

RdD # 10

Déc.2011-Jan.2012

Le mensuel de
La Revue du Design

Edito (laconique)

Ce numéro double – décembre / janvier – va nous permettre de marquer en douceur la transition entre 2011 et 2012.

Vous y retrouverez, entre autres, un échange que nous avons eu avec le designer Jean Couvreur, une intéressante interview de Nicolas Minvielle et Cécile Cam au sujet de leur ouvrage sur l'intégration du design en entreprise, ou encore une plongée in vivo dans les coulisses de Boisbuchet avec la designer Marion Chatel-Chaix. Il sera également question de la belle exposition de Martin Szekely à Beaubourg, de maisons intelligentes, de postmodernisme, ou encore de pots de fleur, de faux-plafonds, de serres urbaines ou d'un jeu de croquet d'intérieur... Entre autres.

Nous espérons que vous apprécierez la lecture de ce (déjà) dixième numéro, et nous vous souhaitons de très bonnes fêtes.

A bientôt,

Alexandre Cocco
redac@larevuedudesign.com

Sommaire

A la une	4
Interview: Jean Couvreur	5
Design en entreprises: les pratiques de gestion du design	9
« Ne plus dessiner »	11
L'objet en question(s): le bureau Natsko par Lisa Lejeune	13
Projets et actualités design	16
Colibri	17
My storage	18
Serres Urbaines	19
Ginga	20
Screen-Pot	21
Mantis	22
Balance	23
Gates	24
Tectonique 5.5	25
Hyphens	27
Frame	28
Hors/Série	29
Eric Jourdan à la Granville Gallery	31
Ring et Loop	32
Bulled	33
Blue D1653	34
YuYu	35
Self-Structure	36
La part du texte	37
Esthétique industrielle:	38
l'économique et le social	
Pour vivre heureux, restons couchés	40
« Postmodernism » au Victoria and Albert Museum	43
Domotique vs Microbial Home:	45
la maison intelligente en question	
Marc Brétilot, Marion Chatel-Chaix: en coulisses à Boisbuchet	49
A voir, lire ou écouter	52
Design à voir	53
Design à lire ou écouter	54
Brèves	55
Nous en parlions il y a un an	
Les offres d'emploi	57

En couverture:

Système constructif se modulant en podium, stèles, tables et stand pour les expositions APCI à l'étranger.
Design Jean Couvreur avec Claire-Emmanuelle Hue.
Photo Bertrand Bozon

A la une

Interview: Jean Couvreur



Nous sommes heureux de vous présenter aujourd'hui le travail de Jean Couvreur, un designer diplômé de l'Ensci en 2006 et intervenant aujourd'hui dans les domaines du design d'objet et du design d'espace.

Pouvez-vous nous dire quelques mots sur votre formation et votre parcours professionnel?

Après avoir obtenu un BTS Création Industrielle, j'ai intégré l'ENSCI les ateliers dont j'ai été diplômé en 2006. J'ai ensuite commencé à travailler pour le scénographe Pascal Payeur sur plusieurs expositions, puis rapidement à mon compte ou en collaboration, principalement sur de l'aménagement d'espace. En 2010, je suis parti quatre mois en résidence à Nontron dans le Périgord travailler avec des artisans métiers d'art de la région. J'y ai développé des projets collaboratifs valorisant la matière et les savoir-faire, un thème que je poursuis dans mes projets actuels. Enfin jusqu'à la fin de cette année, je suis résident aux Ateliers de Paris.

Sur quel(s) sujet(s) travaillez-vous en ce moment?

Je prépare quelques pièces (luminaire et centre de table) pour la Galerie IndexOfDesign qui seront présentées à Chic Art Fair fin Octobre. Je dessine également un couteau Nontron (groupe Forge de Laguiole). C'est un sujet passionnant auquel j'attache un caractère assez personnel. Et puis je présenterais un mobilier pliable dans le cadre des appels à projets du VIA à la rentrée 2012.

Combien de personnes compte votre agence?

Je travaille seul en ce moment. J'essaie de développer des projets plus personnels, cela me permet aussi de m'investir dans les collaborations.

