctionnelles, et donc formelles, ont été définies de façon à ce que le véhicule donne une impression de contrôle, de vitesse et de bien-être chez les jeunes conducteurs. Par exemple, les tests utilisateurs avaient conclu qu'une longueur de levier de vitesse de 9,5 cm procurait l'impression de contrôle maximum.

La recherche et la pratique en kansei sont actuellement déclarées une des priorités nationales et soutenues par le ministère japonais de l'économie, du commerce et de l'industrie (METI) par un programme de trois ans intitulé : « Kansei Initiative : From materialistic fulfillment to emotional fulfillment ». Ce programme cherche à doper la compétitivité nipponne par la conception de produits à très forte valeur ajoutée.



3. Japon et France, co-organisateur de la conférence internationale en kansei, KEER 2010

Le Japon a aujourd'hui un rôle de leader au sein des sciences de la conception, en prenant part à l'organisation des grandes conférences en sciences de la conception, telles que l'IASDR 2009 (International Association of Societies of Design Research, Séoul, octobre 2009) co-organisée par six sociétés savantes dont la JSSD.

Le pays est aussi l'initiateur et l'organisateur d'une série de conférences sur le kansei. La pratique de l'ingénierie kansei est aujourd'hui diffusée internationalement et le nombre de chercheurs spécialisés continue de croître au Japon et hors Japon. C'est dans ce contexte de diffusion internationale qu'aura lieu la conférence KEER 2010 du 2 au 4 mars prochain, à Paris. Cette conférence donnera aux chercheurs, ingénieurs et designers européens l'occasion de découvrir le kansei et les dernières avancées scientifiques dans le domaine.

—

Pour en savoir plus:

- Simon H.A. (2004) Les sciences de l'artificiel. Ed. Gallimard, 3ème édition. Traduction de The Sciences of the Artificial (1969) MIT Press.
- Levy P., Lee S.H., Yamanaka T. (2007) On Kansei and Kansei Design : A description of Japanese Design Approach. Actes de la conférence IASDR'07, Hong-Kong
- Kansei Initiative du METI
- KEER 2010 (Kansei Engineering and Emotional Research Conference)

Redacteur: Céline MOUGENOT, chercheur en sciences de la conception. Université de Tokyo, RCAST, Watanabe Lab, celine(point)mougenot(arobase)gmail(point)com
Relecteur: Hugues CHATAING, Ambassade de France au Japon, adjoint(point)ing(arobase)ambafrance(tiret)jp(point)org

Origine: BE Japon numéro 524 (18/12/2009) – Ambassade de France au Japon / ADIT
<http://www.bulletins-electroniques.com/actualites/61628.htm>

Cet article a été publié le 22 janvier 2010 à 2 h 43 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS, Sciences de la conception.



Champ



Champ © Tobias Fraenzel / Campeggi

Edité par Campeggi, le spécialiste du mobilier transformable ou multi-fonctionnel, le canapé Champ peut aussi faire office de punching-ball, une fois son dossier relevé. Imaginé par le designer Tobias Fraenzel,

il entrouvre ainsi, sans prétentions, la possibilité d'appropriations décalées et ludiques des objets qui nous entourent.

Source: campeggisrl.it, tobiasfraenzel.com.

Cet article a été publié le 21 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.



Champ © Tobias Fraenzel / Campeggi



Champ © Tobias Fraenzel / Campeggi

Lianes

La galerie Kreo accueille, jusqu'au 22 juillet, une exposition de travaux de Ronan et Erwan Bouroullec. Parmi les trois projets présentés, le plus surprenant est certainement Liane, un système de luminaires réalisé en cuir et fibre de verre, permettant de suspendre à différentes hauteurs des sources lumineuses interconnectées.



Photo © Studio Bouroullec

Afin de stabiliser les sources à une hauteur donnée, les designers ont eu l'idée de simplement tirer parti de la texture rugueuse du cuir, jouant le rôle de frein naturel.



Photo © Studio Bouroullec

Ces Lianes, réalisées en cuir et fibre de verre, intègrent les câbles d'alimentation électrique.

Source: bouroullec.com, galeriekreo.com.

Cet article a été publié le 29 avril 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Expos, salons, musées, Luminaires.

--
Commentaires



Photo © Studio Bouroullec

Gilles/Garbage EICHENBAUM dit:
le 29 avril 2010 à 9 h 14 min
Très beau travail dont l'apparente simplicité, au final, est un gage de réussite.

La Revue du Design dit:
le 29 avril 2010 à 11 h 15 min
Tout à fait d'accord avec vous Gilles, les frères Bouroullec sont effectivement passés maîtres dans l'utilisation d'une apparente simplicité qui aboutit à des projets totalement maîtrisés formellement et au niveau de leur utilisation...

waldezign dit:
le 29 avril 2010 à 14 h 01 min
Un avis un peu discordant: je les ai déjà trouvés plus inspirés. C'est sympa, mais j'ai bien peur d'oublier très rapidement, contrairement à d'autres de leurs travaux.

maupado dit:
le 29 avril 2010 à 23 h 59 min
Les Bouroullec, c'est Dieu.
En tout cas, c'est la puissance nucléaire. Ils peuvent imaginer la cellule originelle, puis recréer un monde à partir du noyau. Jamais le même noyau, jamais le même monde, mais, diaphane ou opaque, toujours mystérieux.

eyebalm dit:
le 30 avril 2010 à 18 h 44 min
Pas mal, mais comme disait waldezign, pas extraordinaire, j'ai déjà oublié comme pas mal de projets des stars cette année.

Prof Z dit:
le 30 avril 2010 à 21 h 43 min
un peu en retrait par rapport aux précédentes collections ...
En même temps, ils ont tellement de suiveurs que la différenciation va devenir de plus en plus difficile

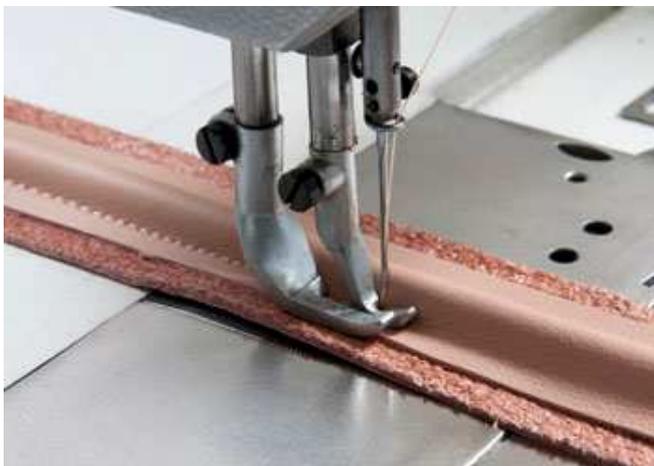


Photo © Studio Bouroullec



Bloom



Photo © Thomas Duval

D'inspiration végétale tendance Robocop, la lampe Bloom imaginée par Patrick Jouin est fabriquée à partir d'une technologie d'impression 3D (frittage de poudre polyamide). Elle s'épanouit comme une fleur afin de moduler l'intensité de la lumière émise.

Poursuivant la recherche initiée avec le tabouret One Shot (en 2006), l'ensemble de l'objet est fabriqué en une seule pièce, y compris les charnières et les coulisses.

La lampe dispose par ailleurs d'un pied en résine coulée, et d'un tube en verre sablé autour de la source halogène.

Sources : patrickjouin.com, mgxbymaterialise.com.

Cet article a été publié le 10 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Luminaires.



Photo © Thomas Duval



Photo © Thomas Duval



Light Touch



Light Touch © Light Blue Optics

Développé par Light Blue Optics, Light Touch est un micro-projecteur permettant de transformer n'importe quelle surface – verticale ou horizontale – en un écran tactile interactif. Il devrait être commercialisé prochainement.



Light Touch © Light Blue Optics



Light Touch © Light Blue Optics

Wifi et Bluetooth, le Light Touche détecte les mouvements et la position des doigts grâce à un capteur infrarouge.

Il ouvre la voie à un ensemble d'application Internet/multimédia s'affranchissant des écrans, et permettant donc une miniaturisation encore plus importante (voir à ce sujet l'article que nous avons consacré à la réalité augmentée).

Pouvant capter les gestes de la main, il semble également pouvoir se substituer à une tablette graphique, et donc proposer une approche alternative du dessin assisté par ordinateur, un sujet qui ne manque pas de soulever des débats comme l'avait illustré les commentaires de l'article que nous avons consacré à l'exposition Dessiner le design).

Sources: korben.info.

Cet article a été publié le 12 janvier 2010 à 2 h 37 min dans la catégorie ACTUS, Petits objets et accessoires, Prospective et innovation.

Obsession Series



La série Obsession, du designer Kwangho Lee, se veut être une exploration de matériaux « pauvres ». Des tubes de PVC souple tressés génèrent ainsi une accumulation dans laquelle se dessinent des meubles et autres éléments fonctionnels.



Kwangho Lee situe l'origine de cette envie de poésie primaire, qui peut se dégager de matériaux simples, dans son enfance, qu'il a passée à la campagne à multiplier les petites constructions faites d'éléments divers.

« I was raised up in the far country side in my early childhood and moved closer in the outskirts of the big city in a farmland. As I grew up in the farm, my habit of building and making things with my hands was very natural and I've become to earn for a greed-less life. These humble childhood experiences and memories have given, and are still giving, great influences in my hand-crafted works. I dream of producing my works like a farmer patiently waiting to harvest the rice in autumn after planting the seed in spring. »

Source: kwangholee.com.

Cet article a été publié le 12 avril 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--

Commentaires

Clément dit:
le 12 avril 2010 à 8 h 41 min
C'est étonnant ce qu'une image peut donner comme interprétation : le fauteuil de la première photo me fait penser à des nouilles instantanées asiatique, du moins la matière.

La Revue du Design dit:
le 12 avril 2010 à 8 h 58 min
On est effectivement assez proche...

fp dit:
le 12 avril 2010 à 9 h 52 min
J'ai un problème d'échelle... les photos sans personne me font penser à des sièges pour maquette.. Est-ce voulu?

La Revue du Design dit:
le 12 avril 2010 à 10 h 20 min
Bonjour fp,
Très bonne remarque.

Le jeu sur l'échelle est effectivement perturbant, mais je pense volontaire: un tissage surdimensionné, qui rappelle d'ailleurs un peu celui qu'avait expérimenté Arik Levy dans une série de lampes présentée chez Sentou <http://www.ariklevy.fr/sites/default/files/arik-levy-umbilical-03.jpg?1256569615>

es dit:
le 12 avril 2010 à 15 h 07 min
Moi, ce qui me dérange plus que le tissage surdimensionné, c'est la massivité des formes. Je trouve qu'elles jurent un peu avec la délicatesse et la légèreté du tissage. Cela dit, la matière est très belle, et avec des volumes un peu plus souples ce serait magnifique.

La Revue du Design dit:
le 12 avril 2010 à 15 h 28 min
Bonjour Es,
Ce que vous dites est vrai, mais je trouve aussi que le fait d'allier formellement un aspect « tissé » et des formes plus orthogonales (qui du coup se retrouvent un peu déformées) est l'un des intérêts du projet.
On aimerait par contre, ce que vous suggérez, voir ce que cette technique donnerait avec des volumes plus souples.

Prof Z dit:
le 12 avril 2010 à 17 h 47 min
Comment ne pas perdre le fil du marché du design...
Les étonnants poofs en laine de la designeuse hollandaise Christien Meindertsma (ex design Academy d'Eindhoven) sont faits main avec des aiguilles d'1m80. C'est probablement le point de départ de cette tendance tricotée que certain blogs design confondent avec la tendance filaire qui perdure depuis des années ...
Alexandre Popoff de la galerie Revolt's à Paris sur cet photo est assis sur un de ses poufs tricotés . Il a dû hélas fermer sa galerie de dutch design à Paris comme Pierre Laramée cité plus haut a dû fermer la galerie de jeune design « Les commissaires » à Montréal...
http://1.bp.blogspot.com/_SMlkuoEaJ_M/SZgJskfYUrl/AAAAAAAQ/SIHWF7_C478/s1600-h/owner.jpg

maupado dit:
le 13 avril 2010 à 10 h 20 min
tricotage, tissage, tressage...
C'est ici un peu grossier, gourmand en matière, évidemment sans nuance, et finalement extrêmement pauvre en ressources formelles. On ne s'en étonnera pas, puisque c'est une obsession qui mène l'expression. Comment ne pas évoquer, par opposition, Paola Navone, son extrême raffinement et sa maîtrise:
http://www.stylepark.com/db-images/cms/gervasoni/img/p301744_488_336-1.jpg

Prof Z dit:
le 13 avril 2010 à 16 h 28 min
Maupado fait des commentaires virevoltants, aériens, des figures de style à la limite du décolement cognitif mais le choix de l'iconographie illustrant ses propos laisse souvent à désirer...
Je trouve cet abat-jour tressé non d'un extrême raffinement et d'une grande maîtrise mais d'une banalité de panier ...Je refuse toute addiction béate

La Revue du Design dit:
le 13 avril 2010 à 16 h 48 min
Je comprends l'analyse de Maupado sur la surabondance de matière nécessaire à ce projet, et je partage son affection pour Paola Navone.
J'avoue par contre trouver, dans ce projet de Kwangho Lee, une vraie richesse formelle, pas au sens d'un travail sur l'esthétique en elle-même, tel que nous le servent bon nombre de projets, mais sur la capacité d'une technique simple à devenir génératrice de formes. C'est assez brut, puissant, certainement assez inconfortable mais quand même étonnant.

Prof Z dit:
le 14 avril 2010 à 9 h 40 min
Pour revenir au premier commentaire et à ceux dans d'autres sites comme Muuuz.
Nous sommes dans une société de l'immédiateté et de la surabondance d'info qui s'impose à nous tous et qui fait que nous passons de moins en moins de temps par image. Ce qui fait qu'un chercheur doctorant en design blogueur (Clement de design et recherche), qu'un trendsetter de trendhunter ou qu'un un commentateur ici ou là dans les blogs de design va faire un rapprochement entre image immédiate du meuble et une image prise dans un univers de référence plus ou moins maîtrisé: la ou plutôt les cuisines asiatiques.
Le designer italien Fabio Novembre a construit son nouveau blog sur ce constat....

Io noi

Io noi est un blog dans lequel le designer italien Fabio Novembre présente différents objets, visuels ou images, entre lesquels un dialogue où un rapprochement formel est possible ou évident. Une réflexion, à découvrir, sur le pouvoir des images, sur la relation que le design entretient avec l'idée de « référence » ou d'emprunt, sur les redondances et persistances formelles...

«With this new layout of the blog, by focusing on the immediacy of images my goal is to convey the relationship between me and us, between things and their universe of reference. People and things are born from other people and other things.
Seeking connections – often unplanned and undeclared – helps pave the way to an approach to inclusive and cross-cutting knowledge. History does not unfold in separate compartments but is at once cause and effect.

New interpretative horizons are played out in the free comparison of references.»
(Fabio Novembre)

Cet article a été publié le 22 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Web et média du design.

Source : ionoi.it.

Voici quelques images:

Echoes: Stone Age

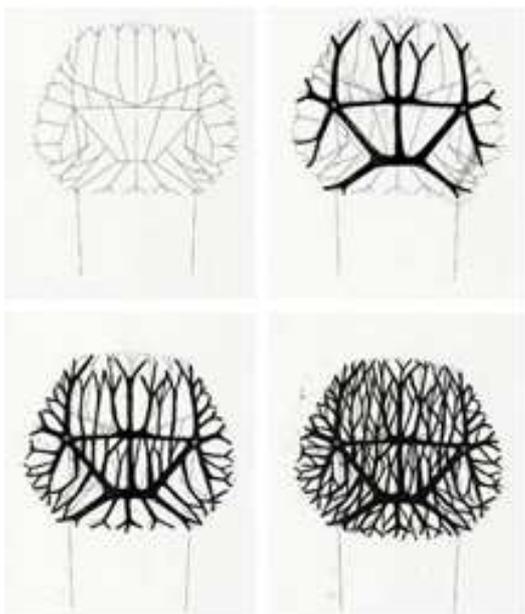
friday, 4 June 2010



Isamu Noguchi, freelarm sofa, 1946 | Piero Lissoni, Bubble Rock, 2006 | Karm rashtid, Hëddog sofa, 2010

Veggie France

monday, 26 April 2010



Ronan & Erwan Bouroullec, Vegetal chair: Drawing, 2009 | Metal Cresset, Foglia, 2010

Echoes VII

friday, 21 May 2010



Isao Hosoe, Hebi, 1974 | Ron Arad, Pizzalobos, 2007 | Ingo Maurer, Flitz T Cooper, 2008



Goldplated Staples



Goldplated Staples © Studio Ooms

Revisitant la très banale agrafe et l'imaginant plaquée d'or, le Studio Ooms se joue des codes traditionnels du bijou et de l'accessoire de bureau pour proposer un objet simpliste et mutant, ne manquant assurément pas d'intérêt.

Principalement destiné à devenir un bijou, directement appliqué – à l'aide d'un outil que l'on possède tous – sur nos vêtements (et pourquoi pas de manière durable), le collectif imagine aussi que ces agrafes pourraient servir à impressionner votre patron ou client lorsque vous lui remettrez un dossier important.

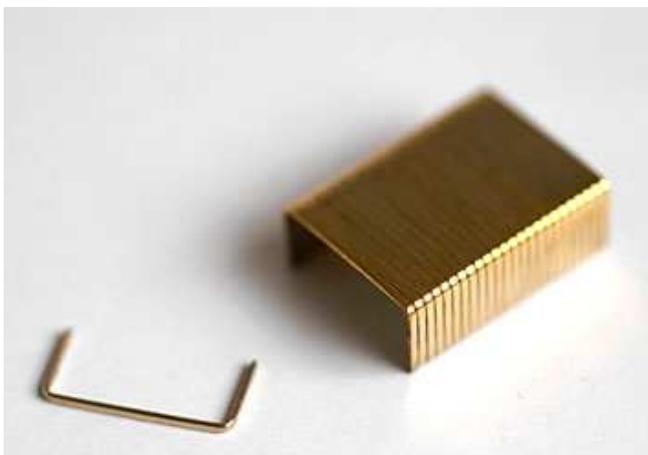
OOOMS Studio est dirigé par Guido Ooms et Karin van Lieshout, tous deux diplômés de la Design Academy d'Eindhoven (en 2000 et 2001).

Source: ooms.nl.

Cet article a été publié le 28 janvier 2010 à 2 h 02 min dans la catégorie ACTUS, Petits objets et accessoires.



Goldplated Staples © Studio Ooms



Goldplated Staples © Studio Ooms



Goldplated Staples © Studio Ooom



Sen



Sen © Curiosity / Agape

Réalisée en aluminium brossé anodisé, le système Sen, développé par Nicolas Gwenaël pour Agape, permet d'unifier un ensemble d'éléments techniques ou accessoires divers: robinets, flexible et colonne de douche, porte-serviette, rangements... Sen est disponible en finition grise ou noire.

Source: curiosity.jp.

Cet article a été publié le 26 février 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Cuisines et bains.



Sen © Curiosity / Agape



Sen © Curiosity / Agape



TEEbooks



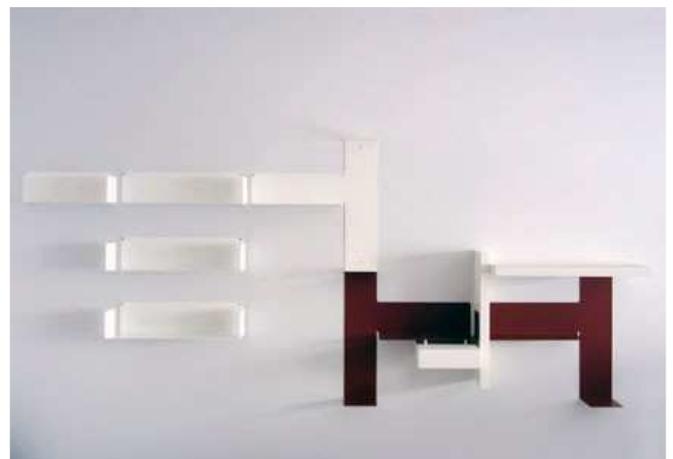
TEEbooks © Mauro Canfori

S'inspirant du tee des golfeurs, cette petite pièce que l'on enfonce dans le sol jusqu'à ce qu'elle disparaisse presque, et qui ne sert qu'à supporter et mettre en valeur la balle, les étagères TEEbooks laissent la part belle aux livres, CD ou DVD qui y sont posés.

Les différents modules sont réalisés en tôle d'acier, laqué rouge, blanc ou gris, auxquels peuvent s'adjoindre des éléments de séparation ou des tiroirs réalisés en contreplaqué peint en blanc.



TEEbooks © Mauro Canfori



TEEbooks © Mauro Canfori



TEEbooks © Mauro Canfori



TEEbooks © Mauro Canfori

Fonctionnel, sobre et discret, ce concept a été imaginé par Mauro Canfori, déjà remarqué il y a quelques années pour avoir créé, avec Emanuela Destro, la marque de produits d'extérieur Teracrea, qui fait régulièrement appel à des designers extérieurs pour dessiner ses lignes de produits (Tomas Alonso, Sebastian Bergne, Ronan & Erwan

Bouroullec, Fernando e Humberto Campana, Edouard François, Konstantin Grcic...).

Source: teebooks.com.

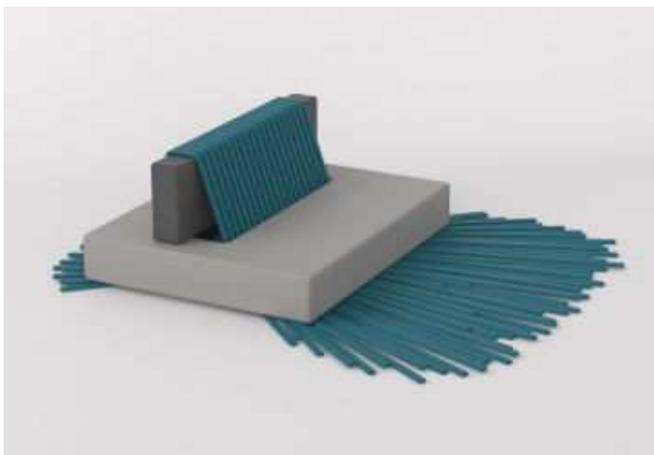
Cet article a été publié le 28 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier, Petits objets et accessoires.