Quelle est votre méthode de travail habituelle?

Je ne suis pas sûr de pouvoir décrire une méthode habituelle. Les contextes et enjeux m'ont toujours apparus très différents. D'autant plus que j'essaie d'apporter une méthodologie de travail spécifique à chaque projet. Ma méthode serait plutôt d'essayer d'anticiper et d'évaluer les besoins que vont nécessiter chaque nouvelle démarche pour arriver au produit pertinent en respectant les objectifs fixés. Mais pour moi cette approche est très importante parce que le processus de fabrication et de maturation du projet va guider ma réflexion.

Par exemple, la cuisson des enceintes Gama dure 10 jours et il n'y a que 3 cuissons par an. Sachant qu'il y a un nombre important de perte, il était nécessaire pour moi de travailler sur place, au plus proche des contraintes.

J'essaie aussi d'acquérir un maximum de savoir pratique sur la matière que je manipule.

Fréquentez-vous les blogs et sites Internet consacrés au design, et si oui lesquels?

Oui régulièrement dezeen, dailytonic, la revue du design... mais aussi des sites plus généralistes comme todayandtomorrow, bumbubum, butdoesitfloat... Et puis aussi des blogs et sites très différents, d'infos, des blogs scientifiques ou encore «How it's made» sur youtube.

Y a-t-il un ou plusieurs designers, ou créateurs, qui vous inspirent au quotidien?

J'aime le travail de nombreux designers mais ce n'est pas ma source première d'inspiration. Je crois que la confrontation d'univers différents permet de se libérer des choses attendues. Au quotidien, je vais plutôt regarder dans des domaines annexes au design. J'aime l'art de l'ingénieur, la technique de l'artisan et ses outils, traîner dans les magasins de bricolage ou de gros œuvre. J'essaie de repérer la part d'extraordinaire de ces objets et matières du quotidien. Quand même pour jouer le jeu des noms, je citerais Buckminster Fuller et Calder.

S'il y avait une chose à changer dans le design?

Je regrette qu'il y ait trop peu de culture du design en France. Faire appel à un designer est trop

souvent un argument marketing, et les entreprises restent frileuses à s'octroyer leurs services. De manière générale, la considération du design n'est pas vraiment intégrée dans nos habitudes de consommation. La France consomme d'ailleurs très peu ce qu'elle produit. Ce n'est pas le cas pour bon nombre de nos pays voisins.

Quelle est la commande que vous aimeriez vous voire confier?

A Nontron, j'ai travaillé avec des artisans métiers d'art, en essayant

de mettre en avant leur savoir-faire et leur matière première. Je crois que j'aimerais bien renouveler l'expérience avec une entreprise cette fois-ci. Un travail global, toujours en lien avec cette idée de valorisation d'un patrimoine industriel.

De votre point de vue, le métier de designer est-il enviable aujourd'hui?

Oui, évidemment. C'est un métier qui consiste à établir toutes sortes de connections, entre des idées, des envies, des matières, des consommateurs, des fabricants,

des institutions, des architectes, des menuisiers... C'est un métier extrêmement riche et profondément humain.

Pour finir, un livre, un site Internet, un film, une découverte récente... que vous auriez envie de partager avec nous?

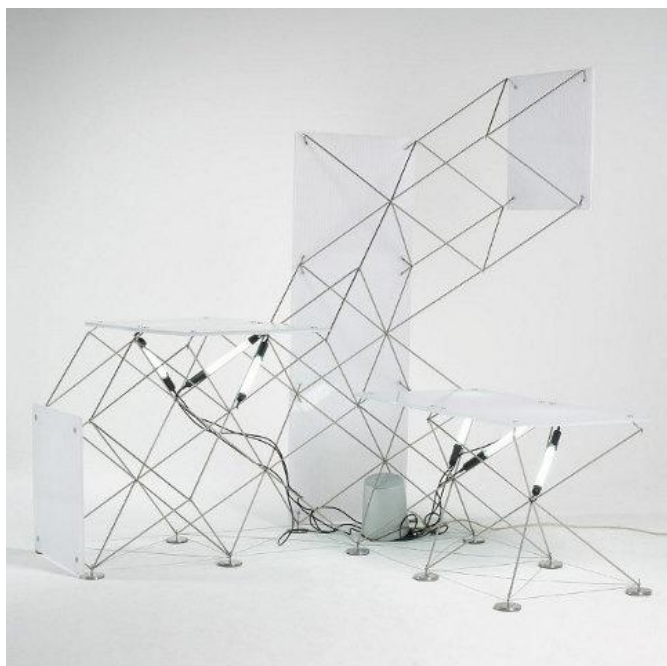
Le Pied de Biche. C'est une librairie galerie, rue de Charonne à Paris où l'on trouve plein de romans et comics américains indépendants.

Quelques projets de Jean Couvreur:



Etagères FREQUENCES. Polystyrène, découpe fil chaud. 2010/ prototype / photo Bernard Dupuy.





Système de Présentation Itinérant pour l'APCI, avec Claire Emmanuelle Hue. 2009/ APCI / photo Bertrand Bozon.



Suspension TRENTE. Mousse de Polyéthylène cousue. 2011/ Prototype/ photo Matthieu Gauchet.



Centre de table OUTLINE. Acier plié, revêtement Nextel. 2011/ édition limitée Galerie IndexOfDesign / photo Matthieu Gauchet.



Enceintes GAMA, avec Tristan Chambaud-Héraud céramiste. Grès, cuisson Anagama. 2011/ Les résidences de l'Art en Dordogne /FRAC / photo Bernard Dupuy.



Lampe PHOTOCHROME, avec Marilia Schetrite, vitrailiste. Verre formé à chaud, hêtre, tube fluo. 2011/ Les résidences de l'Art en Dordogne /FRAC / photo Bernard Dupuy.

Pour en savoir plus: www.jeancouvreur.com.



Lampe GIRAFE, avec Caroline Samuel, maroquinière. Cuir plein fleur, cousu main, Leds. 2011/ Les résidences de l'Art en Dordogne /FRAC / photo Bernard Dupuy.

Design en entreprises: les pratiques de gestion du design



A l'occasion de la sortie (demain) de l'ouvrage Design en entreprises: les pratiques de gestion du design, nous rencontrons aujourd'hui ses deux auteurs, Nicolas Minvielle et Cécile Cam. Ils nous en disent plus sur cette étude qu'ils ont menée sur près d'un an auprès d'une quarantaine de sociétés françaises et internationales, et qui interroge la place et le rôle du design dans l'entreprise.

Pour qui et pourquoi avez-vous rédigé cet ouvrage?

Nous avons globalement constaté qu'il était assez rare que les ouvrages ou articles consacrés au design traitent du design intégré. On y évoque souvent les « stars » de la discipline, les cartes blanches du VIA, le design d'édition... On y parle également assez souvent du travail des agences externes. Mais par contre, on ne trouve que peu d'échos sur la manière dont le design est intégré, considéré ou encore utilisé au sein des entreprises. Nous avons également eu quelques échos sur l'assez mauvaise santé, suite à la crise, de quelques agences de design externe, ce qui nous a amené à nous demander si l'avenir des designers n'était pas beaucoup plus en intégré qu'en externe, ce dont on parle finalement assez peu.

Comment avez-vous mené votre enquête?

Nous avons mené notre étude sur près d'un an. Nous avons contacté 60 entreprises françaises et internationales, dans divers secteurs d'activités car notre idée était de pouvoir bénéficier d'un panorama le plus large possible. Nous avons eu 40 réponses positives, et nous nous sommes à chaque fois entretenus avec les design managers de ces sociétés, souvent par téléphone ou en face à face lorsque nous en avions l'occasion. Les entretiens étaient longs et approfondis (ils duraient en moyenne 1h30), et ont souvent été renouvelés, ce qui nous a permis de recueillir précisément le vécu de ces design managers, leur ressenti. Nous avons le sentiment qu'ils étaient heureux de pouvoir nous le livrer, car ce sont des personnes qui n'ont pas souvent l'occasion d'expliquer leur travail et leur manière d'envisager le rôle du design. Ensuite, dans la mesure où il s'agit

souvent d'entreprises importantes, il nous a fallu opérer d'assez nombreux aller-retour et construire de la confiance: montrer ce que nous allions écrire, et à quel endroit nous allions insérer ces témoignages dans notre ouvrage.