Dito From Scratch

Initié en 2006, le collectif Dito réunit dix designers ayant l'ambition de mettre à plat une méthode de travail collégiale et ouverte, dans laquelle le dialogue, l'échange et le partage sont privilégiés. L'exposition « Dito From Scratch », présentée à partir d'aujourd'hui et jusqu'au 6 mars 2010 à Paris, dans les murs du Lieu du design, témoigne de cette expérience. Retour en images sur leur travail.

Les objets présentés:

Mawou est une plateforme à la fois canapé et tapis, traversée par des bandes en tension qui jouent en partie haute le rôle de dossier et au sol celui de motif.



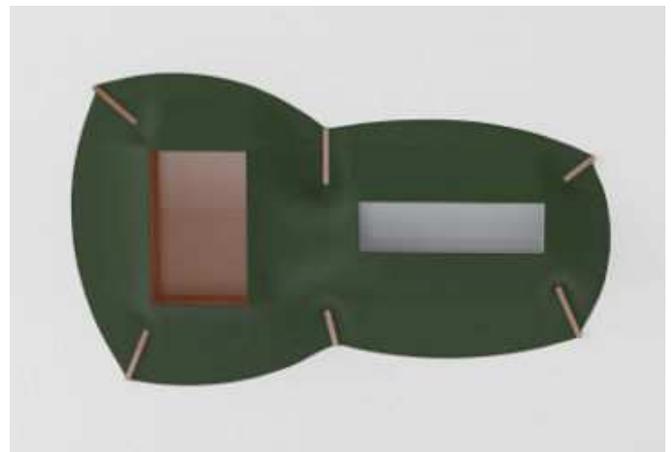
Carata associe plusieurs contenants, simplement maintenus par un ou deux pieds. Isolément, ils ne tiennent pas debout, et c'est ensemble que ces différents modules trouvent leur sens.



Tel des icebergs, les objets de la série Klael possèdent une partie émergée et une autre immergée, non pas dans de l'eau mais dans une fine résille métallique.



Etagère souple se fixant au mur, Loutor possède également deux caissons plus rigides permettant de poser ou stocker des éléments.



Lurha est une étagère suspendue se jouant des équilibres. Accrochée en un point unique, au plafond, elle propose un ensemble de formes en tension, se stabilisant les unes les autres.



Molro regroupe un ensemble de tiges élancées aux traitements plastiques et usages divers (miroir, contenant, plateau...). Celles-ci sont assemblées dans un équilibre et une forme qui paraissent instables mais qui se révèle plutôt, à l'usage, polycentrés.



La lampe Sutfelu est perchée sur de fines jambes qui semblent avoir été dessinées par la partie haute de l'objet, qui aurait coulé jusqu'au sol.



Volumineux mais légers, les Riliz sont des structures réalisées à partir de toile tendue sur une armature, et d'un ou plusieurs plateaux rigides qui viennent les trancher horizontalement.



Plus d'informations sur collectifdito.com.

--
 Commentaires

*maupado dit:
 le 17 février 2010 à 0 h 31 min
 Cette expérience collective passionne en ce qu'elle nous dit la jeunesse et l'ouverture de ses acteurs, qu'ils le soient ou non physiquement. La faculté d'oubli revendiquée est ici permanente et le presque rien dont chacun se souvient est le socle de toutes ces propositions. On ne sait pas très bien à quoi ça sert, bien sûr, mais on sait, et si on est un éditeur ou plus génériquement un donneur d'ordre, on devrait le savoir, que des créateurs capables de s'approprier aussi librement des questionnements collectifs doivent pouvoir répondre à n'importe laquelle des hypothèses.
 Reste que Dito a peu à faire de la technologie, et que son expérience est avant tout une aventure, une rêverie plastique.*

*Prof Z dit:
 le 17 février 2010 à 11 h 34 min
 J'aime beaucoup le terme de « rêverie plastique »...
 Pour avoir collaboré avec des artistes et avec des designers, pour avoir fait de nombreux ping pong créatifs, j'ai l'impression d'une exploration à 360 °, de mise en forme de dessins, de sketches comme on peut en voir dans des ateliers de plasticiens... Elle me fait penser à ceux qui pensent qu'une oeuvre n'est jamais terminée et qui la laisse*



Le projet Rokr, un peu mystérieux, met en tension différents éléments reliés par un ensemble de tiges métalliques. Différents rangements ou supports se dessinent ainsi, comme autant d'usages à inventer.

de morphing en morphing se transformer tous les jours sur leur écran d'ordinateur.

Il y manque sans doute un axe de recherche, une unité, une direction artistique, des intentions et un vrai discours revendicatif. Ceux qui aiment les mots, les formules éclairantes comme Pierre Doze ou Maupado vont sans doute les aider à découvrir. Il est aussi possible de s'y perdre comme dans un enrobage verbal, une érudition historique, conceptuelle, sémantique et sémiologique... donc dans un miroir aux alouettes textuel si le discours d'un maniaque textuel est copié collé sans être bien assimilé (ce qui demande une « deep attention » que les « digitals natives » de la « generation X » et « générationZ » ont en partie perdue)

La France manque d'expériences collectives . En général, elles finissent en peaux de chagrin tellement l'individualisme et le modèle starckien semblent dans l'adn national (voir les Radi designers). Les hollandais, les anglais, les belges et les suisses mènent des expériences qui mixent l'individuel et le collectif par la mutualisation de moyens et par la fertilisation croisés des expériences qui tirent vers le haut chaque membre...

On voit naître ici et là des collaborations éphémères qui servent à ajouter à son moi, à son égo des connaissances, des expériences, des expertises pour ensuite les amalgamer à sa signature ,oublier le co-designer et se les faire attribuer par la presse et par le public dans des mécanismes d'attribution connus depuis la Renaissance ou Le Corbusier PS: » » = operateur booléen en anglais pour ouvrir à une recherche plus vaste

Prof Z dit:

le 17 février 2010 à 13 h 51 min

Je corrige et complète mes commentaires

Je pense qu' Andrea Branzi est celui qui peut ouvrir leur champ créatif ou du moins la perception de leur territoire créatif <http://www.liberation.fr/next/0101491165-andrea-branzi-en-vases-eclos>

J'ai trouvé plusieurs idées brillantes (selon moi)

-du carpet sofa tagliare (de tagliatelle), On passe entre Ron Arad , Pierre Charpin et les Bouroullec

-du plateau suspendu à une table qui pourrait être développé dans une approche éditoriale d'industrie raisonnée et non intégré dans une oeuvre en série trop limitée à 6 ex . On passe au large de Gils Bakker

-concept iceberg qui navigue entre Big Game et Jaime Hayon mais qui pourrait facilement s'affranchir de ses cousinages par une exploration du concept.

-concept de monolithe à plateau... on passe loin des paysages de table de Normal Studio

- les coulures, les cages ont déjà été très exploitées de même que les multi boites sur pieds colorés, installation, scénographie et meuble de Hi Crasset

candyves dit:

le 17 février 2010 à 14 h 08 min

A l'image de la série Klael, Dito nous laisse entrevoir la partie immergé de leur travail, les idées nous apparaissent brutes, intactes, originelles, intimes. La nature, l'art contemporain, les gens, les mots, sont les matières première du designer, Dito y ajoute sa matière grise et nous livre un concentré, on se sent privilégié, merci pour les confidences...

Prof Z dit:

le 17 février 2010 à 20 h 42 min

En examinant quelques dessins c'est Pierre Charpin qui me paraît le plus proche . Cette influence a été repérée également par Anne Marie Fèvre de Liberation Next <http://www.maison.com/design/portraits/10-jeunes-designers-dito-528/galerie/3219/>

aurora m dit:

le 18 février 2010 à 15 h 12 min

Cher Monsieur Prof Z

Je trouve étrange cette déferlante de votre part à propos de Dito.

Moi-même j'ai eu la chance lors du vernissage de me faire expliquer les projets par le collectif, ce qui ne semble pas être votre cas, et je trouve que vos remarques sont dévalorisantes et surtout méprisantes face au travail accompli.

Si le principe d'avoir été inspiré par quelqu'un, professeur ou mentor, vous gêne tant, alors sortez de l'anonymat une bonne fois pour toute et faites nous part de vos brillantes, et si originales observations. Il ne me semble pas nécessaire de faire le tour des blogs pour vous défouler. Peut-être est-ce la jalousie ?

Le projet dito est intéressant et ambitieux. Le fait de n'avoir aucune démarche commerciale est des plus rafraîchissants dans ce monde guidé uniquement par l'argent. De plus je tiens à tirer mon chapeau à de jeunes gens qui ont su en 3 ans (à peu près), malgré leurs emplois (certes auprès de designers renommés, mais il faut bien commencer quelque part, et c'est un bon début), rester soudés et on su établir un catalogue de formes qui leur est propre.

Mon cher Prof Z peut-être avez-vous des reproches à faire à la bourse Agora, qui si on vous écoute, à élu des élèves et non des créateur.

Pour finir, nous pouvons saluer Dito, car depuis que la bourse Agora existe, c'est la première fois que l'on peu constater et apprécier le travail financé par cette bourse.

Bien à vous

Démocratique dans sa genèse et inhabituel dans sa forme, le design collectif de Dito

Par Alexandre Cocco

Venant en complément de l'article publié sur l'exposition Dito From Scratch, vous trouverez ci-dessous un texte plus général concernant le travail du collectif Dito, revenant notamment sur la spécificité de son approche et l'intérêt qu'elle présente à nos yeux aujourd'hui.

Le postulat de départ de Dito(1) sonne comme un pari. À une époque marquée par un individualisme rampant et par une certaine « starification » du design (besoin pour les créateurs d'exister parmi les autres, besoin pour les marques de faire appel à des « signatures »), la volonté de travailler à plusieurs à l'élaboration d'un projet commun, collectif et s'élaborant dans la durée, peut paraître curieux.

C'est cette étrangeté, probablement, qui a retenu l'attention des membres du jury de la bourse Agora(2). C'est aussi elle, assurément, qui est à l'origine d'une approche différente du projet de design que Dito a su, au fil des semaines et des mois, constituer.

S'organiser, pour créer de l'inattendu et se surprendre

« Cette méthode doit nous permettre de nous engager sur des pistes que nous n'aurions pas explorées seuls et arriver à des objets singuliers, décalés et surprenants. Pour cela, nous faisons en sorte de nous donner les moyens de créer de l'inattendu, des surprises pour nous mêmes. »

Collectif Dito.

Dès que divers éléments s'accroissent, se pose la question de leur organisation. Dans le cas de Dito, la constitution du collectif, le choix de ses participants, de ses outils, de son regard même, provenant d'une accumulation d'approches et de personnalités, nécessitait elle aussi une « mise en forme ». Il s'agissait déjà, en soi, d'un projet.

Mais, au vu du nombre important de ses membres, il s'agissait d'un projet curieux, car il passait en premier lieu par une certaine acculturation: plutôt que de simplement partager des méthodes et des références, il a fallu réapprendre, partir de ce qui était commun – parfois presque rien (« from scratch(3) »...) – pour réinventer les possibilités d'un dialogue efficace.

C'est en partie cette « expérience », amenant chacun à découvrir de nouvelles modalités de travail – d'égal à égal au sein d'un même projet – qui a constitué la première marque de fabrique méthodologique du collectif.

La seconde fut celle du vocabulaire formel à développer. Le répertoire initial, regroupant des images apportées par chacun, analysées, discutées, retenues ou écartées, retravaillées, a constitué un premier socle. Disons une sorte de grammaire. Mais une grammaire spécifique, épurée des tics de langages des uns et des autres.

Car lorsque l'on travaille à plusieurs, que l'on partage ses idées, ses ambitions et envies, les regards extérieurs rendent vite visibles nos propres références, nos préconçus. Sans avoir de volonté expressément novatrice, une des forces du collectif fut donc d'éviter les redites, écartant d'office ce qui était trop « commun » (à la fois trop « partagé » et trop « évident »).

Et l'outil pour parvenir à se surprendre, soi-même et collectivement, fut d'imaginer un vocabulaire non pas constitué de projets déjà réalisés, de références incontournables de la discipline, mais de formes « ouvertes », regroupées et organisées comme dans un dictionnaire dans lequel « on choisit les mots avec lesquels on compose des phrases afin de créer du sens. » Des formes, qui, combinées, manipulées, détournées, pouvaient générer des pistes de projets, des directions à explorer.

Un espace de pensée ouvert

« Nous échangeons nos idées sans a priori pour créer un espace de pensée ouvert, et pour que les critiques soient constructives et fassent les projets. Le fait d'être nombreux nous permet de pousser les idées le plus loin. »

Collectif Dito.

En situant sa première intervention créative non sur des objets en eux-mêmes mais sur des signes pouvant les

constituer, Dito a mis à plat une approche plus grammaticale que typologique, basée sur les assemblages, les rapprochements, les liaisons...

Mais travailler à plusieurs, sans rapports hiérarchiques, dans une sorte d'innovation ascendante où chacun peut, à partir des idées des uns et des autres, remonter le processus, le déconstruire et définir de nouvelles pistes, n'est pas sans contrainte. C'est plus long. Plus exigeant aussi, car les avis des autres co-designers peuvent amener chacun à revoir sa copie, à modifier, à pousser son raisonnement dans ses retranchements.

Une conséquence, peut-être inattendue, de cette méthode de travail fut ainsi de bénéficier, assez tôt dans la genèse de chaque projet, d'une somme importante de regards extérieurs.

Car travailler à 10, à 12 ou à 15 – selon l'évolution, toujours en mouvement, des contours du collectif et du nombre de personnes qui le constituent – c'est évidemment bénéficier d'une force créative plus importante. Mais c'est aussi, en tant que designer, confronter d'emblée ses idées à 9, ou 11, ou 14 utilisateurs potentiels, avec leurs perceptions, leurs idées, leurs usages propres.

Traversés par une humilité permanente et nécessaire, où toutes les idées appartenaient à tout le monde, les projets de Dito ont cependant réussi à mûrir, comme mus par leur force propre. Et probablement, à aller plus loin, en s'éloignant de toute recherche de « style » ou de « signature » individuelle.

Un design a-starifié, générateur d'objets en devenir

« L'intérêt de ce projet est qu'il réunit dans une même base de travail la personnalité de chacun et notre imaginaire à tous. »

Collectif Dito.

Au final, les propositions de Dito n'appartiennent à personne en particulier, sauf peut-être au collectif lui-même dans son entièreté. Et aucun de ses membres ne peut revendiquer individuellement la paternité de tel ou tel projet. Face à ce constat, Dito ne prétend d'ailleurs pas avoir ouvert une voie à suivre, tout juste une brèche dans un processus de création et de décision souvent très normalisé qui a souvent tendance, au final, à appauvrir les projets.

C'est aussi pour cette raison que les différentes contraintes (budgétaires, de matériaux ou de fabrication...) ont été repoussées au plus loin et au plus tard possible. Car seule cette approche leur permettait de maintenir les projets dans un état de « potentiel maximum ».

Si ceux-ci devaient aujourd'hui être plus avancés, ils réduiraient leur champ de possibles, en étant confrontées à des réalités qui ne sont pas pour l'instant celles du collectif: des matériaux donnés, des outils de production, des contraintes économiques... Des éléments qui font évidemment parti de toute démarche de design, mais qu'il est aussi parfois nécessaire de savoir mettre de côté afin de ne pas contraindre trop tôt un projet dans son évolution.

C'est donc comme un ensemble d'objets « potentiels » que nous devons voir et comprendre ces premières réalisations de Dito: des idées à la fois totalement mûries, mais encore ouvertes à une diversité d'interprétation individuelles ou techniques. Et si des matériaux, des couleurs ou des formes sont ici proposées, il faut imaginer qu'ils pourraient s'adapter

à différents outils de production, différentes contraintes techniques.

L'après?

Prenant le contre-pied d'une époque où les démarches sont souvent personnelles, voire individualistes, et où le design est trop souvent utilisé comme un simple outil de communication, la démarche de Dito dénote et interroge.

Créant son propre contexte de travail, le collectif a en effet vécu cette aventure sans autre objectif que d'imaginer un nouveau vocabulaire, une poétique différente, et de se confronter à une méthodologie de travail totalement collégiale et démocratique (ce qui n'est, reconnaissons-le, pas si fréquent dans le design).

Cette première collection, envisagée par le groupe comme une expérience plus que comme un manifeste, abouti à une dizaine de projets singuliers, souvent multifonctionnels et ouverts à l'interprétation, qui dans leur ensemble interrogent nos perceptions et nos habitudes, remettant en cause ce que peut ou doit être un meuble, ce que peut ou doit être le « design ».

Quelques observateurs attentifs évoqueront probablement, le regard teinté de nostalgie, le souvenir de collectifs incontournables du siècle passé, ayant marqué l'histoire du design. L'analogie est évidemment intéressante mais elle a ses limites, et il semble aujourd'hui plus pertinent de chercher à comprendre ce que la démarche de Dito possède de contemporain, dans sa réaction aux travers actuels – égo-centrés et « communicationnels » – de la discipline par exemple, ou encore dans sa volonté de s'éloigner des circuits traditionnels de promotion, d'édition et de validation du design.

Alors une certaine critique demandera peut-être au collectif dans quelle perspective « réaliste », industrielle ou marketing, il inscrit son approche. Celui-ci répondra, espérons-le, qu'il est parfois aussi intéressant de questionner le processus que le résultat et que Dito From Scratch constitue, avant tout, une expérience, la possibilité d'une autre démarche: plus lente, plus partagée, inhabituelle.

D'autres projets ou propositions pourraient, plus tard et dans d'autres contextes, venir et être confiés à Dito, et il serait d'ailleurs intéressant de voir comment sa méthode de travail lui permettrait de répondre aux contraintes d'un environnement plus normé, industriel par exemple.

Ces questions, et plus largement celle de l'avenir du collectif, restent ouvertes. Il appartient à Dito, désormais, d'imaginer leur réponse.

—

Notes:

(1) Le terme « Dito » signifie « déjà dit » ou « déjà vu ». On l'emploie notamment pour éviter la répétition d'un élément précédemment désigné. Dans l'esprit du collectif, il veut également dire que « ce qui a déjà été dit n'a pas besoin d'être répété », ou également « redire, mais autrement ».

(2) La bourse Agora est un financement biennuel reconnu dans le domaine du design, décerné par un jury de professionnels et de spécialistes du secteur. Elle permet à un créateur ou un groupe de créateur de mener une recherche personnelle. Dito en a été lauréat en 2007.

(3) « à partir de rien ».

Cet article a été publié le 15 février 2010 à 14 h 00 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS, Expos, salons, musées.

PrettyPretty



Collection PrettyPretty (design: Dejana Kabiljo). Photo © Christian Maricic

La série PrettyPretty, imaginée par la designer Dejana Kabiljo, se compose de tabourets, de chaises et de poufs « velus ». Elle explore la relation de fascination/répulsion que peuvent exercer sur nous poils et cheveux, et met en œuvre un matériau inattendu à la fois informel, souple et mobile.

Le cheveu que l'on repère dans la soupe n'a assurément pas la même signification (ni la même saveur), que celui qui se retrouve sur un revers de veste. Il n'a pas le même charme, non plus, que celui qui s'inscrit dans un élégant mouvement de tête.

Sensuel ou écœurant, il induit une réaction presque animale, viscérale. En l'utilisant, Dejana Kabiljo cherche ainsi à élémentariser une certaine grammaire du désir et de l'érotisme à laquelle nous sommes soumis.



Collection PrettyPretty (design: Dejana Kabiljo). Photo © Christian Maricic



Collection PrettyPretty (design: Dejana Kabiljo). Photo © Christian Maricic



Collection PrettyPretty (design: Dejana Kabiljo). Photo © Christian Maricic

« Pretty heads to sit on explore the nicely regulated erotic allure that surrounds us, tracing out the customary grammar of desire. The Kabiljo Inc. products search for the innovation on the level of human behaviour. Consequently, materials are carefully researched and subdued to series of experimental processes until they fit into place. Simple things are created for our complex times, nice, iron-free and celebratory. »

D'origine Croate, Dejana Kabiljo est diplômée en architecture de l'Université de Belgrade, mais elle a également fait une partie de ses études à la Domus Academy de Milan.

Source : yatzer.com.

Cet article a été publié le 20 janvier 2010 à 2 h 08 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

Le design, ce grand oublié

Par Stéphane Laurent.

Au Centre Georges Pompidou, vient de se clore l'exposition sur Patrick Jouin, designer d'aujourd'hui. Chacun est en droit d'exprimer son humeur et son avis à propos des expositions, et le public ne s'en prive généralement pas lorsqu'on lui propose un album de commentaires à la sortie. Il serait donc bien malvenu de ma part de vouloir utiliser l'espace d'un article dans ce but, mais un peu de l'expérience et de la distance de l'historien du design aidant, il me paraît nécessaire de prendre prétexte de l'occasion pour faire le point sur ce type de manifestation en France, qui a vu récemment se tenir « Design contre design » au Grand Palais puis « Tiffany » au musée du Luxembourg, pour n'indiquer que les plus marquantes. Plus largement, cette succession d'événements offre la possibilité de tracer un bilan, un bilan hélas quelque peu négatif, qui nous va amener à pointer sur certains dysfonctionnements dans la

diffusion culturelle du design en France, sur des retards importants vis-à-vis d'autres pays, de l'Europe du Nord surtout.

Quel est, au fond, le problème? Depuis une vingtaine d'années, l'Angleterre principalement, avec le Victoria and Albert Museum, l'Allemagne, avec le Vitra museum à Waltham-Rhein, les pays scandinaves comme la Finlande, et les Etats-Unis avec le Metropolitan, le MoMA, le Cooper-Hewitt museum et le Bard Graduate Centre à New York, parmi les exemples phares, ont développé une programmation d'expositions sur le design et les arts décoratifs de premier plan, fondée sur une volonté d'offrir au public une connaissance sur ces domaines de même qualité et de même niveau que les grandes expositions sur les peintres que nous sommes habitués à fréquenter qui au Grand

Palais, qui au Louvre, qui à Orsay, qui au Centre Georges Pompidou, justement. Pour ce faire, ils s'appuient sur des recherches approfondies, tant d'un point de vue scientifique que de celui de la muséographie.