En quelques mots, du point de vue des entreprises que vous avez rencontrées, le design, ça sert à quoi?

Le rôle du design dépend principalement des secteurs industriels. En B2B, il agit plutôt sur les processus de développement: les coûts, la qualité, les délais... En B2C par contre, on attend plutôt de lui des impacts directs sur la croissance, l'évolution du chiffre d'affaires, etc. Cette segmentation remet donc en cause cette idée du designer « polyvalent »: selon les types d'entreprises et les secteurs d'activité où il intervient, il sera affecté à des rôles très précis. Ceci ne traduit pas un manque d'expertise des designers, mais souligne plutôt le fait que leur activité dans l'entreprise est de facto dépendante de leur secteur industriel.

Il y a cependant un point important à remarquer, c'est que dans chacune des entreprises que nous avons contactées, il y avait un design manager, et qu'il s'agissait toujours de postes de haut niveau. Cela remet aussi en question cette vision négative que l'on entend parfois, d'un design qui ne serait pas assez reconnu et intégré en France.

Cependant, dans la mesure où il est souvent au croisement de plusieurs services (technique, marketing, R&D...), le designer doit encore aujourd'hui fréquemment construire sa légitimité vis-à-vis d'eux avant d'entrer dans sa pratique en tant que telle, qui concernera la création, la différenciation, les usages...

Quelles sont les pratiques qui vont ont les plus surprises?

Il y a eu plusieurs petites choses qui nous ont étonnées. La première concerne le rôle de la maquette et du prototype. Dans notre esprit, il s'agissait d'un outil de projet qui intervenait de manière logique après les croquis, les 3D... Mais nous avons constaté qu'il était également très fréquemment utilisé, très tôt dans le projet, pour convaincre la hiérarchie et valider son avancement. Ils servent donc aussi, et parfois principalement, à pousser le projet dans la hiérarchie, et constituent ainsi des éléments de communication et de « vente » interne.

Un autre point qui nous a étonnés: la perception de ce que peuvent éventuellement apporter les « stars » du design dans les entreprises de B2B. Nous avons constaté une véritable forme de rejet, car celles-ci sont parfois perçues comme des créateurs assez éloignés des contraintes industrielles, qui vont appliquer leur « griffe » sans réellement chercher à connaître le marché et les clients de l'entreprise. La dernière chose qui nous a interpellés, c'est le questionnement que chaque société porte sur ce qui constitue son « ADN », et cela en B2B comme en B2C. Celui-ci va concerner la forme, les couleurs... tout ce

qui va constituer l'« identité » de la société. Pour formaliser cet ADN, on va questionner les différents services, les différents niveaux de hiérarchie, et on va créer un document qui rassemble des mots, des images, des couleurs. Celui-ci pourra évidemment être approprié par les différents services, mais il doit servir de référence. L'objectif est que la marque soit reconnue par le client mais aussi en interne, qu'elle ait une identité forte, car cela permet aussi de fédérer les différents services (marketing, design, ingénierie). De ce point de vue, le rôle du designer comme « intégrateur » à la croisée de toutes les fonctions est frappant, et se traduit dans cette fonction de « garant des marques » notamment face aux fonctions marketing.

Même si vous soulignez, en conclusion, que les pratiques du design sont extrêmement diversifiées, n'y aurait-il pas tout de même quelques bonnes pratiques à généraliser?

Effectivement, nous pourrions évoquer trois points principaux.