En France, où en sommes-nous? Mis à part quelques expositions pointues ça et là, au musée d'Orsay, au palais Galliera et aux Arts décoratifs par exemple, loin d'un tel résultat, il faut en convenir. Car nous en sommes toujours à vouloir expliquer le design, alors que nos voisins, eux, ne cessent d'en diffuser et explorer les subtilités et les richesses.

D'un côté, nous avons l'exposition sur Patrick Jouin, qui entend montrer au public ce qu'est le design industriel au travers d'une démarche de création personnelle; de l'autre, en 2008, l'exposition « Design contre design » du Grand Palais (sur laquelle nous reviendrons, afin de parler d'autres aspects équivoques) qui voulait donner un panorama du mobilier de création; enfin, celle sur Tiffany, exposition parcimonieuse sur des facettes pourtant multiples et riches d'enseignements d'un fameux créateur et industriel du verre, qui s'est tenue l'an passé au Musée du Luxembourg.

La situation est donc plutôt alarmante si l'on regarde les choses dans la durée: on a l'impression de faire du sur place ou, pire, de régresser dans l'éducation du public aux arts décoratifs/design, ce qui n'est pas sans conséquences sur la vie de nos métiers.

Malgré la mise à disposition de structures de diffusion exceptionnelles que sont le Centre Georges Pompidou et les Galeries nationales du Grand Palais, voire le musée du Luxembourg, nombre d'occasions ont été manquées de faire un pas en avant.

« Design, miroir du siècle » en 1993, montée à la hâte, affichait le paradoxe d'un catalogue de bonne tenue et d'un déballage d'objets; quant à « Un Age d'or des arts décoratifs 1814-1848 » l'année suivante, puis « 1900 » en 2000, un bien confus pendant sur l'Art Nouveau à son équivalent de Londres à la même époque, et enfin « Un Temps d'exubérance, les arts décoratifs sous Louis XIII » en 2002, elles sont restées confinées dans l'érudition.

Les raisons de ces pannes sont multiples.

D'abord, nous souffrons toujours du complexe académique entre arts majeurs et arts mineurs, qui donne toujours, hélas!, la priorité aux premiers sur les seconds. En effet, l'exposition de l'art reste éminemment visuelle, alors que le design s'inscrit dans une culture technique, plus austère, susceptible de moins distraire le public.

Ensuite, l'éducation sur l'histoire du design ou des arts décoratifs en France reste embryonnaire, à commencer par celle prodiguée dans les écoles de design. Elle fait rarement appel à des universitaires, assez déconsidérés dans notre pays, alors qu'en Chine par exemple, tradition séculaire des mandarins oblige, ils sont systématiquement sollicités en raison de leur point de vue considéré comme « le plus neutre et le plus expert ».

Les écoles de design, et jusqu'au milieu professionnel, préfèrent, en matière de sciences humaines, se gargariser d'une théorie, qui mélange sans rigueur (et sans aucun intérêt) un verbiage esthétique, philosophique, sémiologique, psychologique et sociologique, issu de publications souvent datées.

Il a existé pourtant un temps, entre les années 1850 et 1950, où le public tout comme les designers (on disait à l'époque « artistes industriels » puis « décorateurs ») connaissaient bien les styles (on parlerait aujourd'hui de l'histoire des objets), et ceci grâce au militantisme accru des créateurs de modèles soutenus par des journalistes, des écrivains et des hauts fonctionnaires de la culture, qui ne pouvaient tolérer plus longtemps le hiatus académique dédaigneux et persistant qui pénalisait les arts décoratifs, alors même que ceux-ci étaient de plus en plus présents dans le cadre de vie (c'est à cette époque d'ailleurs que remonte l'invention de l'expression « arts décoratifs » pour faire pendant à « beaux-arts »). C'était le temps de l'historicisme, de l'Art nouveau et enfin de l'Art Déco.

Malheureusement, dans les années 1960, les designers, nouveaux acteurs des arts décoratifs, dans leur volonté de modernité à tout crin, ont cru bon de « ringardiser » la connaissance des styles, devenue l'apanage des « décorateurs » de la génération précédente, au lieu de profiter de leur publicité.

Nous sommes donc repartis à zéro, comme si un siècle d'efforts de valorisation n'avait servi à rien. Il n'en fallait pas moins pour que les vieilles lunes académiques ne reprennent le dessus, dans un pays où la richesse des beaux-arts leur prodigue de fait un état de domination culturelle.

On comprend mieux, dans ces conditions, pourquoi les expositions importantes visent encore, en France, à expliquer, quitte à mettre l'accent sur la scénographie, comme dans les expositions Starck et Ron Arad, afin d'attirer le public.

Une telle mise en scène, plus ou moins réussie au reste, paraît cacher la pauvreté du contenu. Dans les autres pays cités, au contraire, le sens de la culture technique et l'absence d'un si grand patrimoine en peinture, font que le design et les arts décoratifs rencontrent un large intérêt de la part du public. Les objets séduisent, stimulent l'intellect, sans qu'il y ait besoin de recourir à des artifices.

Cette situation était précisément celle qu'avait affrontée le dix-neuvième siècle français, face à des nations du Nord déjà tentées de s'intéresser davantage à la production des objets du quotidien. Et comme au dix-neuvième siècle encore, nous constatons le paradoxe d'une percée réussie, depuis les années quatre-vingt, du design dans le tissu industriel (y compris au niveau international si l'on regarde l'architecture intérieure, le design automobile, l'animation par ordinateur, et des vedettes comme Philippe Starck) et d'une faiblesse de leur compréhension et de leur représentativité.

Or cette faiblesse n'est pas qu'un problème d'ordre culturel. Elle présente d'importantes conséquences pour la valorisation des acteurs du design, inconnus le plus souvent du grand public, dont l'intérêt et le goût ne se trouvent guère stimulés.

Des altérations économiques s'en suivent inévitablement: étroitesse du marché du design dans l'équipement du cadre de vie; risques de pertes de marché en raison de la difficulté à faire valoir nos produits sur la scène internationale, à l'exception du secteur du luxe, miroir de la France à l'étranger depuis le XVIIIe siècle; sous-développement des infrastructures du patrimoine et de la culture du design, hormis quelques efforts comme le cluster de Saint-Etienne avec sa Cité du Design, le musée de la dentelle à Calais et les Arts Décoratifs à Paris, ôtant au secteur du tourisme et

de la communication un potentiel de créations d'emplois et de chiffre d'affaires.

Car la richesse de ce patrimoine est immense et embrasse des techniques aussi variées que les arts de la céramique et du verre, ceux du bois, du textile et du papier, du métal ou du plastique, et ceci depuis le Moyen Age, dépassant largement en terme de nombres d'artefacts, de créativité et par ses implications avec le monde économique et industriel, le potentiel des beaux-arts.

Plus insidieusement, on assiste, face à la faiblesse des institutions, à une mainmise du marché de l'art sur le patrimoine des arts décoratifs et du design. Si l'on ne peut que se réjouir de leur récente reconnaissance par les collectionneurs et les marchands, les objets des designers et des décorateurs du vingtième siècle atteignent des prix records et ceci jusqu'aux créations récentes de l'art-design (une table conçue dans les années 1980 a pu ainsi être vendue 111 000 euros par l'Etude Tajan), tendant d'ailleurs à mettre en avant les arts décoratifs et le mobilier, au détriment du design et de l'objet industriels.

C'est ce dernier penchant qu'a semble-t-il tenté de combattre, en un nouvel affrontement entre les Anciens et les Modernes très inégal, l'exposition du Centre Georges Pompidou sur Patrick Jouin.

D'une certaine manière, elle s'est dressée contre le déficit culturel des expositions sur l'objet opérées par la machine à blockbusters qu'est le Grand Palais, en particulier pour remédier aux défaillances de Design contre design, qui a loupé l'occasion, dix ans après l'échec de Design Miroir du siècle, d'offrir au public un panorama compréhensif, juste et enthousiasmant sur le design.

Un panorama réussi aurait en effet permis de faire un pas en avant et de s'engager dans la voie d'un approfondissement salutaire. Or le public ne peut se trouver que désorienté lorsqu'on lui présente d'un côté le design comme une impressionnante galerie d'objets rares et étonnants (principe de fonctionnement de la collection chez un collectionneur) et de l'autre un quotidien sublimé par une beauté presque anonyme (principe du design industriel).

N'y a-t-il pas en réalité une continuité, de multiples passerelles? Saluons cependant, à la suite de l'exposition Charlotte Perriand, la belle initiative de cette émanation du ministère de la Culture qu'est le Centre Georges Pompidou que de vouloir renouer avec les expositions du Centre de création industrielle de jadis et de sortir le design de son mariage incestueux avec le marché de l'art, alors même que son organe de tutelle n'a cessé d'encourager l'art-design au travers des acquisitions des FRAC (Fonds Régionaux d'Art Contemporain), voire des pensionnaires en design de la prestigieuse Villa Médicis à Rome.

C'est aussi une manière d'extraire le design de son inféodation aux services de l'architecture, dans nombre d'instances institutionnelles, en lui reconnaissant une légitimité propre, fondée sur des problématiques complexes et spécifiques, comme le font les Anglo-saxons. Car si l'on pouvait jadis englober les objets dans des styles déterminés par leur cadre, parler « d'arts du mobilier » pour dire « arts décoratifs », souligner la parenté mobilier/immobilier et leur commune préoccupation technique les éloignant des arts visuels, cet assujettissement, à l'heure de l'objet industriel, ne fait plus sens.

Il reste décidément beaucoup de chemin à parcourir en France pour trouver non seulement une cohérence à la présentation du design pour le grand public mais également pour rattraper le retard que nous avons pris en matière de valorisation et de développement culturels de notre domaine.

Cet article a été publié le 10 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS, Histoire du design.

--
Commentaires

Celine Mougenot dit:

le 10 juin 2010 à 7 h 36 min

Quel sombre bilan ! Qui me paraît hélas assez réaliste.

Vous prenez en exemple les pays d'Europe du Nord.

Au Japon également, un nombre incroyable d'événements en rapport avec le design sont organisés et le grand public japonais en est très friand.

En plus d'expositions régulières dans les musées (qui sont très fréquentées), le public peut découvrir le design lors de conférences, de festivals (« design festa ») ou de journées « portes ouvertes » (dans les laboratoires de Sony ou de la télévision nationale NHK, par exemple).

Un autre point qui m'a beaucoup surpris en arrivant au Japon: le nombre important de magazines destinés au grand public qui traitent du design, AXIS ou DESIGN RESEARCH par exemple. Ces magazines ne se contentent pas de montrer des produits, ils expliquent la démarche de design et en particulier sa composante recherche (on y voit des mappings sémantiques de produits ou des résultats de tests utilisateurs...). Je ne crois pas qu'il y ait d'équivalent en France ?

Donc en fait, il y a tout un ensemble de canaux qui informent le grand public japonais sur le design, pas seulement des expos. Les uns complètent les autres et le tout forme un cercle vertueux de pédagogie du design.

Le cas japonais est très intéressant !

La Revue du Design dit:

le 10 juin 2010 à 14 h 43 min

Bonjour Céline,

Merci beaucoup pour votre regard « from Japan »... qui nous permet de mieux saisir la manière dont le design est montré et compris au Japon, et rétrospectivement les éléments qui constituent notre perception très française de la discipline.

Canfori Mauro dit:

le 10 juin 2010 à 15 h 42 min

Bonjour,

la vraie spécificité française, c'est l'absence quasi totale du design dans le marché du meuble.

Et c'est la raison de l'absence aussi de magazines destinés au grand public, car il n'y a pas de « grand public » qui s'intéresse au design, et surtout qui achète le « design » pour se meubler ! Le design en France est malheureusement réservé à une élite et je ne crois pas que seulement avec des expositions dans les musées, on arrive à le faire accepter à « monsieur tout le monde », comme « quotidien sublimé par une beauté presque anonyme ».

Voilà mon regard « from Italie » ...

Canfori Mauro dit:

le 10 juin 2010 à 16 h 19 min

Une proposition/provocation parmi d'autres:

pour le développement du design en France, pouvons nous nous battre pour l'abolition de la loi qui permet de construire une maison de moins de 170 m² sans faire appel à un architecte? (ça pourrait aider)

Prof Z dit:

le 10 juin 2010 à 19 h 38 min

Le problème c'est l'absence de cohérence des outils et des politiques et la création de micro structures ici et là qui se combattent entre elles...

Il faut sortir des monographies, même si celle de Ron Arad était brillante, et approfondir des thèmes comme sait le faire Paola Antonelli au Moma de New York...

Arrêtons de mettre design comme chapeau et parlons par exemple de sécurité, de peur, de risque comme le Moma juste après le 11 septembre...

Je ne comprends pas non plus l'équipe de Delanoé qui pourrait parler du design du soleil au lieu de son ersatz de plage...

Le Centre Pompidou a les moyens de devenir un Moma pour le continent européen, il a le budget, les locaux, l'image et les hommes exceptionnels (Seban, Blisten, Stiegler)...

Alain Seban, ancien de polytechnique a fait l'ouverture des entrepôts du nouveau monde industriel. Il y a là matière à ouvrir l'usine de Piano et Rogers à tous ceux qui veulent comprendre les futurs, aujourd'hui...

maupado dit:

le 10 juin 2010 à 20 h 15 min

Ça nous donnerait encore plus de maisons d'architecte! Au secours!

Prof Z dit:

le 10 juin 2010 à 21 h 00 min

surface du centre pompidou : 103 300 m².

exposition Fernando et Humberto Campana vitra museum 600 à 800 m²,

exposition Jouin 300 m²

rothring dit:

le 10 juin 2010 à 22 h 22 min

Merci (pour l'article)

Mais après on fait l'éloge de micro entreprise type Myfab ou encore l'Usine à Design??

Made in China (il y a du très bon made in China), mais la je n'y crois pas.

Castorama fait appel à Ora Mito (j'y crois encore moins)

Et Bouygues peut construire des lotissements à foison.

Le problème de la France n'est il pas de faire un amalgame tendance=design?

Des blogs tendanceur/cieux à la c*n, des magazines Deco (pour toilette) et j'en passe (pas de TV)

On produit à bas coût à l'autre bout du monde une chaise aux allures de Rashid, au lieu de promouvoir une main d'œuvre de qualité ou un savoir faire unique (si il y a), une courbe réfléchie au-delà d'une mode, et la fierté de posséder tel mobilier, pourtant le français est fier (juste au comptoir?)

Je rage de ne pouvoir hériter de quelques pièces de mobilier de mes parents, édition originale malgré une production toujours continue, mais la France a toujours vécu au jour le jour, reformant à tout va pour le plaisir d'une politique as-bien.

Il ne reste que Limoge, qui avec un TGV de retard, tente de prendre le train en marche.

Au-delà de la culture du design, il y a une culture d'entreprise il me semble, n'est ce pas cela qui a permis un gouffre entre les arts décoratifs et la vision du public?

Dans les autres pays où le design est important, de vieilles entreprises ont investi depuis longtemps sur un savoir faire et ce sont bati dessus, pourquoi un allemand garde sa chaîne Atelier et que son fils bave dessus, car Braun amadouait son client avec un savoir faire local et une qualité, made in germany, de même pour Sony ou Toyota. Et aussi en investissant sur des figures locales, aujourd'hui internationales.

Quelles ont les entreprises française à promouvoir cela? Peut être Cinna/Ligne Roset, à part celle là, voit pas.

crys dit:

le 10 juin 2010 à 22 h 27 min

Bonjour,

Concernant la pratique du design au Japon je ne peux que vous recommander la consultation du blog d'un ami étudiant en design à l'ENSCI actuellement sur l'archipel pour la réalisation d'un documentaire sur l'innovation.

Bonne écoute.

<http://japansemiosis.webatu.com/>

Mauro Canfori dit:

le 10 juin 2010 à 22 h 39 min

Voilà la preuve !

Le design en France est réservé à une élite...qui ne doit remplir que les musées et donc être inconnu du grand public ?!

Prof Z dit:

le 10 juin 2010 à 23 h 03 min

J'ai pas compris la logique de Canfori Mauro

Les architectes italiens se sont mis à faire du design à cause de la difficulté de faire de l'architecture en Italie... Les jeunes designers italiens ont du mal à émerger à cause du verrouillage des maîtres... et des designers venus du monde entier dont 70 de France ...

Pour la France, Starck a été refusé par tous les éditeurs français avant de devenir « designer italien ». Il y a aujourd'hui 70 designers français édités en Italie à cause du nombre limité d'éditeurs de meubles en France.

Je ne suis pas d'accord avec son analyse « la vraie spécificité française, c'est l'absence quasi totale du design dans le marché du meuble. » Je viens de passer chez Roset, Roche et bobois, et chez des distributeurs de xo, steiner, artelano, qui est Paul, ...

Prof Z dit:

le 11 juin 2010 à 0 h 25 min

« car il n'y a pas de « grand public » qui s'intéresse au design »

L'exposition Ron Arad, No discipline présentée du 20 novembre 2008 au 16 mars 2009 au Centre Pompidou: 182 010 visiteurs, soit une moyenne de 1 802 visiteurs par jour, bat ainsi les records déjà obtenus par les expositions Philippe Starck (140 000 visiteurs), Pour Patrick Jouin, je ne sais pas....

A comparer à Milan 304 702 visiteurs dont 144 000 étrangers de 145 pays et 5200 journalistes accrédités avec une vraie design week en ville

leanne dit:

le 11 juin 2010 à 22 h 53 min

exposition : Patrick Jouin, la substance du design : 315 377 visiteurs. Record mondial pour une exposition sur le design

waldezign dit:

le 21 juin 2010 à 0 h 56 min

Le design est un énorme malentendu dans notre pays.

Il est bien trop souvent associé à tort à la décoration intérieure, ce noble art qui permet aux architectes d'exprimer quelque culture esthétique.

Il est donc de ce fait bien souvent recentré uniquement autour du mobilier, en général luxueux (même si des enseignes grand public comme Ikea ou Fly, voire Habitat font aussi beaucoup de communication de ce côté), comme s'il était indispensable que le design camoufle son adjectif industriel, bien trop connoté de ce côté du channel.

Alors, que faire?

Philippe Table



Philippe Tables © Sam Baron / Casamania

S'inspirant du conte Alice au pays des merveilles (nous dit-on), la série de petites tables basses imaginée par Sam Baron pour Casamania est réalisée en noyer, avec une finition partiellement laquée. Elle est surmontée de plateaux en verre transparent ou miroir.

Les pieds, élancés, sont simplement ponctués d'excroissances aux formes presque « liquides ». Selon les modèles ces renflements se situent plus ou moins haut. Ils participent, dans tous les cas, à l'esthétique de l'objet en lui conférant une sorte de « masse », presque étonnant étant donnée la finesse de sa structure.

Sources: sambaron.fr, designfolio.co.nz.

Cet article a été publié le 16 avril 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--

Commentaires

Prof Z dit:

le 16 avril 2010 à 7 h 29 min

Pour rebondir sur les formes presque « liquides », dans un reportage fait au salon de Milan par espacio blanco, il a aussi repris dans ce projet la typologie de bouteille qu'il avait détournée pour faire des pieds de lampes bouteille en pour l'éditeur ceramiste Bosa, Champagne à 2, Champagne à 3... La Veuve l'a elle remarquée?

Sam Baron détourne beaucoup et recycle souvent ou cherche à se créer un territoire proche d'un territoire de marque Comme dirait Nicolas Minveille. Son nom est comme disait un critique féroce ou lucide de Philippe : « la meilleure création de Starck c'est son nom STARck »

Ceci le place au dessus de la mêlée des jeunes designers prolétarisés, le classe en noblesse, en luxe, en designer (pour épâter) la galerie, ce qui est le contraire du design starckien plus ou par moins démocratique car aucun designer ne peut se passer du luxe

Le fait qu'il dirige un département de La Fabbrica comme Jaime Hayon l'a fait avant lui valide son parcours... Il reste la validation par la qualité des projets, par la singularité du dessein et du dessin... Aujourd'hui, c'est une nouvelle donne et pour certains une nouvelle exigence, la validation du designer contemporain. se fait par rapport à ses capacités à trouver des solutions face aux nombreux enjeux planétaires. <http://espacio-blanco.com/2010/04/lo-que-robo-nuestra-atencion-milan-2010/>

Prof Z dit:

le 16 avril 2010 à 9 h 08 min

Sam Baron, portrait d'un insaisissable du design

<http://cooperativedesign.wordpress.com/2010/01/11/les-createurs-de-lannee-2010-sam-baron-linterprete-2/>

<http://blog.maison-objet.com/une-semaine-un-designer-sam-baron/>

Rothring dit:

le 16 avril 2010 à 14 h 44 min

(pour compléter)

Mais la France et ses institutions, « enarquique », cultive son « starcksisisme »?!

Des écoles pour elites, dans une ville pour elites, pour une culture reserve a l'elites, observe par une majorite aux yeux injectes face aux defilements d'images sur des ecrans pixelises.

Des Arik Levy qui nous montre leurs cul (<http://www.dezeen.com/2010/02/01/dick-pussy-ass-by-arik->

levy/), des Starck faisant du reality show (<http://vimeo.com/6767745>), des Bouroullecs qui n'ont le droit d'exister que par les liens du sang et un fils a papa faisant du marketing (http://www.dailymotion.com/video/x7kv95_ora-ito-paris-premiere-la-blonde-et_creation), voilà la France d'hier et d'aujourd'hui.

Le culte de l'individualité; avant de sortir d'une grande école, il faut déjà y entrer, le melon y prend un sacré coup de chaud. Culte de la bataille, ou l'on doit se tailler sa place, façon reality show, que le meilleur gagne, mais seul.

Voici la France comme je la voit, et pourquoi je l'ai quittée, une France ferme sur une capitale ou il faut être acteur de mode, avant d'être créateur de mode (de vie).

Un architecte, un artiste et un scientifique? Mariage d'amour ou de raison?

<http://www.richbrilliantwilling.com/>

Prof Z dit:

le 16 avril 2010 à 16 h 06 min

Le culte de l'individualité, de la validation à vie par le diplôme de grande école et du réseau qui va avec, le culte de la validation par l'étranger, la validation par la notoriété... c'est dans l'ADN national avec un esprit critique dément qui fait que celui qui passe à travers est très fort... A cela s'ajoute la validation par la notoriété. et la méconnaissance à tout niveau du design... Je suis d'accord avec Pezzini, il faut apprendre le design (comme une matière transversale) dès l'école primaire... Pour le reste ton analyse est incomplète: les wallons, les bruxellois, les berlinois, ce sont des villes, des régions qui soutiennent le design et les designers avec des outils et des budgets adaptés... Il y a aussi des écoles du monde entier qui exposent, des pays... et je n'ai encore vu l'incubateur design de Singapour.