Le premier, c'est la place du design dans l'organigramme. Au sein des entreprises que nous avons rencontrées, il est souvent intégré au sein du département R&D dans les structures d'ingénierie de B2B, alors que dans les sociétés de B2C il est plutôt placé sous l'autorité du marketing. Selon la culture de l'entreprise, il sera placé plus ou moins haut au sein de ces différents services. On pourrait peut-être regretter qu'il ne soit pas plus souvent en lien direct avec la direction, mais le rôle du designer, c'est aussi de tisser des réseaux et de mettre tout le monde autour de la table: il doit être capable de créer au sein de l'entreprise des liens qui sortent des circuits classiques et permettent de pousser les projets. Partant de là, le travail sur la reconnaissance hiérarchique est important, mais n'aura aucune valeur si les designers ne sont pas en mesure de développer une reconnaissance interne, des réseaux informels et une forte légitimité. Pour conclure ce premier point, le design doit donc être reconnu du point de vue de l'organigramme, mais il est nécessaire pour que cela marche d'avoir un design manager capable de porter les valeurs de la fonction.

Le second point, c'est la matérialisation de l'ADN de la marque, que nous avons déjà évoquée rapidement. Le designer peut aider à la formaliser et à la catalyser. Il sait mettre des mots sur des concepts, verbaliser des idées ou des envies à partir d'images ou de photos, ce que les ingénieurs ou les marketeurs ont parfois plus de mal à faire.

Le dernier point concerne la veille. Il est essentiel, au sein d'une entreprise, de permettre aux designers d'aller sourcer intelligemment, de les inciter à s'ouvrir à autre chose (des observations in vivo chez le client par exemple) pour permettre l'innovation. Ce rôle doit lui être attribué car il dispose d'outils que le marketing ne sait pas réellement utiliser.

Comment voyez-vous évoluer le rôle du design et des designers dans les entreprises dans les années qui viennent?

Au sein des grandes entreprises que nous avons

rencontrées, les mouvements ne vont probablement pas être radicaux. Nous avons cependant le sentiment que ces structures ont de plus en plus conscience du rôle du design. Par exemple, nous avons rencontré le directeur marketing monde d'une société qui réalise 2 milliard d'euros de chiffre d'affaires, et qui nous confiait que selon lui, « le design c'est le moteur de la machine ».

On ne choisit en effet pas une entreprise pour son service comptabilité, pour sa capacité à mener de la R&D, mais bel et bien pour les produits ou les services qu'elle nous propose en tant que consommateur. De plus, on choisit souvent très vite: le design peut donc apporter de l'identité, de la différenciation, et de la qualité perçue.

Ce type d'observation nous amène, encore une fois, à vouloir casser cette idée parfois répandue du « design qui n'est malheureusement pas assez reconnu ». Et il y a d'ailleurs un indicateur très simple et très évident: depuis quelques années maintenant, toutes les écoles de commerce commencent à donner des cours de design, et les rapprochements en cours entre ces écoles et celles de design sont représentatifs de cette forte reconnaissance de la pratique.

Les constats que vous dressez pourraient-ils ou devraient-ils, selon vous, amener à réfléchir différemment la formation (initiale ou continue) des designers?

Selon nous, les designers ne sont pas assez formés à la réalité de l'entreprise. En école de design, il n'y a actuellement quasiment jamais cours de RH, quasiment jamais de cours d'introduction à la finance qui permettraient par exemple de dire quelle est la valeur du design, la rentabilité d'un projet etc. Par ailleurs, les designers gagneraient également à être mieux formés à la gestion de projets au sens large, et pas uniquement sur l'aspect créatif. Ils sont par exemple très peu formés en marketing, alors qu'ils vont souvent être intégrés dans ce type de services. Nous avons d'ailleurs rencontré plusieurs design managers qui souhaitent se former sur ces différents sujets, probablement pour davantage légitimer leur position au sein de l'entreprise, mais aussi pour maîtriser davantage les différents aspects du projet. Ceci se traduit par des design managers reprenant leurs études, faisant des MBA ou des mastères en gestion de projet ou innovation. Faire ce choix lorsque l'on est à ce niveau de décision dans l'entreprise nous semble représentatif de la nécessité d'élargir la formation des designers.