La Revue du Design dit:

le 16 avril 2010 à 20 h 28 min

Le design pour tous, qu'il faudrait apprendre dès l'école primaire... nous en reparlerons bientôt...

Alphabétisons les masses: design pour tous!

Une lecture de l'article « Evolution of the Mind: A Case for Design Literacy » de Chris Pacione.

Par Alexandre Cocco

Dans un article paru il y a quelques semaines sur le site Interaction.com, et intitulé « Evolution of the Mind: A Case for Design Literacy », Chris Pacione défend l'idée que le design, tout comme les mathématiques, devrait être enseigné à l'école, comme une méthode permettant d'imaginer des solutions à des problèmes donnés.

Un détour par l'histoire des mathématiques

Pour ce faire, l'auteur évoque tout d'abord l'histoire des mathématiques, en convoquant notamment Fibonacci[1], ce mathématicien du XIII^e siècle qui a été l'un des artisans de la généralisation du système décimal que nous connaissons actuellement, en remplacement des chiffres romains. Et son génie n'est pas tant, nous apprend Chris Pacione, d'avoir utilisé ce système déjà connu et exploité par certains, mais de l'avoir vulgarisé et d'en avoir donné les clés pour une utilisation quotidienne[2].

« Fibonacci did not invent modern arithmetic, nor was he the first to write about it. Hindu-Arabic numerals were already known to some European intellectuals through the writings of al-Khwārizmī, a ninth-century Arab mathematician[3]. Fibonacci's genius lies in his ability to teach and explain this new system in a way that professional and scientific men of his day could understand and apply to their daily lives. »

Ce préambule est pour l'auteur un détour essentiel devant nous amener à comprendre que, **dans le changement d'époque que nous vivons actuellement, le design est amené à jouer un rôle nouveau, qui pourrait dépasser ceux auxquels on le cantonne habituellement.**

Le design: une approche nécessaire dans une société nouvelle

Car cette nouvelle époque, qu'on la nomme le « conceptual age » (Daniel Pink, auteur de A Whole New Mind), le « creative age » (Roger Martin, doyen de la Rotman School of Business et auteur de The Design of Business), ou l'

» innovation culture » (A.G. Lafley, CEO of P&G et auteur de The Game Changer), est avant tout caractérisée par une société de l'information et de l'abondance. C'est celle d'une humanité et d'une économie mondialisées, connectées, automatisées, complexes.

Et dans ce paysage recomposé, le design aura, prophétise Chris Pacione, un rôle essentiel à jouer. Et de citer, pour appuyer son propos, trois extraits:

“The wealth of nations and the well-being of individuals now depend on having artists in the room. In a world enriched by abundance but disrupted by automation and outsourcing of white-collar work, everyone, regardless of profession, must cultivate an artistic sensibility.... Today we must all be designers.”[4]. “When it comes to innovation, business has much to learn from the world of design. I've said before that business people don't need to understand designers better; they need to be designers-to think and work like designers and to embed design-shop characteristics in their organizations”[5]. “Good design is a catalyst for creating total experiences that transcend functional benefits alone and delight consumers. It is a catalyst for moving a business from being technology-centered or product-myopic to one that is more consumer-experience-centered”[6].

Ce que nous montrent ces citations, c'est que **l'un des enjeux de l'éducation du XXI^e siècle sera la « capacité d'innovation » dans une société complexe:** la créativité, la pensée critique, la résolution de problèmes, la communication et la collaboration seront essentielles.

“Learning and innovation skills are what separate students who are prepared for increasingly complex life and work environments in the 21st century and those who are not. They include: creativity and innovation, critical thinking, problem solving, communication and collaboration”[7].

« Le design est trop important pour être laissé aux designers »

Certains pensent même, comme Tim Brown, PDG de IDEO, que « le design est trop important pour être laissée aux designers »[8]. Que l'on soit d'accord ou non avec cette assertion, elle souligne en tout cas le fait que de plus en plus de personnes pensent que le processus de conception ou les méthodes du design n'ont pas seulement à voir avec le design en tant que tel, mais aussi avec tous ceux dont le métier est de créer ou de diriger...

“The process of design is not just for designers, but for anyone whose business it is to create or lead something... anyone whose job it is to imagine something that does not yet exist and then plot the path from imagination to existence.” (Harold Nelson and Erik Stolterman, auteurs de The Design Way).

Dès lors, et c'est là la thèse de Chris Pacione, tout comme l'on nous enseigne l'écriture ou les mathématiques à l'école, tout le monde devrait apprendre le design. **Cette discipline, avec ses outils, permettrait ainsi d'apporter des solutions innovantes – pas seulement formelles – dans de multiples cas.**

Chris Pacione évoque ainsi, à titre d'exemple, une histoire racontée dans le dernier livre de Tim Brown (Change by design). Celle-ci raconte la démarche qu'on eue des infirmières du Kaiser Permanente qui, à l'aide d'outils tels que la conception centrée sur l'utilisateur, l'enquête contextuelle, le prototypage, les tests d'utilisation... – soit autant de méthodes qui appartiennent (ou devraient

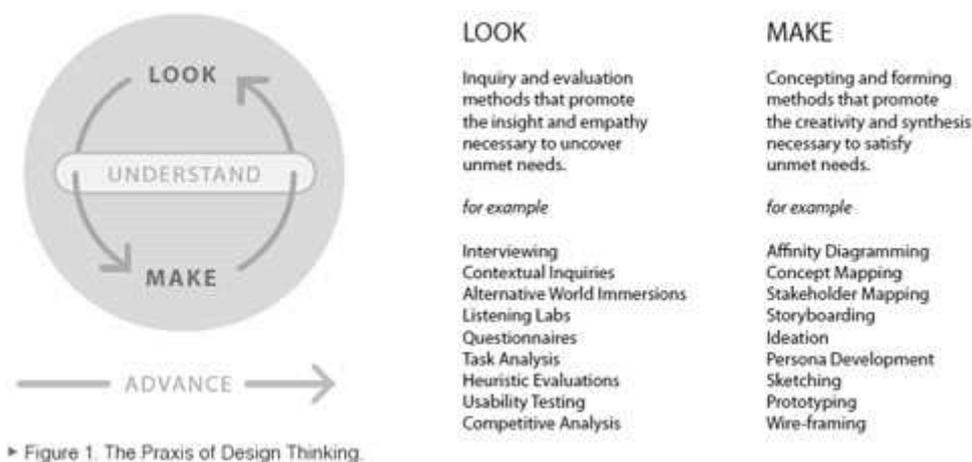
appartenir) au bagage du designer – ont réussi à améliorer l'expérience du patient.

La solution des infirmières, qui impliquait un nouveau protocole et un nouveau logiciel, plus simple, a finalement conduit à une augmentation de l'efficacité du service de l'ordre de 50%, mais aussi à une meilleure confiance des patients et à une satisfaction accrue des salariés.

Selon Chris Pacione, cette généralisation des méthodes du design, loin de voler le pain de la bouche des designers, peut au contraire contribuer à améliorer la compréhension et la diffusion de leur discipline.

Voilà pourquoi il en appelle à **une forme d'alphabétisation du design: un enseignement des bases méthodologiques, qui permettrait à chacun de trouver des solutions à des problèmes quotidiens, mais aussi de mieux comprendre le but et la finalité de la discipline.**

Ces compétences concerneraient par exemple l'analyse des besoins, l'évaluation, la capacité à avoir des idées, à concevoir des scénarios, à les schématiser sous forme de croquis ou schémas, à tester des prototypes, mais aussi à élaborer un modèle de réflexion empirique, caractéristique du design, qui possède la particularité de s'échelonner tout au long de l'étude: chaque phase du projet peut nous apprendre quelque chose et remettre en cause ce qui est déjà établi.



Le design: une méthodologie particulière

Pour l'auteur, le design se définit en effet avant tout par une praxis particulière, consistant en **des allers-retours constants entre théorie et pratique, entre observation et mise en pratique.**

Il propose d'ailleurs un modèle (figure 1) qui pourrait servir, selon lui, de guide quant aux compétences à développer en premier lieu. Même si dans ce schéma, il en convient volontiers, de nombreux outils n'ont pas été inventés par le design (et appartiennent au bagage commun de l'ingénierie, de l'anthropologie, de l'ethnographie...), le design les mets en résonance d'une manière particulière, ayant pour objectif la résolution de problèmes, en passant par la création de formes, d'usages ou de dispositifs spécifiques.

Sans faire du « Design thinking » une religion des temps modernes, sans imaginer non plus que l'approche soit totalement nouvelle (puisqu'elle dépend de bon nombre de

travaux datant des années 1960: Alexander, Jones, Simon), **Chris Pacione sent pourtant que la conjoncture actuelle, social, économique, est propice à la généralisation des méthodes du design**, tout comme celle du XIIIe siècle était propice au développement des mathématiques et aux théories de Fibonacci.

Cette vision est d'ailleurs renforcée par bon nombre d'études ayant illustré l'action positive du design sur la valeur ajoutée, comme celles menées par le British Council entre 1994 et 2004, qui ont montré que les entreprises ayant investi dans le design et l'ayant intégré dans leur stratégie d'entreprise – voire même de management – ont vu leur chiffre d'affaire croître plus rapidement que celui de leurs homologues[9].

En conclusion, l'auteur défend la thèse selon laquelle le design est inextricablement lié à l'innovation, et que dans sa démarche – empirique et centrée sur l'humain – se situe de nombreux facteurs permettant « d'améliorer les choses ».

Malgré tout, l'alphabétisation qu'il propose est, il en convient, **plus facile à décrire qu'à mettre en pratique**, car elle nécessite une remise à plat de certains préconçus. Le premier d'entre eux, peut-être le plus important, consiste à aider le grand public à envisager le design dans d'autres dimensions que celle concernant l'aspect strictement esthétique et formelle...

Même si l'on peut se demander si cette agitation autour du « design thinking » n'est pas un effet de mode, et s'il est bien raisonnable d'imaginer que tout le monde puisse, à sa mesure, devenir « designer », l'approche de Chris Pacione intéresse et interroge.

Elle invite, c'est là l'une de ses qualités, à **mettre à plat ce qui constitue un certain nombre de fondements méthodologiques de la discipline, laissant volontairement de côté tout ce qui relève du « génie créatif » ou du travail purement formel** (dans le même sens Philippe Boudon différenciait, il y a quelques années, ce qui relève de la « conception » – et qui peut être décrit et rationalisé – de ce qui relève de la « création » [10]).

Et il n'est pas certain que ces méthodes – qu'elles concernent la conception centrée sur l'utilisateur, l'analyse des besoins, les tests d'utilisation, l'évaluation, le dialogue discursif entre observation et action, la capacité à avoir des idées et à les représenter visuellement, à élaborer des scénarios, à tester des prototypes... – soient totalement objectivées et intégrées par les designers, ni même qu'elles soient enseignées en tant que telles dans les écoles.

—

Notes:

[1] Fibonacci est également connu pour avoir découvert une suite de nombre, qui porte son nom, et au sein de laquelle chaque nouvelle donnée est égale à la somme des deux qui la précèdent (0, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21...). Celle-ci se retrouve dans de nombreux cas dans la nature, des séquences d'ADN au dessin formé par les pommes de pin.

[2] Dans son ouvrage intitulé Liber Abaci, Fibonacci faisait acte de pédagogie et montrait comment employer le système pour ajouter, soustraire, multiplier ou diviser, et l'utiliser pour résoudre des problèmes quotidiens, qu'ils concernent la comptabilité ou la mesure scientifique.

[3] Interesting to note, alKhwarizmi is where the word and idea of algorithm comes from. <http://en.wikipedia.org/>

[4] Pink, D. A Whole New Mind: Why Right-Brainers Will Rule the Future. New York: Penguin Group, 2006.

[5] Martin, R. "The Creative Age." Rotman Magazine Spring/Summer 2006.

[6] Lafley, A.G. The Game Changer. New York: Crown Business. 2008

[7] The Partnership for 21st Century Skills. "Skills Framework." <http://www.21stcenturyskills.org/>

[8] "Design is too important to be left to designers". TED. "Tim Brown Urges Designers to Think Big." Video. September 2009. <http://www.ted.com/>

[9] Design Council (UK). Design Index "The Impact of Design on Stock Market Performance." 2004. <http://www.designcouncil.org.uk/>

[10] Boudon Philippe, Conception, Editions de la Villette, Paris, 2004.

Cet article a été publié le 2 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS, Enseignement, formations, écoles.

Sun Tunnel



Sun Tunnel © Groupe Velux 2009

La société Velux, connue pour ses fenêtres de toit, a récemment dévoilé Sun Tunnel, un système de luminaire sans ampoule, sans électricité ni autre source d'énergie que la lumière du jour. Le principe: un tunnel aux parois réfléchissantes, ménagé entre la pièce à éclairer et le toit, permet l'acheminement de la lumière naturelle. Il débouche sur un diffuseur (dessiné par Ross Lovegrove) placé sur le plafond de la pièce.

Ce conduit de lumière se compose de trois parties:

- Sur le toit, une vitre ayant subi un traitement spécifique garantissant sa parfaite transparence (appelé « clair & net »).
- Sous le toit, et en fonction de la distance toit-plafond et de la quantité de lumière souhaitée, soit un conduit flexible en aluminium réfléchissant (adapté jusqu'à 2 mètres), ou un conduit rigide hautement réfléchissant (pouvant aller jusqu'à 6 mètres avec rallonges).
- A l'intérieur de la pièce, un plafonnier diffuseur isolant.



Sun Tunnel © Groupe Velux 2009

Ce dernier, dessiné par Ross Lovegrove, contient une suspension en forme de bulle, maintenue à l'aide d'un fin fil de métal dont la hauteur est réglable.



Sun Tunnel © Groupe Velux 2009

A noter que d'autres diffuseurs peuvent également être adaptés sur le tunnel.

Ce produit, lauréat d'un Trophée du design de bronze lors du dernier salon Batimat, sera disponible à partir du second semestre 2010.

Sources: yooko.fr, velux.fr.

— Informations provenant de Velux

Sun Tunnel

Système d'éclairage naturel pour pièces aveugles

Conduit de lumière permettant d'acheminer la lumière du jour depuis le toit de la maison jusqu'au plafond de la pièce à

éclairer. Composé d'un châssis de toit plat avec un verre trempé de 4 mm, d'un tube flexible ou rigide en aluminium hautement réfléchissant, puis d'un plafonnier circulaire. Installation dans toute pièce aveugle de la maison (salle de bain, couloir, cage d'escalier, etc.) à l'étage ou au rez-de-chaussée. Intégration sur toit ardoise ou tuile, pente de toit de 15 à 60°. Ensemble pouvant être agrémenté d'une suspension aérienne en forme de bulle reflétant la lumière, maintenue à l'aide d'un fin fil de métal à hauteur ajustable afin de modifier l'intensité lumineuse (Sun Tunnel by Lovegrove).

Cet article a été publié le 18 janvier 2010 à 2 h 26 min dans la catégorie ACTUS, Développement durable, Luminaires.

--

Commentaires

Prof Z dit:

le 18 janvier 2010 à 13 h 43 min

par temps clair, l'éclairage correspondrait à une lampe de 60w

maupado dit:

le 19 janvier 2010 à 9 h 05 min

Ce n'est pas nouveau, mais ça avait besoin d'un léger brushing, que Velux ne se prive pas de donner, 25 ans après, peut-être une histoire de droits ou de brevets...:

http://www.solatube.com/fr/daylighting_overview.htm

On peut se demander quand même quelle efficacité supplémentaire ajoute cette suspension par ailleurs très élégante, même si elle renvoie de la lumière sur le plafond pour une plus grande diffusion qu'il serait intéressant de mesurer.

A moins que là encore, droits et brevets ne soient pas tout à fait absents des causes et conséquences.

Feve dit:

le 21 janvier 2010 à 23 h 15 min

Je trouve que cette bulle suspendue sous le tunnel est une idée géniale, qui rend le rendu très attrayant. Ross Lovegrove est vraiment un créateur plein de ressources.

La Revue du Design dit:

le 22 janvier 2010 à 10 h 20 min

Bonjour Feve.

Cette petite bulle suspendue participe clairement à l'élégance de l'objet.

Elle permet de plus, comme le souligne par ailleurs maupado, de renvoyer une partie de la lumière au plafond...

Glamourousglu dit:

le 22 janvier 2010 à 18 h 11 min

Et ne pas oublier qu'une étude avait prouvé au début des années 2000 que la présence d'un éclairage naturel augmentait le chiffre d'affaire d'un magasin, les clients achetant plus et y restant plus longtemps. Un bon argument pour arrêter l'éclairage hideux au néon des grandes surfaces pendant la journée?

Une idée pour l'économie, le confort des clients et la planète!



Moaïs



Moaïs

Ionna Vautrin présente à la Tools Galerie, jusqu'au 27 mars 2010, une série de luminaire intitulée Moaïs, à poser ou à suspendre.

Chaque modèle est constitué de dix feuilles de polycarbonate et de dix « peignes » en aluminium peint ou anodisé, ainsi que d'une base en aluminium noir ayant la forme d'un cône tronqué.



Moaïs. Photo © N. Aristidou

Entre le lampion revisité et le ballon de baudruche « profilé », cette série propose par ailleurs différents types de diffuseurs, certains blancs et d'autres sérigraphiés.



Moaïs. Photo © N. Aristidou

Faciles à monter, ces volumes structurent l'espace de leurs lignes colorées, plus ou moins épaisses selon qu'on en perçoit la tranche ou l'épaisseur.



Moaïs. Photo © N. Aristidou

Source: toolsgalerie.com.

Cet article a été publié le 3 février 2010 à 2 h 59 min dans la catégorie ACTUS, Expos, salons, musées, Luminaires.

Chippensteel Inox Steel



Chippensteel © Oscar Zieta

Conçue par Oscar Zieta, la chaise Chippensteel est entièrement réalisée en acier inox. Sa forme, « globuleuse », reprend l'esthétique et la technique de fabrication du tabouret Plopp, que le designer édite chez Hay.

Cette chaise est visible dans le cadre de l'exposition METAL(s) qui se déroule à la ToolsGalerie jusqu'au 29 mai 2010.



Chippensteel © Oscar Zieta



© Oscar Zieta

Une vidéo montrant la mise en forme du tabouret Plopp et la technique FIDU (free inner pressure deformation), est visible sur le site blech.arch.ethz.ch.

Source: zieta.pl, karenaschuessler.com.

Cet article a été publié le 16 avril 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.



Boho



Boho © Castello Lagravinese / Busnelli

L'éditeur italien Busnelli a récemment dévoilé sa gamme de canapés et fauteuils intitulée Boho, revisitant les capitons du très classique canapé Chesterfield pour en proposer une version plus « bohème », drapée d'un lourd tissu qui plisse sur les cotés.

Il en résulte un mélange formel assez étonnant, mais au sein duquel les deux vocabulaires mis en présence dialoguent sans se contredire.

Imaginé par l'architecte italien Castello Lagravinese, la gamme Boho se décline en plusieurs coloris.



Boho © Castello Lagravinese / Busnelli



Boho © Castello Lagravinese / Busnelli

Source: medesignmag.com.

Cet article a été publié le 5 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--
Commentaires

*Brice d'Antras dit:
le 5 mai 2010 à 19 h 07 min
On ne peut pas reprocher à une entreprise de vouloir vendre. La recette, déjà bien utilisée par Philippe Starck de mélange de tuning des styles historiques et de théâtralisation (rien de mieux que le drapé), permet à la femme du notaire de Vesoul d'oser le moderne .
C'est un bon produit commercial qui reprend bien l'air du temps mais n'apporte pas grand chose à la création.*

*La Revue du Design dit:
le 6 mai 2010 à 9 h 08 min
Bonjour Brice,
Heureux de vous lire ici...
Je partage en partie votre raisonnement, et votre concept du « tuning-des-styles-pour-la-femme-du-notaire-de-vesoul ». C'est très starkien, c'est vrai (je me rappelle d'ailleurs d'un échange télévisé que vous aviez eu avec lui à ce sujet...). Pour autant, et même s'il est vrai que Boho ne renouvelle pas fondamentalement le design, je trouve que le mélange qu'il propose est assez étonnant et réussi ce qui, convenons-en, n'est déjà pas si mal*

*design traveller dit:
le 7 mai 2010 à 1 h 11 min
So elegant and feminine*

*candyves dit:
le 8 mai 2010 à 17 h 20 min
Ce coté inachevé me plaît beaucoup, j'imagine les retouches pour que le drapé tombe à 1 ou 2 cm du sol partout, peut être plus de travail que pour un Chesterfield fini...*

Killing the Design Fathers



Killing the Design Fathers © Laurent Corio

A l'occasion des Designers Days, la galerie Cat Berro présente une exposition intitulée « La Fabrique Design Modeste », réunissant les travaux de plusieurs designers. Parmi eux, la série « Killing the Design Fathers », imaginée par Laurent Corio, interpelle: réutilisant deux objets iconiques de ces dernières années, elles les détourne, les réinterprète, et les ouvre vers de nouveaux usages ou de nouvelles perceptions.

Icon Remain: cuillère inspirée du presse-agrumes Juicy Salif (design Philippe Starck pour Alessi):

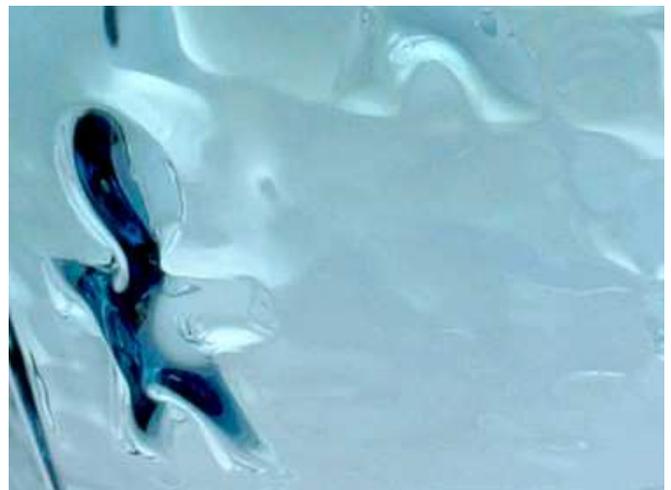


Killing the Design Fathers © Laurent Corio

Spiriti: bouteilles obtenues à partir de la corbeille Girotondo basket (design King Kong pour Alessi):



Killing the Design Fathers © Laurent Corio



Killing the Design Fathers © Laurent Corio

Les autres créateurs exposés à la galerie Cat Berro, dans le cadre de cette exposition, sont Sylvain Rieu Picquet, Patrick Naggar, Pucci de Rossi et quelques élèves de l'Ecole supérieure d'art et de design de Reims qui avaient travaillé, lors d'un cours, sur la thématique du « Design Modeste ».