Dernier point: il faut que les designers prennent l'habitude d'expliquer leurs projets et de discuter avec différents types d'interlocuteurs. Les mots ou les arguments du marketing, des services techniques ou R&D ne sont pas nécessairement les mêmes que les leurs. Les designers doivent donc faire l'effort d'apprendre à communiquer avec ces services, afin de davantage légitimer leurs choix, mais aussi comprendre ce qui guide le choix de leurs interlocuteurs...

Design en entreprises: les pratiques de gestion du design, Editions de Boeck, 22,50 euros.

« Ne plus dessiner »



Jusqu'au 2 janvier 2012, le Centre Pompidou présente l'exposition « Ne plus dessiner », dévoilant la production du designer français Marin Szekely durant ces quinze dernières années.

Lorsqu'il décide, en 1996 (plus de dix ans après avoir imaginé sa fameuse et sculpturale chaise longue Pi) de ne plus dessiner, le designer Martin Szekely souhaite en fait s'éloigner de toute forme de « signature » esthétique, et rechercher une nouvelle forme d'évidence dans ses projets.

« « Ne plus dessiner », c'est sans aucun doute signifier un retrait face à l'emballage de la consommation effrénée de biens et de signes mais c'est plus profondément, et en premier lieu, le refus de mettre en avant son moi, sa propre subjectivité; c'est faire le choix de ne plus s'appuyer sur celle-ci en tant que moteur de la création. »

Françoise Guichon, commissaire de l'exposition.

Organisée en deux salles qui se font face, la scénographie de l'exposition, particulièrement réussie, plonge le visiteur dans une ambiance sombre et enveloppante, tout en l'invitant à s'approcher des objets pour mieux les comprendre. Car le travail de Martin Szekely, refusant toute forme de surenchère formelle, s'apprécie dans les détails et dans la durée, après un certain temps d'observation.

Un exemple: lorsqu'il conçoit l'étagère Tino, il procède de manière empirique, en déplaçant et retirant progressivement le nombre de tiges verticales afin de parvenir au nombre juste d'éléments qui permettent d'assurer la stabilité de l'objet. C'est cela, notamment, qui explique que toutes les tiges sont légèrement décalées les unes par rapport aux autres.

En s'affranchissant du dessin, le designer laisse non seulement de côté d'éventuels « tics » formels, mais il met aussi à plat une méthode lui permettant de produire des objets desquels se dégagent toujours une grande simplicité et une certaine forme d'essentialité.

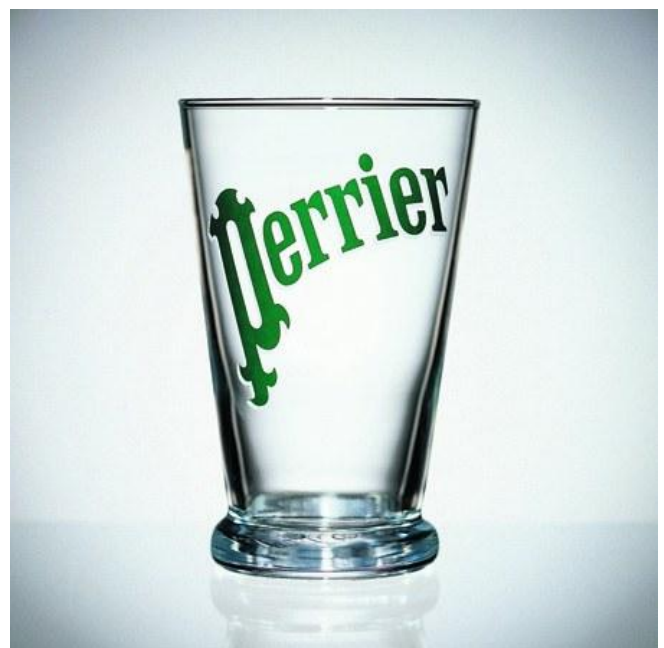
Les projets semblent ainsi parfois même s'élaborer par eux-mêmes, comme mus par leur propre force

(comme par exemple l'étagère T5, dont le décalage entre deux colonnes est provoqué par la forme triangulaire de la petite pièce de jonction).