Source: laurent-corio.com.

Cet article a été publié le 11 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Expos, salons, musées, Petits objets et accessoires.

Functional Ornamental Dishes



Functional Ornamental Dishes © Ariane Prin

Les Functional Ornamental Dishes sont un ensemble d'objets de table aux motifs exacerbés et fonctionnels. Venant structurer en creux assiettes, bols ou plats, ces reliefs permettent la mise en valeur du contenu, qu'il s'agisse de sauces ou d'aliments solides.

Développée par Ariane Prin, cette série d'objet interroge le dialogue que peuvent entretenir, comme l'explique la designer, « d'une part les objets simples, fruits de la grande distribution; et d'autre part les objets ornementés, sculptés, qui témoignent d'un savoir faire ancestral. »



Functional Ornamental Dishes © Ariane Prin

« En puisant dans différentes origines, styles, époques, j'ai zoomé sur les ornements d'objets décorés pour les extraire de leur contexte et les appliquer aux formes industrielles, laissant court à une relecture du signe, une réinterprétation du passé.

Ces ornements incrustés perturbent, animent, décoorent, mais aussi et surtout proposent de nouvelles utilisations. L'ornement devient fonctionnel, tel une prise en main ou un contenu dans le contenu. »

(Ariane Prin).

Source: arianepriu.com.

Cet article a été publié le 19 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Cuisines et bains, Petits objets et accessoires.



Functional Ornamental Dishes © Ariane Prin



Functional Ornamental Dishes © Ariane Prin



Functional Ornamental Dishes © Ariane Prin

--

Commentaires

Lionel NICOLE dit:

le 19 mai 2010 à 19 h 51 min

Excellent concept ! J'aime beaucoup ton idée du « contenu dans le contenu » qui contraste le dessin mais sans l'imposer.

Très graphique, universel et très bien pensé.

Félicitation !! J'adhère !

Lutz dit:

le 21 mai 2010 à 12 h 45 min

quoi de neuf? Le 19me siècle à exploité cette idée à souhait. Dans le domaine de la porcelaine y a des concepts plus novateurs.

La Revue du Design dit:

le 21 mai 2010 à 15 h 23 min

Bonjour Lutz,

Je m'interroge: est-ce la recherche de nouveauté qui doit à tout prix guider le projet de design?

Ariane dit:

le 22 juin 2010 à 12 h 32 min

Bonjour Lutz,

Je tiens à préciser que ce projet à été réalisé en 2004, et que c'est 6 ans après qu'il apparait sur le net et à travers des expositions. Je ne me l'explique pas.

Dans mon travail aujourd'hui je m'intéresse à des sujets très différents de celui de la question de l'ornement.

Merci pour ton commentaire, Ariane.

La Revue du Design dit:

le 23 juin 2010 à 17 h 08 min

Merci Ariane pour votre commentaire.

Celui-ci souligne un point tout à fait intéressant, qui est celui de la « temporalité » des projets. Il me semble en effet qu'Internet et les nombreux blogs ou sites consacrés au design ont – même si nombre d'entre eux vouent un culte à l'actualité et à la nouveauté – permis de découvrir ou redécouvrir certains projets parus il y a quelques temps, ou d'une manière confidentielle.

La limite de cette approche, vous le soulevez, est de mettre à jour des projets dont les thématiques ne sont plus tout à fait celles des designers à l'heure actuelle.

Une autre conséquence est, les mêmes projets « tournant » souvent de sites en sites, de faire passer pour de « l'actualité » ce qui n'en est pas réellement. J'ai ainsi, par exemple, constaté que ce projet (« Functional Ornamental Dishes ») avait suite à la parution sur ce site, également été repris sur divers sites tels que Mocoloco ou Design-milk...

Ce fonctionnement des blogs et sites « design » – par à-coups et un peu « cyclique » – me paraît même mériter un ou plusieurs articles...

Urban Garden



Urban Garden © Patrick Nadeau / Authentics

Dévoilé sur le salon Ambiente de Frankfort, les pots Urban Garden constituent la première collaboration entre la marque Authentics et le designer français Patrick Nadeau, spécialiste du design « végétal » (dont nous avons déjà évoqué l'exposition Nature Individuelle qui s'était déroulée chez Sabz fin 2008).

Les sacs Urban Garden sont fabriqués à partir de tissu en polyester enduit, et ils peuvent être assemblés les uns avec les autres de différentes manières, à l'aide de simples velcros.

Ils sont livrés avec les granules d'argile et le substrat intérieur qui permettra à la plante de se développer.



Urban Garden © Patrick Nadeau / Authentics



Urban Garden © Patrick Nadeau / Authentics

Sources: stylinrooms.de, authentics.de/blog.

Cet article a été publié le 19 février 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Petits objets et accessoires.

Ruché



Ruché © Inga Sempé / Ligne Roset

Ruché est une nouvelle ligne de canapé créée par Inga Sempé pour Ligne Roset.

Les différentes pièces composant cette série (canapés 2 ou 3 places, méridiennes gauche ou droite), dissocient visuellement une structure en hêtre très épurée et orthogonale, et une épaisse couette possédant un matelassage particulier.

La structure est réalisée en hêtre massif naturel ou teinté (bleu, rouge ou gris), et elle peut être recouverte de différents types de tissu.



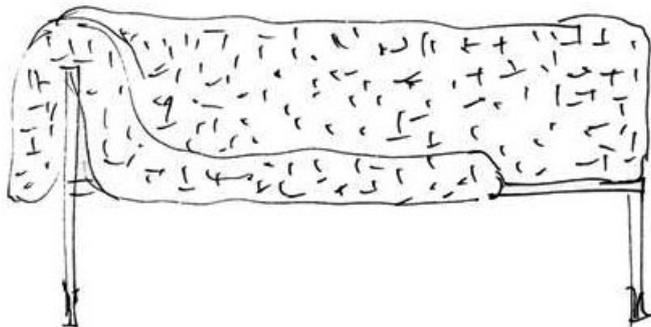
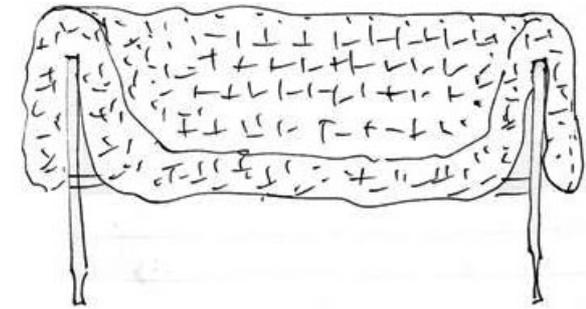
Ruché © Inga Sempé / Ligne Roset

Ces deux éléments – la structure très « rigide » et la couette plus informelle qui semble presque y être « jetée » – dialoguent d'une manière particulière, se complétant l'un l'autre tout en restant visuellement totalement identifiables.



Ruché © Inga Sempé / Ligne Roset

Croquis préparatoires:



© Inga Sempé

Source: ingasempé.fr.

Cet article a été publié le 25 janvier 2010 à 2 h 05 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--
Commentaires

Marc dit:
le 25 janvier 2010 à 12 h 33 min
Assez marrant!
A la fois minimaliste et presque « bourgeois ».

Prof Z dit:
le 25 janvier 2010 à 12 h 46 min
Marc a raison :du minimaliste presque « bourgeois »...Le nouveau paradigme atteint-il la classe bourgeoise?

candyves dit:
le 25 janvier 2010 à 13 h 10 min
La structure bois est parfaitement dissociée de la partie confort, cela facilite l'organisation et le travail des sous traitants, pour j'espère, un prix contenu. Une solution pour ne pas délocaliser entièrement la fabrication.

La Revue du Design dit:
le 25 janvier 2010 à 13 h 54 min
@ Candyves
Bien vu: pas ou peu d'assemblages = pas ou peu de problèmes d'assemblage...

maupado dit:
le 27 janvier 2010 à 12 h 18 min
Travail, économie, modestie, efficacité. Réalité ou posture?
On verra plus tard si la finesse de la structure ne sera pas lue comme de la maigreur, si la minceur du capiton ne paraîtra pas mesquine et d'un confort plus velléitaire que réel, si la hauteur et la verticalité du dossier ne seront pas préjudiciables à une détente sans raideur, bref, Inga Sempé et Roset sont-ils les visionnaires d'un confort austère bien que référentiel et ironique ou bien le coup est-il donné dans l'eau des concepts réticents et arrogants, de ceux qui rejettent apparemment la complexité des compositions et des intégrations industrielles pour nous livrer à la simplicité fictive d'un cadre de sommier sur lequel on jette une vieille couette cousue main.
Que la suite leur donne raison!

Forum Deco dit:
le 31 janvier 2010 à 14 h 27 min
Superbe !!!

Prof Z dit:
le 17 mai 2010 à 9 h 17 min
A comparer avec ce canapé tatami présenté à stockholm-design-week-2010
<http://www.designlounge.pl/2010/02/17/stockholm-design-week-2010/>

Filo



Filo © Barber+Osgerby

Conçu en 2006, à l'origine pour une commande privée, le canapé Filo de l'agence Barber+Osgerby va finalement être édité par Cappellini.



Filo © Barber+Osgerby

Il est constitué d'une structure réalisée en chêne et d'une superposition de pièces de tissus identiques.

Source : barberosgerby.com.

Cet article a été publié le 22 février 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--
Commentaires

maupado dit:
le 22 février 2010 à 8 h 26 min
la souplesse, la liberté, la profusion, la surface et la couleur pour le textile. La rigueur, la contrainte, la neutralité, le trait et le naturel pour la structure. Un contraste à tous les niveaux, qui évolue dans le même registre que le travail de Inga Sempé présenté il y a peu, dont l'expression est peut-être plus consensuelle.

Vico Magistretti avait ouvert la voie avec Cassina:
<http://www.archimagazine.com/magistr7.jpg>

Prof Z dit:
le 22 février 2010 à 8 h 53 min
Chaque objet est une plateforme, jamais une fin en soit...
Le concept développé par le duo suédois espagnol Cate et Nelson a été revisité par je ne sais qui pour Ikea, collection

*PS. Les hollandais ont tourné autour de l'accumulation de couches de tissus pour faire des sièges de collectionneur et de galerie... Aujourd'hui il est sublimé par Barber Osgerby. Depuis 2006 ils se sont fait un nom dans le design ... Guido Cappellini, comme Alberto Alessi, cueillent souvent la notoriété avec le projet et pas seulement le projet. Ceci dit c'est dans la logique éditoriale car il y a contribué...
<http://www.inhabitat.com/wp-content/uploads/feltflip.jpg>*

Prof Z dit:
le 22 février 2010 à 9 h 06 min
Ce sont les 4 suédoises de Front qui ont repris le concept avec pour le vendre à des marketeurs, une idée de marketeur de projet (les vieilles pages de catalogue d'IKEA) mais sans sublimer l'idée et sans retenir ni l'attention de la presse ni celle des acheteurs... Cette coïncidence n'a pas échappé aux professionnels et aux commentateurs amateurs des blogs...
<http://www.ikea.com/se/sv/catalog/products/00148488>

slashA dit:
le 22 février 2010 à 10 h 01 min
Mais dites moi ce ne serait pas la mode des canapés avec une structure sur laquelle on vient déposer le confort dessus! (même si c'est pas nouveau)
la simplicité, la disposition des différentes couches...c'est vraiment sympathique, ça me fait penser aux strates, aux oignons ou encore à mes calques photoshop!

La Revue du Design dit:
le 22 février 2010 à 15 h 42 min
Un dialogue entre le plaid de grand-mère et le calque photoshop... il y a effectivement un concept
Ce qui semble étonnant dans cet objet, et qui donne envie de le tester, c'est le confort et le moelleux offert par la superposition des couches...

candyves dit:
le 22 février 2010 à 20 h 32 min
Certaines fonctions sont plus suggérées que réelles: rabattre une partie de la couverture sur soi, changer la couleur du canapé. La manipulation des lourdes couvertures me semble assez fastidieuse. Cette quantité de matière est surprenante (indécence?) pour un modèle de série, ça me fait penser au travail des frères Campana.

Nico dit:
le 5 mars 2010 à 12 h 05 min

Les possibilités offertes par ce canapé sont très sympas : changement de coloris, changement de confort, changement d'aspect général, couverture.

La Revue du Design dit:
le 24 mars 2010 à 10 h 57 min

Dans la veine de ce projet, et également de celui de Front Design (avec une étonnante ressemblance...), voici une découverte récente: le fauteuil Oz de Cate&Nelson design : http://www.designboom.com/weblog/read.php?CATEGORY_PK=&TOPIC_PK=2423

Nest Chair



Nest Chair © Nina Bruun

Inspirée par un nid d'oiseau, rappelant également par bien des aspects – homogénéité des lamelles entremêlées, couleur... – un petit paquet de tagliatelles avant cuisson, la Nest Chair est la dernière création de la jeune créatrice danoise Nina Bruun.



Nest Chair © Nina Bruun

Cherchant à proposer un chaos visuel possédant cependant une unité forte (« graphical chaos which still felt like a unified whole »), la designer a ainsi déployé autour d'une structure centrale composée d'une assise et de quatre pieds, assurant la stabilité à l'ensemble, un réseau de bandes de bouleau d'épaisseurs légèrement différentes.



Nest Chair © Nina Bruun

Seule un coussin brun chocolat, sans fioritures, vient rompre s'insérer au milieu des lamelles, apportant le confort nécessaire. Là encore, l'analogie avec le nid (« nest ») est présente : c'est au centre que l'on est le mieux installé.

Source : ninabruun.com.

Cet article a été publié le 23 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--
Commentaires

maupado dit:
le 23 mars 2010 à 13 h 53 min

Très élégant, et superbement éclairé, mais effectivement plus proche des tagliatelles que des brindilles.
Et la poussière, diront les chagrins!?
On s'en fout, de la poussière, car, pour jouer aux toutes petites autos, les rubans sont parfaits et les parcours, mystérieux.

Ce qui paraît à peu près certain, et c'est le cas de tous ces objets qui procèdent, ne serait-ce qu'un peu, de l'aléatoire, c'est que pas un ne ressemblera au suivant, si tant est qu'il y en ait deux, et c'est tant mieux, car on dit bien que pas un nid n'est pareil à l'autre.

Agatha



Agatha © Luis Eslava / Luzifer

Composée de fines feuilles de placage de bois qui s'entremêlent et rappellent les nœuds d'emballages cadeaux, les suspensions Agatha ont été conçues par Luis Eslava pour l'éditeur espagnol Luzifer.

Elles existent en plusieurs coloris de bois teinté: naturel, blanc, gris, rouge ou jaune.

Source: lzf-lamps.com, luiseslava.com.

Cet article a été publié le 27 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Luminaires.

--
Commentaires

maupado dit:
le 28 mai 2010 à 1 h 05 min
Circulent sur la toile de forts séduisants petits films d'animation où l'on peut voir comment « la nature » s'exprime et se révèle en tant que soumise aux lois mathématiques telles que celle de Fibonacci par exemple. Certains s'inquiètent d'y voir la justification insidieuse de la thèse qui prétend à l'existence d'un « Big Designer ». Z'ont qu'à regarder ces lampes. Parfait produit industriel dans la production de ses composants, il n'en est pas moins soumis au coup de main aléatoire de son assembleur final, qui n'est même pas son concepteur. Celui-ci, en l'occurrence, emmerde Fibonacci et se pose ici en leader d'un groupe de joueurs de jazz. Rigueur et fantaisie, thème et variations improvisées. What else?

diisign dit:
le 30 mai 2010 à 19 h 32 min
Une lampe... Mais aucune photo d'elle allumée?? On savait que pour ce genre d'objets, la fonction n'est qu'accessoire... Mais quand même, il y avait quelque chose à montrer (translucidité du bois qui doit donner de très beaux effets...) Dommage.



Agatha © Luis Eslava / Luzifer

La Revue du Design dit:
le 31 mai 2010 à 11 h 28 min

Bonjour diisign,

Très bonne remarque: un luminaire, comme son nom l'indique, vaut surtout quand il émet de la lumière!

Diverses photos sont accessibles sur le site de l'éditeur :

<http://www.lzf-lamps.com/books/>, et vous en trouverez une ci-contre:

maupado dit:

le 31 mai 2010 à 17 h 11 min

éditeur impeccable, produits bluffants, site ultra-élégant. (Pas si sûr que ça qu'ils emmerdent la séquence de Fibonacci, finalement...)



Lounger



Lounger © Jaime Hayon / BD Barcelona

Faisant suite à sa collection Showtime, développée dès 2006 pour BD Barcelona, Jaime Hayon a récemment conçu un fauteuil intitulé Lounger, reprenant un principe d'assemblage similaire.

Le dossier et l'assise viennent se rencontrer sur les cotés de l'objet, de manière ostensible, comme deux pièces d'un jeu de construction surdimensionné.



Lounger © Jaime Hayon / BD Barcelona

Quelques images de la série Showtime de 2006:



Showtime © Jaime Hayon / BD Barcelona

Source: bdbarcelona.com.

Cet article a été publié le 9 février 2010 à 11 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

Ola



Ola © Akka

Akka est un studio de design basé à Göteborg, en Suède. Lors de la dernière édition de la Stockholm Furniture Fair, ses membres ont présenté leur concept de table pliante, facile à monter et combinable de différentes manières, intitulée Ola.

Avec ses deux pieds excentrés, en forme de L, elle permet différentes configurations et possède l'avantage d'être verticalement stable, même repliée. Par ailleurs, elle se monte et se démonte facilement, en une dizaine de secondes.

Source: abitare.it.

Cet article a été publié le 24 février 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--

Commentaires

Prof Z dit:

le 24 février 2010 à 10 h 23 min

C'est un bon concept mais c'est un peu dessiné comme une maquette en carton. ... La table cantilever présente néanmoins quelques inconvénients dans l'usage que la chaise cantilever n'a pas... C'est un avis de conceptologue...

slasha dit:

le 24 février 2010 à 13 h 05 min

Je me pose des questions suite à la réflexion de profZ sur le dessin un peu trop style maquette en carton... je trouve que la simplicité formelle de la table est en adéquation avec l'usage... il y a une idée de pliage qui induit pour moi des formes simples et peu épaisses...d'ailleurs ce choix formel permet une légèreté et une empilabilité horizontale...parfaite pour la collectivité ou l'open space...

@profZ: pouvez vous approfondir votre réflexion sur le dessin un peu trop style maquette carton? Ne pensez vous pas que cette réflexion n'est que liée à l'épaisseur du piétement?

Prof Z dit:

le 24 février 2010 à 13 h 58 min

C'est à la fois une réaction instantanée en voyant la première image conforme au temps d'exposition moyen d'une image ds un blog. Une uniformité d'épaisseur, une même matière et une faible épaisseur identique mais aussi un dessin de piétement qui fait penser à un ready made ou un détournement comme celui des bâtonnets d'esquimaux du collectif suédois Taf design publié dans la revue du design... Ce peut être aussi une intention.

C'est aussi une réflexion critique sur l'approche mise en œuvre par des designers

Mirokatsù dit:

le 24 février 2010 à 13 h 59 min

Charles Deutsch grand ingénieur automobile Français disait à la fin des années 50 « Un bon ingénieur n'est pas seulement capable de trouver une solution, mais c'est celui qui est capable de simplifier un concept compliqué »

(Pour ceux que ça intéresse :

http://www.autodrome.fr/cd_panhard_le_mans_64.htm)

La table Ola résume bien cette philosophie : Rapide, simple et efficace. Toutefois, j'y aurais juste ajouté 2 possibilités de

positions dans le repli des pieds : celle existante, plus une autre qui permette de replier complètement les pieds dans le même plan que le plateau. Cette dernière position permettrait de faire glisser les tables les unes sur les autres. L'idée me paraît utile quand on souhaite transporter, empiler et manipuler rapidement plusieurs tables pliées dans son coffre de voiture (ou camionnette), par exemple, en diminuant les efforts sur les lombaires, maladie bien connue de la médecine du travail. C'est là qu'un avis...

Prof Z dit:

le 24 février 2010 à 15 h 11 min

C'est quoi le co-design? c'est quoi la société de contribution? Mirokatsù refait le projet sans être designer....dans une optique collaborative de co-design...

Ma proposition

Je vois le pied cantilever comme un double obstacle supprimant l'usage latéral de cette table et un obstacle pouvant générer des chutes . Je le règle en le rendant parallèle au sol....

waldezign dit:

le 24 février 2010 à 16 h 40 min

Contrairement à Prof Z, je ne pense pas que le cantilever soit un obstacle fonctionnel pour une table. Quand au transport à plat évoqué plus haut, rien n'empêche de penser à un verrouillage qui permet de faire basculer la table sans problème, le piètement pouvant même devenir un indexage (limité, il est vrai) permettant de verrouiller les tables entre elles.

Je trouve cet objet absolument magnifique, un exemple de simplicité et d'efficacité. Le blanc n'est qu'accessoire, mais cela va parfaitement dans le sens du produit. Cela dit, le concept Nils-Frederking est diaboliquement intéressant, également, même s'il fait un peu artisanal dans cette version bois-métal, mais est-ce un défaut ou une qualité?

Pour en revenir à la chaise cantilever, c'est un objet qui a des aspects pratiques, notamment en collectivité (nettoyage des sols), mais c'est un réel danger pour les petits pieds des enfants, notamment quand sur un sol non glissant, il faut lever légèrement la chaise avant de s'affaisser de tout son poids sur ces dits pieds (qui ont la faculté de se placer au plus mauvais endroit disponible). C'est argument est imparable pour les parents que nous sommes!

Le risque existe aussi avec 4 pieds, mais la probabilité est moindre et la chaise peut se déformer...

En tout cas, bravo pour cette table!

maupado dit:

le 24 février 2010 à 23 h 36 min

Très bel objet, parfaitement conçu, sans graisse.

Quant à la chaise cantilever, si on doit remonter aux premières connues, et finalement produites, avec sœurs et cousines, à quelque millions d'exemplaires, on peut se demander ce qui a le plus intéressé les Mart Stam, Marcel Breuer et autres Mies: la performance technique et industrielle qui permettait de réaliser une pièce avec une seule longueur de tube, la révélation d'un confort induit par la souplesse du tube, ou le sentiment grisant d'avoir réinventé un meuble essentiel.

Prof Z dit:

le 25 février 2010 à 10 h 02 min

Maupado pose la question de la finalité mais aussi de l'innovation en design pour les chaises cantilever mais le sujet c'est cette table cantilever pliante.

Les pieds ne sont pas faits avec un seul tube plié mais découpé dans une plaque rectangulaire avec une importante perte de matière.

Et pour quelle finalité: un nombre de place plus limité qu'une table à 4 pieds... Il y a sur le marché des tables qui se plient et qui permettent de placer autour plus de personnes...

Prof Z dit:

le 25 février 2010 à 11 h 23 min

Breuer n'est pas simplement le designer d'un tube, comme on dirait d'un chanteur qui n'a qu'une chanson connue à son répertoire. il a simplement fait une première importante en design puis une deuxième première (celle dont nous parlons)...ensuite il a creusé le sillon, déclinant, se répétant ou sursignant suivant les avis. Il n'a pas été simplement un designer industriel de tube metal mais a trouvé des références culturelles et sociales pour bien enrober ses créations et faire ce qu'on appelle aujourd'hui du storytelling et un territoire... C'est comme cela qu'on rentre dans les anthologies puis dans l'histoire du design....Il avait aussi toute les institutions de validations du design autour de lui et un nom facile à mémoriser....

maupado dit:

le 26 février 2010 à 18 h 50 min

C'est plus simple d'assembler deux planches que de découper un panneau et le plier ensuite, mais bon, l'entonnoir sied à certains.

Quant à cette icône bouffie de Marcel Breuer, qui a un statut à peu près aussi minable et tout aussi surfait que celui de Charlotte Perriand, de Mies Van der Rohe ou de Jean Prouvé (qui sont ces nullards?), on peut malgré tout apprécier son talent de créateur de maisons dans un livre édité chez Phaidon, sobrement titré « breuer houses ». On y découvrira, pour ne parler que des détails, un talent très marqué pour la conception des garde-corps et des brise-vues. Ceux qui connaissent le Whitney Museum de New York (où ça?) ne l'oublieront pas non plus. Rem Koolhaas, lui, encore un qui doit sa réussite à son nom facile à retenir, s'est peut-être souvenu de l'auditorium de l'université du Bronx (1961) quand il a dessiné la Casa da Musica de Porto...

Prof Z dit:

le 27 février 2010 à 14 h 26 min

Il est vrai que certains architectes doivent même bien plus leur gloire à la production industrielle de sièges qu'aux immeubles qu'ils réalisent .

Stam a détourné de leur usage les tuyaux de plomberies pour en faire un siège cantilever. Invention ou concept ou dessin modèle?

Breuer est parti de l'idée du guidon de vélo pour faire un siège Wassily démontable.... avec des outils de cycliste.

Dans les 2 cas , cela se rapproche de la recherche conceptuelle et industrielle de certains designers.... mais il y a 90 ans.

Cela pose la question de la modernité et de la contemporanéité du jeune design? Phénomène du cycle de la mode? Progrès linéaire?

La chaise cantilever s'appelait à l'origine s'appelait la chaise oscillante. Ce phénomène d'oscillation qui peut intéresser/amuser un designer et un utilisateur pour une chaise ne peut pas s'appliquer à une table ou pour un bureau qui doivent être particulièrement stable.

waldezign dit:

le 4 mars 2010 à 13 h 54 min

Prof Z, ces pied ne gâchent quasiment pas de matière. Ce produit, une fois en grande série permet de découper beaucoup de pieds dans une seule plaque. Il faut réfléchir un peu... 8(

The idea of a tree



The idea of a tree © Katharina Mischer, Thomas Traxler

S'inspirant des arbres, des éléments toujours uniques car produits d'un lieu spécifique, avec son terroir, son ensoleillement, ses conditions climatiques, Katharina Mischer et Thomas Traxler – deux jeunes designers diplômés d'Eindhoven en 2008 – ont imaginé une machine permettant de produire des objets (bancs, lampes...) en fonction de l'endroit où elle était implantée.

commence à produire quand le soleil se lève et s'arrête quand il se couche. L'objet fini peut alors être « récolté ».

Celui-ci pousse lentement, faisant passer les fils qui vont le constituer au travers d'un dispositif de coloration et d'un bassin de colle (résine époxy), pour enfin les laisser s'enrouler autour d'un moule.

Le rapport longueur / hauteur de l'objet dépend lui aussi de l'ensoleillement, et l'épaisseur de la couche comme la couleur sont fonction de la quantité de soleil reçue par la machine: s'il y a beaucoup de soleil, la couche est plus épaisse et la couleur plus pâle, et à l'inverse s'il y en a moins, la couche plus fine et la couleur plus foncée.

Une vidéo, visible sur Youtube, explique plus en détail le principe de fonctionnement.

Source: mischertraxler.com.

Cet article a été publié le 11 janvier 2010 à 2 h 44 min dans la catégorie ACTUS, Luminaires, Mobilier.



The idea of a tree © Katharina Mischer, Thomas Traxler

Ces machines permettent de tisser du textile ou du papier en fonction des conditions climatiques qui les environnent (notamment les variations de l'ensoleillement). La matière première passe en effet dans une émulsion qui se trouve ensuite insolée par la lumière naturelle, comme peut l'être un tirage photographique argentique.

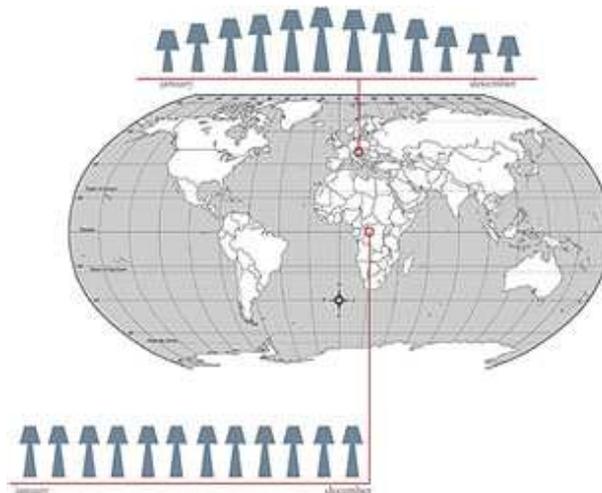
Le résultat est à chaque fois le récit d'une journée donnée, à un endroit donné. La machine, autonome en énergie,



The idea of a tree © Katharina Mischer, Thomas Traxler

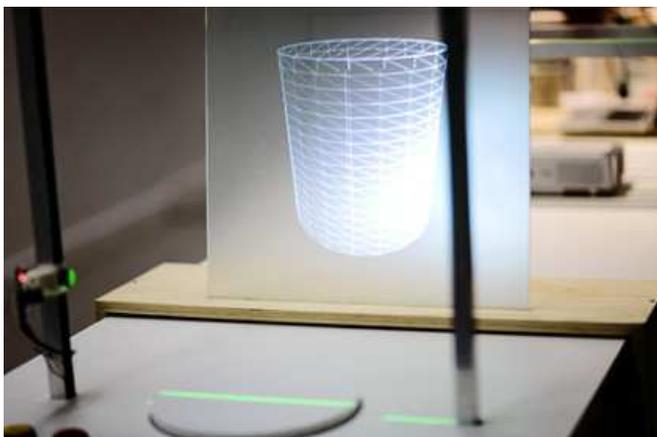


The idea of a tree © Katharina Mischer, Thomas Traxler



The idea of a tree © Katharina Mischer, Thomas Traxler

L'Artisan Electronique



L'Artisan Electronique est un projet que le collectif belge *Unfold*, associé à *Tim Knapen*, a présenté il y a quelques semaines dans les murs du centre d'art *Z33*. Il consiste à allier la poterie, technique traditionnelle s'il en est, à des procédés contemporains de captage numérique des gestes et d'impression 3D (deux vidéos, accessibles ci-dessous, présente le procédé en détail).

Le tour de potier virtuel ainsi présenté donnait aux visiteurs la possibilité de «tourner» leurs propres objets. Un scanner 3D enregistrait leurs mouvements et, à intervalles réguliers, il lançait une impression en trois dimensions, réalisé à partir d'un composé à base d'argile.

Deux vidéos, accessibles sur le site de *La Revue du Design*, permettent d'entrer plus en détail dans le fonctionnement de ce projet.





L'Artisan Electronique est une installation qui a été commandée par le Centre d'art Z33. Ce projet a été développé en collaboration avec Tim Knapen et la communauté RepRap.

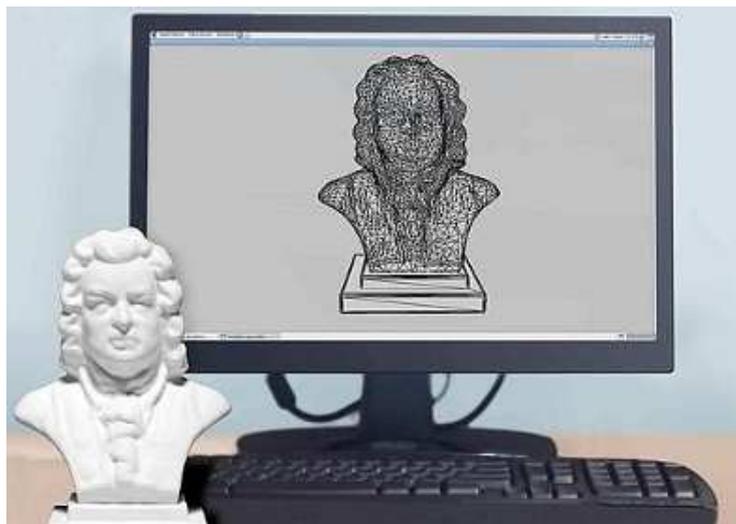
Photos: Liesje Reyskens & Kristof Vrancken pour Z33.

Sources: unfold.be, creativeapplications.net.

Cet article a été publié le 28 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Expos, salons, musées, Prospective et innovation.

Sculpteo

Par Alexandre Cocco.



© Sculpteo

Récemment ouvert au grand public, le site Sculpteo.com propose à chacun de fabriquer des objets à partir de fichiers 3D numériques qu'il aura lui-même réalisés, ou alors sélectionné parmi une bibliothèque existante.

Alors, révolution permettant à chacun de se sentir un peu designer, porte ouverte à la copie et au « peer-to-peer 3D », ou nouveau filon commercial?



© Sculpteo

« Les particuliers ne peuvent pas produire eux-mêmes leurs objets en 3D. Les machines sont très chères et difficiles à manipuler. Avec notre service, il leur suffit de nous transmettre leurs dessins réalisés avec un logiciel grand public comme Sketchup, et nous nous chargeons de réaliser le produit. Ensuite, nous le leur envoyons par La Poste » commente ainsi Clément Moreau, directeur général de l'entreprise, dans un article paru sur Lefigaro.fr.

Acceptant la plupart des formats de fichiers des principaux logiciels de 3D, Sculpteo permet aux novices de sélectionner différents modèles qu'ils pourront personnaliser. De leur côté, des designers ou des spécialistes de la conception 3D peuvent également « déposer » leur modèles, et toucher une commission sur chaque reproduction.

Situé dans la région de Toulouse, l'atelier propose deux technologies différentes, permettant d'obtenir des objets soit monochromes en résine plastique blanche, soit en poudre de sable solidifiée et colorée dans la masse. Il est même possible d'appliquer, pour les impressions en couleur, divers motifs et textures qui viennent se « mapper » sur l'objet, comme dans un logiciel de 3D.

Composés couche après couche, comme une imprimante traditionnelle qui compose un document ligne après ligne, les objets sont massifs et solides. Seule contrainte: la taille des productions est, pour l'instant, assez limitée (20 x 20 x 30cm environ).

Si cette technologie d'impression 3D est assez fréquemment employée dans l'industrie et dans le design (voir l'article que nous avons consacré à la lampe Bloom de Patrick Jouin), c'est la première fois qu'elle est rendue accessible au grand public.

Permettant la pièce unique, ses prix sont automatiquement calculés en fonction de la hauteur finale de l'objet et de la quantité de matière qu'il aura nécessités: de quelques dizaines d'euros pour une petite figurine à près de 700 euros pour un objet d'une trentaine de centimètres de hauteur.

Objets insolites ou customisés, pièces de rechanges introuvables trouvent ainsi un nouveau mode de production. La matière, suffisamment solide, autorise par ailleurs une assez large diversité d'usages. « Pour que les objets soient solides, leur épaisseur doit être supérieure à 1 ou 2 mm avec la résine plastique et à 3 mm avec la poudre de sable » précise toutefois Clément Moreau.

L'entreprise envisage même, à l'avenir, d'imprimer en 3D des objets que ses clients auront filmés avec leur caméra ou leur smartphone. D'autres problèmes, concernant le droit d'auteur, pourrait alors se présenter à elle(1).

Sans présager de l'avenir de l'entreprise, sans porter non plus de jugement esthétique sur les objets pour l'instant produits, son initiative mérite toutefois d'être soulignée, en ce qu'elle témoigne d'un mouvement contemporain du design consistant à rapprocher l'offre de la demande, et à imaginer d'autres voies que le traditionnel circuit designer, éditeur, fabricant, distributeur, consommateur...

Source : lefigaro.fr.

Notes

(1) Certains sites Internet tels que Thingiverse ou Reprap proposent déjà d'échanger librement des modèles en 3D, et l'on en trouve également de nombreux sur Sketchup.

Cet article a été publié le 30 juin 2010 à 21 h 37 min dans la catégorie ACTUS, Economie, business, Prospective et innovation, Sciences de la conception.

--
Commentaires

*Marc dit:
le 1 juillet 2010 à 14 h 43 min
C'est très intéressant, mais pensez-vous qu'il y a de réels débouchés mis à part quelques éditions de toutes petites pièces ?
Les dimensions techniquement réalisables, mais aussi les prix, me paraissent limiter pour l'instant la portée de cette innovation.*

*rothring dit:
le 1 juillet 2010 à 18 h 06 min
Pour les particuliers je ne voit pas trop d'utilite, a part s'amuser a se creer des bustes de soi meme.
Pour les professionnels non plus, a part si ils ont des prix interessant, car un professionnel connait deja le circuit et sait ou passer commande.
La tendance va etre aux objets prototypes a la va vite, pourvu que Morabito ne voit pas cela.
Je ne suis pas convaincue par l'utilite, aussi futile soit elle de ce genre de demarche, pourquoi offrir aux consommateur se moyen de fabrication?*

*La Revue du Design dit:
le 2 juillet 2010 à 14 h 49 min
Bonjour Marc et Rothring.
Je me questionne également sur les débouchés finaux, même si je pense que la question de la hauteur des pièces (et des prix qui en dépendent), peut être contournée en imaginant des objets composés de plusieurs éléments de faible hauteur.
Pour les particuliers, je pense que l'intérêt existe à partir du moment où le nombre d'objets proposés « sur catalogue » augmente, tout autant que leur qualité... Egalement, on peut imaginer que des personnes maîtrisant tel ou tel logiciel de 3D s'essaient à « l'autodesign », et il serait alors intéressant de voir les pièces conçues...*

*Morgane Geoffroy dit:
le 6 juillet 2010 à 1 h 30 min
Du visuel au toucher...merci passionnée par le sujet, à très bientôt, Morgane*

*Mirokatsù dit:
le 6 juillet 2010 à 10 h 48 min
J'ai vu un reportage, il y a quelques années : Une entreprise US proposait la possibilité d'avoir un modèle 3D de son bébé en stéréolithographie avant sa naissance. C'est possible grâce aux images fournies par l'échographie 4D (reconstruction d'image en 3D). A voir l'engouement des parents, cette entreprise cartonnait...
Alors, n'est-il de limite dans la 3D que celle de notre imagination ?*



Axor Bouroullec



Axor Bouroullec. Photo © Tahon / Bouroullec

Il y a quelques années, l'entreprise Axor Hansgrohe a proposé à Ronan et Erwan Bouroullec de réfléchir à une collection pour la salle de bains.

Leur projet: plus de 80 objets modulables, pouvant s'adapter à la « une grande variété de situations, de configurations et de tailles d'espace ». Différentes photographies mises en situation, ainsi qu'un film (accessible sur le site de La Revue du Design) ont été réalisés pour le lancement, qui s'est déroulé il y a une dizaine de jours.



Axor Bouroullec. Photo © Tahon / Bouroullec

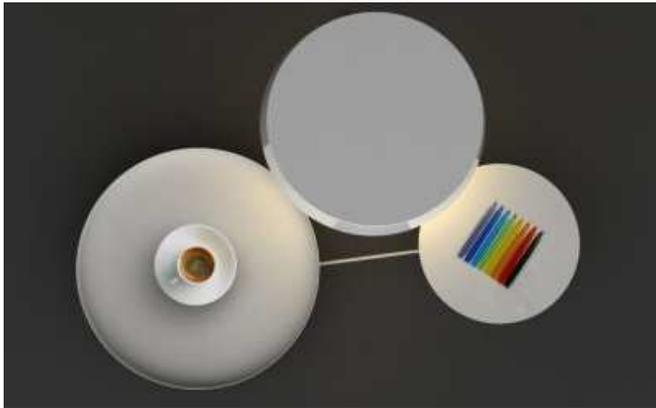
Source: bouroullec.com.

Cet article a été publié le 29 juin 2010 à 13 h 47 min dans la catégorie ACTUS, Cuisines et bains.



Axor Bouroullec. Photo © Tahon / Bouroullec

Accueil Lamp



Accueil Lamp © Arnaud Lapierre

Arnaud Lapierre vient d'être désigné lauréat du troisième concours Cinna Maison Française, rubrique luminaires, avec son Accueil Lamp, composée de trois structures articulées – une source lumineuse et deux plateaux – pouvant se placer dans différentes positions.

Ce trentenaire, diplômé de l'Ensci, a imaginé un projet simple et poétique, une plateforme destinée à être posée sur un meuble dans l'entrée d'une pièce ou d'une habitation, les deux plateaux jouant le rôle de vides poches.



Accueil Lamp © Arnaud Lapierre



Accueil Lamp © Arnaud Lapierre

Source: arnaud-lapierre.com.

Cet article a été publié le 27 janvier 2010 à 2 h 13 min dans la catégorie ACTUS, Concours, Luminaires.

--
Commentaires

Marc dit:
le 27 janvier 2010 à 12 h 30 min
Malin, épuré, porteur de différentes utilisations possibles...
On s'interroge toutefois un peu sur la solidité et la stabilité de l'ensemble.

Antoine dit:
le 27 janvier 2010 à 16 h 30 min
Très belle réalisation, hâte de le voir en catalogue chez Cinna... Contrairement à Marc, je pense que l'objet sera stable (3 points toujours meilleur que 4) et la finesse ne rime jamais avec fragilité... à méditer...
très beau site d'ailleurs avec beaucoup de projets fort intéressants !

maupado dit:
le 28 janvier 2010 à 1 h 40 min
C'est sans doute bien plus la fragilité et l'instabilité que revendique le créateur de cette pièce. La limite est son pari déraisonnable, et c'est aussi son charme, qui paraît plus désespéré que malin. Peu de positions seront favorables au maintien assuré de la chose et à son contenu. Il faudra toujours s'en approcher avec délicatesse, la manipuler avec douceur, la charger en craignant un silencieux désastre. Tout y est en suspens, et nous en apnée.

Prof Z dit:
le 28 janvier 2010 à 14 h 48 min
Pour aller dans le sens de Maupado à propos du design à 3 pieds, je reprend les paroles d'un Maestro du design « Se balancer sur un tripode, c'est plus dangereux, mais plus rigolo. »...
La différence fondamentale, les 3 pieds d'une chaise sont fixes... donc c'est encore plus instable s'ils ne le sont pas... voir la solution trouvée par Normal design pour une table basse à 3 pieds chez Roset...
<http://www.stylepark.com/fr/ligne-roset/patch>

maupado dit:
le 28 janvier 2010 à 15 h 51 min
oui, trois points toujours meilleur que quatre, car trois points définissent le plan et on est donc théoriquement assuré de la stabilité maximale, pas besoin de réglage par vérin de l'un quelconque des pieds, aucun ne restera « en l'air ». Cela dit, la souplesse de la structure lui permettrait sans doute, fut elle répartie sur quatre points d'appui, d'épouser la forme du support.
Mais surtout, le ternaire est toujours plus riche, plus élégant, plus mystérieux, plus hypnotique aussi, c'est le rythme de la valse, du jazz...

Ronan dit:
le 28 janvier 2010 à 16 h 33 min
Moi je dis bravo, cette juste fragilité et incertitude en fait un objet élégant et raffiné, qui je suis certain, sous les mains d'un éditeur comme CINNA, que ce sera un objet très stable...
Pour commenter Prof Z au sujet d'Antoine, une chaise à trois pieds est plus stable qu'une chaise à quatre pieds : sur des sols non plats, le 4ème point est souvent bancal (c'est pour cela que l'on cale souvent un morceau de papier sous le pied par ex.).

Eric dit:
le 4 février 2010 à 1 h 49 min
Simplement superbe, hâte de la voir en catalogue.

Prof Z dit:
le 4 février 2010 à 12 h 08 min
... c'est bien d'avoir des amis pour vous soutenir....
Moi je veux la « voir en catalogue » mais aussi dans un magasin Roset et/ou Cinna (j'y vais tous les mois) pour apprécier en boutique...Je n'ai hélas vu aucun des primés jusqu'à maintenant...