L'exposition du Centre Pompidou présente non seulement une vingtaine de meubles du designer, mais aussi autant de produits industriels, organisés dans une petite vitrine séparée. Car il ne faut pas oublier que Martin Szekely, en plus des objets décrits ci-dessus, est également l'auteur des verres Perrier ou Heineken, de mobiliers urbains pour Decaux ou de packagings pour la cosmétique...



Etagère Tino. Aluminium, acier, Nextel. Edition limitée à 8 ex. + 2 EA + 2 prototypes. Galerie kreo, 2009. Photo © Rossana Nencioni.



Verre Perrier, 1996.



Fourchette, couteau et cuillère Ténééré. Argent ou acier. Christofle, 2003.



Etagère T5. Aluminium, Nextel. Edition limitée à 8 ex. + 2 E.A. + 2 prototypes par modèle (T2, T3, T5). Galerie kreo, 2004. Photo © Fabrice Gousset.

Si le sujet vous intéresse, vous pouvez également consulter le dossier très complet mis en ligne par le Centre Pompidou, sur le site www.centrepompidou.fr.

Vous pouvez aussi, pour découvrir plus en détail cette exposition, visionner [cette courte vidéo](#), que nous avons réalisée sur place.



Grande Specchio, cadre numérique. Matière plastique, métal. Parrot, 2009.

L'objet en question(s): le bureau Natsko par Lisa Lejeune



La rubrique "L'objet en question(s)" présente des portraits d'objet ou de séries d'objets, par leurs créateurs: l'histoire de leur genèse, leurs contraintes, leurs enjeux... Ce mois-ci Lisa Lejeune nous présente son bureau Natsko, produit en petite série par La Fabrique, et prochainement commercialisé.

Pourriez-vous nous décrire votre projet en quelques mots?

Natsko est un bureau de travail qui allie un piètement de chêne massif empruntant ses lignes au langage formel de la nature (le piètement comme structure) et un plateau de MDF gris teinté dans la masse, aux allures plus sobres et rigoureuses, comme un hommage au bureau d'écolier d'antan.

Mais l'idée de ce projet repose aussi sur son circuit de distribution particulier, qui consiste à réduire au maximum le circuit de vente: du designer au client final.

Comment ce projet vous a-t-il été confié?

Ce projet est né d'une rencontre avec une entreprise de fabrication et de prototypage de la région Rhône-Alpes: La Fabrique.

Je partage leurs locaux, ce qui est un vrai privilège en tant que designer: être au plus proche de la production et des process de fabrication. J'avais dessiné ce bureau après une commande d'un particulier et j'avais produit moi-même un prototype. Après concertation, on s'est dit que ce serait bien de réussir à le produire en petite série, à plus grande échelle.

Quels étaient, selon vous, les principales contraintes et les principaux enjeux de ce projet?

Le principal enjeu ici est moins l'objet en lui-même que la commercialisation. Je suis parti du constat que de plus en plus de designers doivent trouver de nouveaux circuits pour concrétiser et produire leurs

projets. Ils montent eux-mêmes des maisons d'édition, ils s'associent avec un fabricant ou encore vendent directement leur création en ligne, sur leur propre site (vous éditez d'ailleurs, il y a peu, un article sur ce sujet et l'ESAD).

Je pense donc que nous nous inscrivons parfaitement dans cette tendance. Nous proposons un meuble haut de gamme, dessiné par un designer et fabriqué par une entreprise française au savoir-faire traditionnel, dans des matériaux durables et à un prix abordable. L'idée est d'ouvrir la vente sur un mode communautaire, sur une période limitée, puis produire une petite série et ainsi garantir le juste prix du travail. Un circuit court de l'atelier au domicile. Le bureau Natsko inaugure cette première opération.

Quel était votre concept ou votre idée de départ?

L'idée de départ, c'est décider de faire vivre un projet qui sinon aurait pu rester longtemps au placard...

C'est aussi d'être autonome et de réduire le nombre des différentes strates entre le projet dessiné et la livraison chez le client...

C'est enfin d'appuyer l'idée de vente communautaire, existant depuis longtemps: se regrouper, se rassembler pour bénéficier d'un avantage. Mon souhait serait notamment un fonctionnement par recommandations, bouches à oreilles, un vrai réseau social...