Prof Z dit:
le 4 février 2010 à 19 h 34 min
... je me disais j'ai vu cela quelque part , la ligne, le materiau , les couleurs de la lampe me font penser à la lampe padella de naoto fukasawa pour artemide...
Il y a pire comme fréquentation que celle des grands maîtres pour un début.... Ce tripode est peut être la base du territoire d'un futur grand, un peu instable si on y ajoute une baladeuse « non dessinée » ?
<http://www.bonluxat.com/a/naoto-fukasawa-padella-lamp.html>



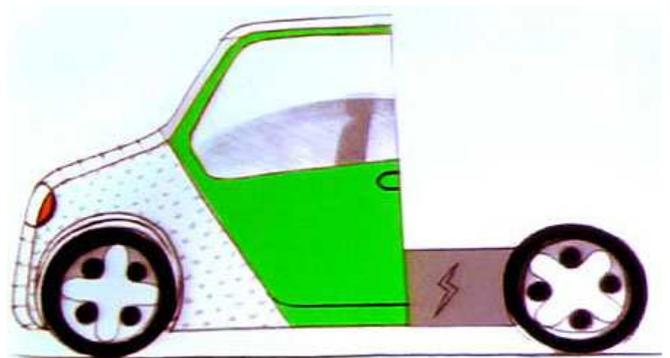
Hackable solar electric car



Hackable solar electric car © Yves Béhar / Fuseproject

La semaine dernière, lors de la Greener Gadgets conference qui s'est déroulée à New York, Yves Béhar a présenté son projet de voiture électrique et modulable à énergie solaire, à destination notamment des pays en voie de développement.

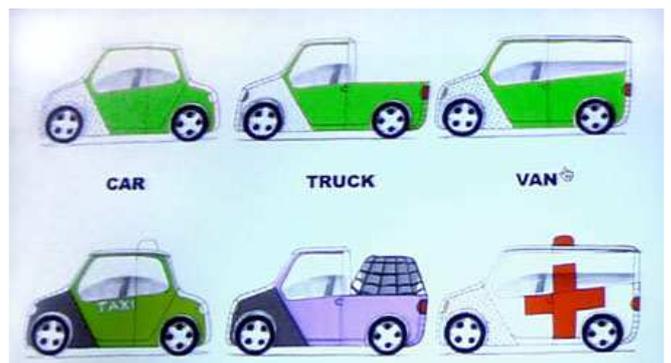
En décrivant son projet – encore à l'état d'idée – comme étant « hackable », il entend proposer un véhicule pouvant être approprié de différentes manières, afin de correspondre à une diversité d'usages. On trouvera quelques similitudes d'approche avec son projet OLPC (One Laptop Per Child), notamment au niveau de l'analyse des besoins et des contraintes spécifiques aux pays en développement (les pièces se changent facilement et sont faciles d'entretien).



Hackable solar electric car © Yves Béhar / Fuseproject



Hackable solar electric car © Yves Béhar / Fuseproject



Hackable solar electric car © Yves Béhar / Fuseproject

En couvrant le toit de cellules photovoltaïques, en misant sur des formes compactes et arrondies, interchangeable et modulables, Yves Béhar tente de conférer à ce projet « vert » un aspect ludique et une « bonne bouille » apte, espérons-le, à trouver un partenaire industriel qui souhaiterait se lancer dans ce projet.

Source: inhabitat.com.

Cet article a été publié le 2 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Transports.

--

Commentaires

Clement dit:

le 2 mars 2010 à 9 h 49 min

Mais qu'est-ce qui motive concrètement un « aspect ludique ». Pourquoi chercher à séduire de cette manière quand le projet demande surtout de la crédibilité ?

Autant plus ici où ce n'est qu'une idée, le design et les designers ne sont pas toujours pris au sérieux, aussi devant ce projet qui a le mérite d'être ambitieux, je ne peux que sourire en voyant que la voiture ressemble à un gros jouet.

fabsoloute dit:

le 2 mars 2010 à 10 h 10 min

Certains industriels plancheraient déjà sur ce type de projet, sans toutefois le délimiter clairement aux pays du tiers monde.

La matra UV <http://www.avem.fr/actualite-concept-uv-l-electrique-selon-matra-554.html> qui fut présentée au mondial de l'auto 2008, fut initialement une réponse à l'appel d'offre pour le projet Autolib en région parisienne. Et lors de la conception du modèle, nous avons déjà envisagé différentes déclinaisons du modèle de base, qui possède une structure dont la souplesse et l'adaptabilité permet une multitude de finalités.

L'industriel s'est montré séduit, mais évidemment le projet tarde et traîne.

La bouille est tout aussi sympathique.

Le tiers monde mérite-t-il réellement cet aspect jouet. Faut-il rappeler que les réseaux routiers ne sont pas aussi lisses et goudronnés que les nôtres ?

Prof Z dit:

le 2 mars 2010 à 10 h 56 min

Il est intéressant de voir les catégories de design définies par fuseproject donc par Yves Behart sur son site Internet: les motos électrique sont classé en lifestyle et l'ordi olpc en civic works... Il se crée ainsi un territoire moral à l'américaine dans une société d'hyperconsommation en s'appuyant sur des tendances lourdes alliant le mode de vie californien au charity business...

La Revue du Design dit:

le 2 mars 2010 à 13 h 06 min

@ Prof Z: votre remarque est tout à fait intéressante, et il est vrai que le classement des projets proposé sur le site du designer m'a également interpellé.

Pour rebondir maintenant sur le propos de Clément (et aussi sur ce que dit Fabsoloute), il me semble que l'aspect « ludique » du projet – dont on peut d'ailleurs discuter – est davantage une stratégie destinée à « parler » aux designers et/ou industriels et/ou sponsors occidentaux éventuels, plus qu'une condition inhérente au projet et aux besoins de ses utilisateurs potentiels.

A ce propos, le principe de modularité évoqué pour ce véhicule n'est évidemment pas nouveau. Il semble ici par

contre assez abouti et pertinent, toute considération esthétique mise à part.

Prof Z dit:

le 2 mars 2010 à 21 h 26 min

Le vrai n'est qu'un moment du fauxou comment le storytelling envahit tout, du produit à la com du studio

fabsoloute dit:

le 3 mars 2010 à 10 h 15 min

Je comprends plus ou moins la logique dans laquelle s'inscrit Fuseproject, néanmoins ce qui interpelle, au vu de certains de leurs projet, c'est la caractère brouillon de celui-ci, sachant que des plate-formes proposées d'ores et déjà par des industriels restent à l'état de friche.

Si ce projet n'est certes pas nouveau, il mériterait d'être mieux traité, presque abouti, proposer des partenariats, des investisseurs, des business angels attirés par la notoriété Béhar-naise qui lui sont plus accessible qu'au « jeune design » tout-venant, et correspondant au Business model de Fuse.

Mais cette modélisation et son dessin s'inscrivent de façon cohérente dans la suite de l'OLPC, ce gros laptop coloré dont certaines fonctions bien pensées mériteraient de doter les nôtres.

Mais si l'OLPC peut résister à la chaleur et à la poussière de l'Afrique, j'émet de sérieux doutes quand à la viabilité d'une voiture de golf « c'est bien trouvé c'est bien Tomy ».

L'histoire se poursuit de l'OLPC à la Hackable Car, mais pourquoi vouloir la mener dans la voie du ludique? Cette histoire doit être racontée tant par le designer que s'inscrive dans la conception culturelle de l'utilisateur. Toutefois on ne peut nier le succès du laptop, qui recenserait plus d'un million d'unités par le monde depuis 2007, ce qui est tout de même huit fois moins que le nombre de Xbox vendues depuis la même année. Mais c'est une autre histoire...

Prof Z dit:

le 3 mars 2010 à 13 h 31 min

@fabsoloute

Cette opération de Behar me fait penser à Green Energy Design à Milan organisé par Interni. Starck avait réussi à focaliser l'attention avec un pré projet virtuel d'éolienne à peine esquissé mais qui lui permettait de mettre le pied dans le green et d'escamoter le projet de luminaire de Lovegrove Artemide bien plus abouti...

voir ce classement de fuseproject Fast company ds les brèves

<http://www.fastcompany.com/mic/2010/industry/most-innovative-design-companies>

fabsoloute dit:

le 4 mars 2010 à 10 h 15 min

Ce site va s'empresse de nourrir mon flux RSS, ces listes sont révélatrices de ce qui nous meut.

Et ça ne retire rien au mérite qui revient à Yves Béhar et son équipe. AU vu de sa ligne, le sextoy qu'ils ont réalisé s'inscrit dans le même esprit WestCoast, mais pour une toute autre clientèle...

Et j'imagine que sa question « Si Raymond Loewy était encore des nôtres, l'engagerions nous? » n'est là que la conséquence de sa starification.

Impertinence inutile.

Assez ravi de voir les étonnantes conceptions de Frog figurer dans cette liste.

maupado dit:

le 6 mars 2010 à 12 h 17 min

<http://www.designdellautomobile.com/2009/11/yuyu-la-mia-citycar-per-un.html>

Haven



Haven © CKR / Paola Lenti

Mårten Claesson, Eero Koivisto et Ola Rune Haven, du collectif CKR, ont imaginé ce canapé, intitulé Haven, pour l'éditeur Paola Lenti.

Visuellement léger, presque fantomatique, Haven est constitué d'une armature réalisée en tube métallique verni, recouverte d'un filet résistant et élastique.

Ce dernier, pouvant être traversé par l'air, la lumière et l'eau, permet au canapé d'être utilisé en intérieur ou en extérieur.



Haven © CKR / Paola Lenti



Haven © CKR / Paola Lenti

Source: ckr.se.

Cet article a été publié le 18 février 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Mobilier.

--
Commentaires

avidedesigner dit:
le 18 février 2010 à 11 h 44 min
J'apprécie l'aspect visuel de légèreté.
Dans cette combinaison structure métallique + textile, ce canapé me fait penser à la Slowchair des Bouroullec: <http://www.vitra.com/fr-ch/home/products/slow-chair/gallery/>
Mais je préfère la Chaise Cadé (années 90) de Ovo qui je trouve va plus loin dans les capacités d'une telle combinaison et dans l'expérience à l'usage: <http://www.madeupdisease.com/wp-content/uploads/2009/11/Screen-shot-2009-11-10-at-12.33.48-AM.png>

maupado dit:
le 20 février 2010 à 18 h 31 min
On aimerait que les sièges des automobiles aient cette légèreté, eux qui sont toujours gras et épais...
Cela dit, on ne voit pas très bien l'explication des toiles qui referment le volume sur le côté et sur l'arrière, si ce n'est pour sur-signifier la référence au canapé dans ce qu'il a d'archétypal. Inutile, donc, ou, en tout cas, pas techniquement nécessaire.
En cela, la proposition Bouroullec paraît plus directe, qui ne s'embarasse pas d'une peau surnuméraire.
La chaise Cadé n'est pas dans le même registre, elle masque sa nature: comment savoir que c'est un siège si manquent les signes, les repères. Il faut, littéralement, le mettre à l'épreuve pour que le bloc dont l'identité n'est que plastique pur et expressif, il devienne siège confortable et rassurant. Superbe!

Prof Z dit:

le 22 février 2010 à 22 h 56 min

Au contraire des suédois de no picnic design avec leur chaise Ram pour FeliceRossi, c'est ici moins minimal et surtout plus sensuel tout en étant archetypal: une forme qu'on

devine dans la formeLe design suédois a cette année une certaine translucidité... Voir ce projet de Cate et Nelson que j'ai cité dans le sujet de Barber O
<http://mocoloco.com/archives/014178.php>

Parler du design: deux approches

Par Clément Gault.

Il y a quelques temps le designer Jean-Louis Fréchin lançait une initiative simple et claire via le réseau twitter qui était de compléter la suite de la phrase "le design c'est..." La force du réseau aidant, de nombreuses personnes ont rapidement apporté leur contribution. Le designer a par la suite consigné les propositions dans un billet sur son blog, sans faire une quelconque sélection au préalable. On peut finalement y dénombrer plusieurs manières de faire.

La personne peut simplement donner son point de vue sur la chose:

Anaïs Triolaire: une discipline au service des autres.

Bouhey Fayolle: le design c'est une bonne question.

Samuel Hackwill: le design, c'est des idées en dur.

Ce qui peut amener certains à rebondir sur les propos d'un autre:

Jean-louis Frechin @remy: le designer est un Spécialiste de la non-spécialisation;

Fred Bouteiller: @nodesign: le design c'est ta vie.

D'autres répondent par une question, peut être peu sûr de leur proposition:

Dominique Segalis: du bling bling ?

Philippe Benhamou: ça a un rapport avec Ikea ?

MOIRAUD: le Design c'est ? life ?

Enfin plus classiquement, certains empruntent des citations d'autrui:

François Druel: pour Steve Jobs, c'est l'usage qui fait un design réussi.

Clément Gault: "le design c'est de la tarte tatin" Ce n'est pas de moi...

On peut objecter que l'ensemble manque de cohérence mais je ne pense pas que le but initial soit de chercher une quelconque vérité mais davantage une photographie des multiples considérations regroupées par le mot "design".

Toutefois, cette initiative m'a rappelé celle du webdesigner Chris Coyier qui avait lancé il y a quelques mois la plateforme Quotes on design. Le principe est de soumettre des citations sur le design, validées ou non par la suite. Cela donne aussi un mélange plutôt hétéroclite.

Au passage, il est assez amusant de voir que les personnes les plus citées sont Albert Einstein, Pablo Picasso, Steve Jobs, Don Norman ou Charles Eames. Dans l'ordre ça donne un chercheur, un artiste, un entrepreneur, un psychologue et... un designer. Notre Starck national n'apparaît qu'une seule fois, et ce malgré ses nombreuses sorties grossièrement provocatrices. Comme quoi, il n'est pas si célèbre que ça...

Ce qu'on y apprend surtout, et ce qui n'est pas très surprenant, c'est que le design revêt dans le monde anglosaxon une signification plutôt large, voire peut-être trop large. Bien sûr, il convient de ne pas traduire design par design mais plutôt par conception.

Néanmoins, la liste sous-entend que le terme anglais de design regroupe un ensemble de domaines très varié, tellement variés qu'on peut se demander si leur point commun supposé n'est pas un peu léger pour justifier de les regrouper sous le mot design. À lire cette collection de citations, j'ai davantage l'impression que le mot design est un mot magique très pratique permettant de regrouper des personnalités selon leur propos.

Quel point commun aurait Mike Tyson, Adolf Hitler et Maître Yoda ? Mike Tyson nous parle d'un combat de boxe et je témoigne que la boxe n'a pas grand chose à voir avec le design. Adolf Hiler parle lui de peinture et de stérilisation. Quant à Yoda, il nous sort un aphorisme dont lui seul a le secret. Au milieu de ça, on trouve néanmoins des propos m'apparaissant comme pertinents, et parfois par des personnes toutes aussi surprenantes (Michelle Obama par exemple).

J'avais soumis une citation d'un ami designer qui m'a expliqué un jour à juste titre, et avec une pointe d'ironie, que le design était parfois de la matière fécale emballée dans du papier cadeau. J'ai dit à juste titre puisque le design est trop souvent considéré encore de nos jours comme du maquillage où le designer arrive en fin de projet pour habiller l'ensemble de manière purement cosmétique. Malheureusement ma proposition n'a pas été retenue.

Il est vrai que mon ami n'est pas connu, car voilà le fait principal que j'ai retenu de cette initiative: selon Chris Coyier, pour parler du design il faut être célèbre.

Cet article a été publié le 17 mars 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS, Web et média du design.

--

Commentaires

maupado dit:

le 17 mars 2010 à 12 h 14 min

Assez d'accord avec l'idée que le vocable anglais est trop large, trop fourre-tout, surtout pour des froggies habitués à empapilloter tout ce qui traîne et à couper le reste en douze.

On est tenté de faire court quand même, et dire que design, c'est dessein plus dessin. Ou encore, plus sibyllin: le design? une attitude.

Quant à la matière fécale, j'ai cru lire chez C. Gault que ça avait donné lieu à une mini polémique...

slasha dit:

le 17 mars 2010 à 14 h 43 min

le design c'est pas un métier, c'est une vie...

Ornithorynque dit:

le 25 mars 2010 à 21 h 30 min

Maimonide disait à propos de Dieu dans le guide des égarés que l'on ne peut le définir que par ce qu'il n'est pas.

Un designer aussi me direz vous ...

En dehors de toute question religieuse ne nous égarons pas !

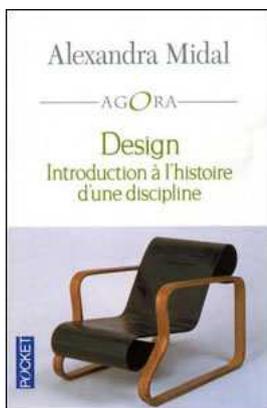
Prof Z dit:

le 7 avril 2010 à 9 h 59 min

Dans le chaos des blogs de design, de déco et de lifestyle, c'est finalement la récurrence et l'obsédante répétition des projets qui conduisent à l'évanouissement des designers sous « X ».....et qui fait qu'une star du X, qu'un rappeur célèbre, qu'un jeune premier au box office deviendront des designers connus en 2010, le temps d'un buzz. Et après. L'attaché de presse, l'éditeur de meuble face à la crise, l'éditeur de mag face aux blogs, le journaliste en mal de sujet, le collectionneur de bric à brac, l'agent, l'argent, et des stagiaires designers sous payés feront le reste ...

Design, encore toute une histoire?

Par Tony Côme.



Les années 2000 ont été marquées par de nombreuses publications concernant le système disciplinaire et les découpages problématiques qu'il implique. L'anthropologie, la sociologie mais aussi l'architecture et l'histoire de l'art se sont successivement demandées en quoi elles pouvaient être considérées comme des champs disciplinaires à part entière. Dans quelle mesure, en se situant si souvent à la croisée de pratiques si diverses, elles pouvaient encore avoir le statut de disciplines autonomes? Grâce au récent travail d'Alexandra Midal, le design n'échappe pas à cette remise en question générale. Cette recherche fournit-elle pour autant de vrais éléments de réponse?

Publié à la fin de l'année 2009, Design, Introduction à l'histoire d'une discipline ne se présente pas, a priori, sous la forme d'une énième histoire du design. Malgré ce que laissent craindre les premières pages de l'ouvrage, cette « histoire simple, courte et accessible du design », cette « histoire en format poche, facile et agréable à lire » se veut inédite. Ce ne sera pas du Raymond Guidot ni du Danielle Quarante, nous annonce l'auteur qui juge que ces théoriciens concentrent trop leur étude sur « la technique et l'innovation dans la création des objets industriels ». Si ce postulat est d'ores et déjà contestable, on remarquera également qu'Anne Bony est ici esquivée alors qu'elle a, pour sa part, déjà beaucoup œuvré dans le domaine de la vulgarisation, dans le domaine du design agréable à lire. Mais, passons sur ce détail...

La publication d'Alexandra Midal est véritablement inédite dans la mesure où elle propose une histoire du design sans image et, quelque part, sans objet (position tellement difficile à tenir qu'on aura tout de même plaqué en couverture la photographie, bien convenue, d'un fauteuil d'Alvar Aalto). Si

la démarche est difficile à assumer, tant le design est communément et historiquement associé à la production intensive d'artefacts, elle reste toutefois intéressante, enthousiasmante. Aussi théorique soit elle, on a envie de tenter l'aventure. En prenant le parti de « taire l'importance des échanges entre d'un côté, le design et les arts plastiques, le dialogue entre les avant-gardes et le design [...], de l'autre, le design et l'architecture », Alexandra Midal prétend pouvoir revenir aux sources d'une discipline singulière. Son histoire, « politique » comme elle le répète à plusieurs reprises, tend à retrouver les bases d'une pratique « autoréférencielle et autonome ».

Dès lors, son approche convoque des références qui, effectivement, n'ont pas souvent été utilisées pour expliquer l'émergence de cette branche des arts appliqués. Le texte s'ouvre par exemple sur les figures de Catharine Beecher et de Christine Frederick qui, à la fin du XIXe siècle, ont tenté de transposer, au sein de la sphère domestique, les principes du taylorisme nés dans le monde ouvrier. Celles-ci proposent, assez tôt dans l'histoire, d'apporter l'eau courante dans les cuisines, et, d'une manière plus générale, d'automatiser l'ensemble de la maison afin d'émanciper la femme qui y siège. Elles contribueraient ainsi à « faire aboutir la démocratie », ce qui, aux yeux d'Alexandra Midal, s'affirme très vite comme la visée première du design.

Dans cette quête particulière, l'auteur revient également sur des détails que l'on pourrait avoir oubliés ou n'avoir même jamais rencontrés. Elle rappelle notamment que le premier usage du terme « design » est attribué à Sir Henri Cole et remonterait à l'année 1849 – Henri Cole, éminence grise du Prince Albert et coorganisateur de la première Exposition Universelle, étant lui aussi une de ces figures négligées par la plupart des histoires du design, un de ces personnages qui, au côté d'un certain docteur Cazalis, rédacteur de plusieurs traités d'aménagement intérieur, au côté du critique John Gloag qui met en avant le concept de « good design » ou encore d'Edgar Kaufmann Jr., conservateur au MoMA, recouvrent dans cet ouvrage une vraie prééminence.

Dans son exploration du système disciplinaire, Alexandra Midal revient sur d'importantes questions de terminologie. Elle constate qu'à partir de la fin des années 1960, ont lieu de plus en plus de « querelles sémantiques concernant l'appellation de l'activité du designer » et que « loin d'être un détail, la recherche du nom adéquat accompagne la montée en puissance de l'autonomie du design ». Ainsi, alors que les Allemands adoptent le terme de Gestaltung, les Italiens celui

de Progettazione, les Français hésitent encore entre l'expression « esthétique industrielle » avancée par Jacques Viénot et le « tout design » anglo-saxon.

Il y a bien crise, crise des pratiques traditionnelles corrélée à une crise générale du langage. Sur ce point, l'analyse d'Alexandra Midal est particulièrement intéressante. Après un cheminement plutôt sinueux, après un parcours saccadé qui, en un tournemain, nous fait passer par exemple de la question du retour à l'artisanat chez William Morris à celle du streamline chez Raymond Loewy, l'ouvrage se clôt sur de vraies questions disciplinaires. Deux mots au goût du jour, interdisciplinarité et transdisciplinarité, sont ainsi questionnés en profondeur.

Toutefois, on remarquera que la question de l'enseignement du design (et des institutions associées) est complètement négligée dans cet ouvrage. Une discipline est tant une découpe, une organisation des savoirs et des pratiques, qu'une structure pédagogique, un système de transmission. À ce titre, il aurait été intéressant de trouver analysé, dans ce déroulé historique, un certain nombre d'écoles. Les organisations disciplinaires de structures aussi fondamentales que le Bauhaus ou l'école d'Ulm auraient mérité d'être détaillées.

Certes, il faut reconnaître que nous n'avons affaire ici qu'à une « introduction ». Dans les dernières pages, Alexandra Midal explique en effet que « cet ouvrage peut paraître incomplet eu égard à la richesse du design et à ses histoires nationales », et qu'elle a simplement tenté de « synthétiser et de préciser les enjeux et les idées essentielles trop souvent

négligées, et non de peindre l'ensemble du panorama ou de dresser l'inventaire exhaustif de toute la production du design ». Cela n'excuse pas tout pour autant. Force nous est de constater en effet que les sources étudiées ne sont malheureusement pas toujours de première main, que les citations sont parfois si longues que l'on ne sait plus vraiment qui l'on est en train de lire et que, cela ne facilite pas non plus la lecture, le texte présente un bon nombre d'incorrections.

Design, introduction à l'histoire d'une discipline est une histoire du design qui tient dans une poche, c'est déjà ça. Emportons-la donc avec nous le temps d'une virée en métro et lisons-la vite, aussi vite qu'elle a été écrite.

Ancien élève du département Design global de l'École Normale Supérieure de Cachan, Tony Côme est agrégé d'Arts Appliqués. Actuellement engagé dans un travail de recherche autour de la transdisciplinarité en Arts Appliqués, il est également l'auteur d'un travail de maîtrise en Histoire de l'Art intitulé Claes Oldenburg, sculpteur de villes – Les considérations architecturales d'un artiste Pop. Par ailleurs, il développe une pratique plastique personnelle. En tant qu'illustrateur, il a collaboré à plusieurs revues littéraires (Immédiatement, La Sœur de l'Ange, La Presse Littéraire...) et prépare actuellement la publication d'un livre d'artiste. Depuis avril 2008, il est critique au portail des livres et des idées, nonfiction.fr.

Cet article a été publié le 13 mai 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS, Critique d'ouvrage.



Che Fare

A l'occasion de l'exposition « Che fare » (Que faire), organisée en janvier 2010 dans les murs de la galerie Alain Gutharck, mettant en avant les réflexions croisées des designers Enzo Mari et Gabriele Pezzini, vous trouverez ci-dessous deux excellents textes des ces deux auteurs, que nous avons été autorisés à reproduire. Un regard critique, éclairé et lucide sur l'état du design contemporain, à découvrir absolument.

—

Cette petite exposition est née du désir de confronter le travail de deux « autori » qui se sont formés à des époques très différentes et s'accordent cependant sur bien des aspects de leur pratique du design.

A son origine, le design a été pensé et réalisé par une dizaine d'auteurs (architectes, artistes, industriels) dans les années 1930 en Allemagne, et à peu près autant en Italie dans les années 1950. Tous étaient imprégnés de l'utopie socialiste et de la culture humaniste, tout comme le public qui comprenait et appréciait leurs œuvres. Ensemble, ils formaient une petite avant-garde qui, horrifiée par l'art pompier*, poursuivait l'utopie du travail comme transformation de l'homme.

Ainsi, tout design entendait être porteur de l'idée de standard (du français étendard) comme allégorie des valeurs d'une société qui restait à transformer. Et l'on pensait naïvement que l'honnête intelligence d'un produit pouvait avoir une influence positive sur les besoins, donc sur le marché. Cette

ligne utopiste était en harmonie avec le climat de reconstruction, matérielle et idéologique, de l'après-guerre qui touchait tous les Européens. Dès la moitié des années 1960 pourtant commençaient à apparaître les signes d'une société corrompue par la faiblesse de la pensée et rendue obtuse par l'« exploitation globale » du règne de la marchandise. Dans les années 1970, cette poétique devient incompréhensible.

Tous ceux qui aujourd'hui encore sont proches de l'essence du design sont conscients de la dégradation inexorable de ce qui est produit. Toutefois aucune critique objective n'émerge, même dans les univers non directement marchands comme les musées, les essais critiques, les expositions ambitieuses.

La cause en est à la fois la prolifération excessive d'un maniérisme radical ou traditionnel, pollué par des prescriptions individuelles inconscientes, ou par le cynisme. On continue à produire des objets et nommer cela « design », quand on devrait parler plutôt d'« art pompier » ou, plus généreusement, d'« art décoratif ». Les objets produits n'ont pas besoin d'être, mais seulement de paraître correspondre à l'infinité des besoins induits, comme l'impose le règne de la marchandise.

Le design implique la présence de trois entités : l'auteur, l'industriel, le public. Mais où sont-ils aujourd'hui, Mart Stam et Achille Castiglioni ? Où sont Adriano Olivetti et Bruno Danese ? Et les gens ? Pour la plupart, ils regardent les émissions de télé-réalité.

On peut me reprocher de parler de choses évidentes, déjà décrites par d'autres, et même mieux. Me dire que je devrais me contenter de faire mon travail de designer.... mais c'est presque impossible aujourd'hui, si je me refuse à produire de l'« art pompier ». Disons que pour chaque type d'objet (chaise, lampe ou autre), je connais à peu près un million de « designs » qui ont déjà été faits. Chacun de ces « designs » devait être, ou devait paraître, différent. Ce qui a impliqué des approches de projet différentes (« chic », « radicale », « contestataire », pour l'intérieur, pour l'extérieur, pour le bureau, pour la maison, économique ou de luxe, etc.).

Chacune de ces approches a été réalisée suivant différentes technologies : fer, plastique de type A, B, C, D, E, F, etc., bois, stratifié, bambou, etc., par forgeage, emboutissage, moulage, etc., aluminium, carbone titane, etc.... Je m'arrête là. Chacun de ces choix n'a été opéré que pour obtenir une apparence différente.... Cette obsession explique, sans rhétorique aucune autour des poétiques, le pourquoi de l'art pompier ou art décoratif. Certains de ces produits semblent à peu près décents, mais ils ne sont que la répétition maniériste de projets préexistants...

On me demande souvent de faire un nouveau projet. Mais pour qu'il soit nouveau, comment puis-je le faire ? Pour chaque approche et par rapport à chaque technique, je connais des milliers d'objets préexistants. C'est impossible ! Chaque fois qu'on me demande de faire un projet nouveau, je réponds que j'accepte à condition de ne pas être rétribué par un improbable droit d'auteur de 10% sur le prix de vente au public (en Italie) mais payé tant de l'heure, comme n'importe quel technicien ou consultant. J'ai toujours essuyé un refus. J'ai proposé plusieurs fois de consacrer 10% de la somme qu'une entreprise investit chaque année dans ses propres et absurdes expérimentations, pour financer un projet stratégique qui implique un temps de réalisation décent et non pas limité à quelques semaines. Cela m'a toujours été refusé. J'ai proposé plusieurs fois.... Je m'arrête là. Autrement dit, on fait appel à moi pour mes compétences, mais je ne peux travailler que si je renonce à ces compétences...

Un tel vide ne concerne-t-il que ma personne ? Que font les millions d'autres « designers », des jeunes, pour la plupart, que les écoles ont diplômés (et elles ne cessent de continuer à le faire) selon les mêmes modalités industrielles de production de marchandises ? Tous, même confusément, pensaient choisir un travail non aliéné, mais la majeure partie d'entre eux ne trouve aucun emploi.... Certains pensent que l'« art pompier » est l'avant-garde d'une nouvelle culture.... D'autres, au contraire, rêvent d'une transformation possible, en travaillant sur une simplicité essentielle, mais tout a déjà été « progettare » et les amateurs de télé-réalité n'aiment pas la simplicité.

Gabriele Pezzini est imprégné lui aussi de l'idée du « standard » (une idée qui n'est plus à la mode aujourd'hui) et il est déterminé à travailler dans cette direction. Dans les conversations que nous avons, nous nous accordons sur le fait qu'un produit naît du dialogue entre un « designer » et un industriel. Le « designer » est responsable de la forme, et la qualité de celle-ci émerge toujours à partir d'un projet global, ce qui, particulièrement aujourd'hui, correspond à l'Utopie....

L'industriel est responsable non seulement des aspects économiques de la réalisation d'un produit, mais aussi de la façon de l'imposer dans un marché où la compétition est féroce. Un bon produit peut être réalisé quand un industriel, concrètement et efficacement, reprend à son compte 20% d'Utopie. Gabriele Pezzini le sait aussi, c'est très rarement le cas.... Mais nous sommes arrivés à un tel point de dégradation qu'un changement, au moins comportemental, pourrait sembler possible.

* En français dans le texte

Enzo Mari, août 2009

—

Enzo Mari enseignait la conception de projets durant les années où je fréquentais l'ISIA de Florence, mais il n'était pas mon professeur, et c'est seulement en cachette, en faisant l'impasse sur d'autres cours, que j'ai réussi à suivre quelques-unes de ses leçons. Nous avons fait personnellement connaissance en 2006, comme membres d'un même jury dans un concours de jeunes designers, et face au néant que nous constatons, nous nous posons le même problème : que faire ? Nous nous sommes quittés avec la promesse d'essayer de faire quelque chose.

Ce qui nous a rapprochés, c'est sans doute la détermination pour défendre coûte que coûte les principes qui nous animent. La radicalité de la conception du projet nous est commune, mais elle se structure dans nos deux cas sur des bases profondément différentes. Enzo Mari, auquel bien peu peuvent être comparés, est celui qui a défini exactement le périmètre de ce que nous appelons aujourd'hui le design. Un terme abusivement employé de nos jours et qui sert à justifier les maniérismes de toutes sortes. Dès le début, il a été un autodidacte cohérent et radical dans sa vision. Et moi, un designer de la nouvelle génération, celle qui a la malchance comme dit Enzo Mari « d'avoir fait une école de design ». A ma façon, je me suis formé de manière autonome, hors du cursus universitaire, en essayant de comprendre comment un projet était juste à travers les expériences les plus diverses, une position qui m'a poussé à devenir radical par défaut.

Dans cette petite exposition, le parallèle va au-delà des produits exposés qui, certes nous représentent, mais sont prétexte à comparer deux générations qui partagent la même vision et qui aujourd'hui se retrouvent pour débattre d'une même problématique. Le titre de l'exposition, Que faire, pose clairement une question, mais c'est une question sans point d'interrogation. Parce que nous savons peut-être déjà qu'il n'y a pas de réponse. L'incertitude totale sur le devenir du projet et sur la dérive de la société, sur le futur de nombreux jeunes gens qui aujourd'hui se mesurent à cette profession/passion, est désormais une évidence qui ne peut plus être cachée.

Gabriele Pezzini, septembre 2009

Cet article a été publié le 8 janvier 2010 à 2 h 26 min dans la catégorie ACTUS, ANALYSES ET REGARDS, Expos, salons, musées.



REsign



Maximiliano Romero © REsign

Partant du constat que le nombre de designers et de projets augmente de façon exponentielle*, que nous sommes proches d'une forme de saturation visuelle et consummatrice, que la recherche de « nouveauté » n'est souvent au mieux qu'un leurre ou un prétexte, la structure Italienne REsign (« RE-use of signs ») se propose de replacer le design au centre d'un dispositif visant à réutiliser des objets issus de la production industrielle, et destinés pour diverses raisons au rebus.

REsign intervient sur plusieurs niveaux: la conception et la production des produits en eux-mêmes, mais aussi la communication et la pédagogie autour de cette démarche, en organisant des conférences ou des workshops, en intervenant dans des écoles, des associations...

Un site Internet, www.resign.it, présente les objets issus de cette réflexion et conçus par différents designers, et les propose à la vente.

Pour en savoir plus sur cette démarche, un texte complet est accessible sur le site www.resign.it.

*Selon REsign, en 2007, un nouveau projet a été conçu toutes les 3 minutes et demie (source: resign.it).

Cet article a été publié le 23 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Economie, business, Mobilier, Petits objets et accessoires, Web et média du design.

Quelques exemples:



Di corte © REsign



RISPETTO TOTALE © REsign



Nine Inch Nails II © REsign



Table, please don't sit © REsign



Colabrodo II © R&S Design



AIDS © R&S Design

In Progress?

Par Alexandre Cocco.

En accueillant, jusqu'au 12 septembre prochain, l'exposition In Progress, le musée du Grand-Hornu Images se propose d'interroger, au travers d'une sélection d'une dizaine de projets de designers ou de collectifs européens, le dialogue que le design entretient avec la notion de progrès.

Partant du constat que le design ne peut plus être uniquement considéré – comme il l'a été à une certaine époque – dans sa propension à améliorer le cadre de vie et à apporter des réponses formelles à des problèmes usuels, l'exposition nous invite à nous demander « à quelle forme de progrès les designers peuvent faire référence maintenant », et de quels outils ils disposent pour interroger ou faire évoluer leur pratique.

Car la discipline, en participant à la surconsommation qu'elle dénonce parfois, en se diluant d'autres fois dans des errements formels que certains lui reprochent, ne peut en effet aujourd'hui faire l'économie d'un questionnement sur ses pratiques et sa finalité.

Voilà pour le postulat de départ.

Pour y répondre, les travaux des designers retenus par Jeanne Quéheillard, Nestor Perkal et Laurence Salmon, les initiateurs de l'exposition, se déploient dans plusieurs directions.

Le collectif Delo Lindo présente une série d'objets à la fois industriels et artisanaux, utilisant des matières naturelles et aléatoires, et que l'on a envie de réparer lorsqu'ils sont abîmés.



Post par Delo Lindo. Photo Michel De Cubber © Grand-Hornu Images.

Wieki Somers propose des objets « mémoriaux » fabriqués avec les cendres de personnes défuntées, conférant une dimension symbolique forte à des objets courants.



Consume or conserve par Wieki Somers. Photo Michel De Cubber © Grand-Hornu Images

Ana Mir et Emili Padros imaginent un module de stockage urbain – mi-poubelle mi-brocante – destiné à rendre disponibles les objets que nous n'utilisons plus mais qui fonctionnent encore.



My Treasured Trash par Ana Mir et Emili Padros. Photo © Emiliana design studio

Sébastien Bergne soulève, à sa manière, la question de l'économie de matière en imaginant des poids de volumes identiques mais de masses différentes.



More or Less par Sebastian Bergne. Photo Michel De Cubber © Grand-Hornu Images

Le collectif Big-Game interroge, quant à lui, l'évolution formelle de la voiture, partant du principe qu'une typologie est porteuse de sens et qu'elle révèle les préoccupations qui, selon les époques, y sont attachées.



Shape par Big-Game. Photo Michel De Cubber © Grand-Hornu Images

Etc. (d'autres travaux de Matali Crasset, d'Etienne Mineur, de Satyendra Pakhalé ou de l'artiste Pierre Leguillon sont également exposés).

On pourra reprocher, à tort, à ces réponses de n'être que partielles, et de ne pas proposer d'approche plus globale de la question posée. Ce serait oublier que par essence, le design est la discipline des micro-interventions et de la petite échelle, et que son degré de pertinence ne se mesure pas à l'ampleur des projets sur lesquels il s'applique.

Ce serait oublier, aussi, que les visions dogmatiques ont fait leur temps, et qu'il est fort probable que ce soit dans l'addition de bonnes pratiques ou de bonnes idées que se trouvent aujourd'hui une des solutions possibles.

Les projets présentés, sans prétendre être exhaustifs, montrent ainsi avec quels types d'approches le design est capable d'intégrer ce questionnement face au progrès, et de quelles manières les designers peuvent agir en se demandant quoi et comment produire.

Il leur reste maintenant, et la tâche n'est pas mince, à essayer de généraliser ces pratiques, à leur imaginer une viabilité économique, à trouver les circuits de production/distribution/consommation qui pourraient les accueillir, et à convaincre les industriels de s'y inscrire et de s'engager dans d'autres process commerciaux.

Car tant que ces derniers élaboreront leur modèle sur le renouvellement des objets plutôt que sur leur réparation (Delo Lindo) ou leur récupération (Ana Mir et Emili Padros), tant qu'ils ne se questionneront pas sur la quantité de matière minimale permettant de répondre à une fonction donnée (Sébastien Bergne) ou sur l'intérêt d'apporter des évolutions typologiques plutôt que réellement fonctionnelles (Big Game)... les initiatives des designers seuls – si intéressantes soient-elles – ne suffiront pas.

Pour aller plus loin: un catalogue, rassemblant les projets présentés mais aussi des textes du philosophe Pascal Chabot et du designer théoricien Andrea Branzi, ainsi que les interventions retranscrites de différents experts invités, est publié aux éditions Monografik.

Cet article est paru, dans une version légèrement différente, dans le magazine d'A n°192.

Cet article a été publié le 18 juin 2010 à 2 h 00 min dans la catégorie ACTUS, Développement durable, Expos, salons, musées.



Et le design redeviendra poussière

Par Elodie Palasse.



Bloomsbury project © Kaja Solgaard

La designer norvégienne Kaja Solgaard est une tueuse qui nous veut du bien. Tout commence avec le massacre d'une inoffensive commode sauteuse de style Louis XV. On reconnaît immédiatement son ennuyeuse silhouette au tablier bedonnant, ornée de cuivres maniéristes, ses hautes pattes chichiteuses, sa façade ventrue flanquée de tiroirs dont la manipulation s'accompagne souvent d'une légère odeur de naphthaline.

Notre victime est la soeur de celle qui trône ou traîne dans votre chambre, votre salon, comme un cheveu sur la soupe, depuis que vous en avez hérité. Valeur sentimentale et valeur commerciale sont autant d'arguments mis en avant pour assurer la sauvegarde du meuble, en dépit du caractère « hors contexte » de sa présence.

Intervient alors Kaja Kristine Solgaard Dahl de son vrai nom, géniale criminelle: voilà la commode de style brutalement réduite en copeaux, ensuite compressés pour modeler la silhouette tout aussi familière de la petite table la plus vendue de l'histoire d'Ikea.



Bloomsbury project © Kaja Solgaard

« Quelque chose qui fut jadis exclusif et original a été transformé en l'un des meubles les plus abordables, massivement produits et plus vendus de notre siècle. Cette table, vous la retrouvez dans toutes les maisons. A travers notre processus de transformation, nous avons adapté un objet passé de mode, qui a perdu son sens, en un meuble qui répond à nos styles de vie et intérieur contemporains. »

Qu'importent le résultat peu esthétique et l'illustration peu vendeuse, car la question soulevée est essentielle : celle de la valeur intrinsèque de l'objet, sous-tendue des sempiternelles notions de patrimoine, d'héritage, et de marché.

Kaja Solgaard (en collaboration avec Eddi Törnberg, déjà remarqué avec son amusant projet de chaise-étagère) a appuyé ses recherches sur une base célèbre : celles de l'étonnant groupe de Bloomsbury. Le groupe d'artistes, réunis sous la houlette de l'écrivain Virginia Woolf, dont les peintres Duncan Grant et Vanessa Bell (soeur de Woolf), les auteurs E. M. Forster (Maurice, Chambre avec vue, La route des Indes) ou Vita Sackville-West, fut actif du début du 20e siècle jusqu'à la veille de la Seconde Guerre mondiale. Créée à leur initiative en 1917, la maison d'édition Hogarth Press comptait parmi ses auteurs Gertrude Stein, John Meynard Keynes ou Katherine Mansfield.

Cependant, derrière la folie douce d'un mouvement pas si éphémère qu'Alberto Moravia le prédisait en 1930 (l'auteur avait "infiltré" le mouvement, pour les besoins d'un reportage), c'est un des fondamentaux du groupe, régulièrement oublié depuis, qui a fasciné Solgaard et Törnberg: le manque de respect vis-à-vis de la supposée valeur des objets et la préciosité de l'héritage patrimonial.

« Notre point de départ, c'est la façon que le groupe de Bloomsbury avait de modifier les objets », faisant effrontément fi de la valeur de l'objet, comme pour les fameux Omega workshops, « quand ils peignaient une cheminée de marbre ou par-dessus un tableau. »

« Nous avons voulu explorer la relation qu'entretenaient les membres du groupe de Bloomsbury avec les objets, dans leur environnement, leur façon de les élever au niveau supérieur, à l'étape suivante, sans aucun souci de respect. »

Le projet des deux designers est à considérer comme une invitation ouverte à la réflexion autour de la valeur de l'objet et de la question de l'héritage : comme on hérite un bien de générations précédentes, le design actuel a hérité de savoir-faire qui étaient eux-mêmes le résultat d'explorations, de tentatives, de choix. Si l'illustration physique du projet de Solgaard et Törnberg n'est pas forcément séduisante, au sens commercial du terme, elle a le mérite d'être accrocheuse, et l'intrigue bien menée.

Source : beckmans.se.

Cet article a été publié le 14 avril 2010 à 1 h 00 min dans la catégorie ANALYSES ET REGARDS.

Lancée en mai 2008 avec l'ambition de devenir un lieu d'observation et d'analyse du design contemporain, *La Revue du Design* a depuis publié plus de cinq cent articles, accueilli plusieurs dizaines de milliers de visites* et plus de cinq mille commentaires de lecteurs.

Profitant de la souplesse et de la réactivité du web 2.0 nous avons pu, souvent, être au plus près de l'actualité: chroniquant une exposition le jour de sa sortie, relayant une nouvelle dès sa réception. Mais cette "rapidité" nous a aussi semblé, parfois, à double tranchant, substituant l'accumulation indifférenciée d'informations à la production de sens.

C'est pourquoi nous avons décidé d'éditer, deux fois par an (pour l'instant !), un Hors Série téléchargeable dans lequel nous regroupons une sélection d'articles, analyses et nouveautés présentés au cours des derniers mois: une autre manière d'opérer des rapprochements, de tisser des liens et surtout de donner corps à cette masse d'informations.

Vous trouverez donc, dans ce numéro hors série n°4, une soixantaine de textes ayant été publiés sur le site www.larevuedudesign.com entre janvier et juin 2010, regroupés par thématiques ou proximités de sujets, de regards, d'approches.

Nous espérons que vous en apprécierez la lecture, et restons ouverts à vos commentaires, suggestions ou réactions.

Alexandre Cocco
Fondateur de La Revue du Design

* en moyenne, trois fois plus de visites en 2010 qu'en 2009.