Pourquoi le projet a-t-il, au final, cette forme et ce ou ces matériaux?

Le bureau Natsko a en réalité une histoire. L'histoire d'une commande d'un client isolé: un bureau sur mesure. Le cahier des charges était très large. Aussi, j'ai décidé de faire en fonction de cette personne, de son métier, de la situation du bureau dans l'espace: un bureau assez large, pour un professeur qui travaille face à une baie vitrée, donnant sur la nature environnante.

Le piètement, comme structure, est en chêne massif du Jura. Il évoque les branchages du paysage arboré faisant face, et le plateau en Valchromat: panneaux de particules teintées dans la masse, à la finition visuellement proche de l'ardoise. L'encoche à stylos est un rappel des bureaux d'écoliers, écho au monde de l'enseignement, de l'apprentissage et du travail. Le passage de la pièce unique à la série industrialisable s'est fait de lui-même.

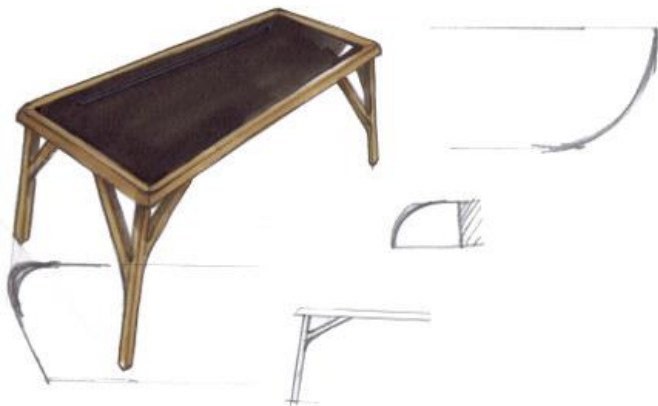
Qui étaient vos interlocuteurs chez votre client, et avec qui avez-vous du collaborer?

Dans ce cas, c'est moi-même en partenariat avec l'entreprise La Fabrique, qui a décidé de lancer l'opération.

Outre leur réelle implication sociale, environnementale et culturelle, La Fabrique est une entreprise qui reste très à l'écoute des designers, des architectes, des artistes plasticiens, des galeries avec lesquels ils travaillent déjà. Je pense que ce n'est pas un hasard si le VIA leur fait fabriquer des prototypes ou que de nombreuses galeries d'Art Parisiennes leur font confiance. Ils sont un réel moteur pour moi et ils

-

Quelques images du projet:



Croquis en perspective.

emploient des ouvriers très qualifiés et très professionnels. Nous discutons souvent, ils me donnent leur avis et pas seulement du point de vue du fabricant. Nous avons donc vu dès le départ ce qui était possible de faire ou pas dans un coût donné.

Au total, combien de personnes ont travaillé sur ce projet?

Moi-même et l'équipe de La Fabrique.

Quelles sont les difficultés que vous avez éventuellement rencontrées sur ce projet, et comment les avez-vous contournées?

L'opération démarrera en décembre. Les difficultés vont être plus d'ordre commerciales encore une fois... faire en sorte que les réseaux fonctionnent bien.

Sur combien de temps s'est déroulé ce projet?

Ça fait plusieurs mois que le bureau a été prototypé et fabriqué en un exemplaire (visible à la Cité du Design de Saint Etienne jusqu'en mars). Et cela fait plusieurs semaines que je prépare l'opération qui aura donc lieu du 1er au 31 décembre 2011. Il faudra quelques semaines pour la fabrication.

Rétrospectivement, changeriez-vous aujourd'hui quelque chose à votre projet?

Je pourrais vous en dire d'avantage au 1er janvier.

Et pour finir, où en est ce projet?

Il est donc en phase finale, rendez-vous sur le site lisa-lejeune.com à partir du 1er décembre prochain!



Montage du bureau.



Vernissage.



Détail du coin.



Détail du piétement.



Détail du plateau et de l'encoche.

Projets et actualités design

Colibrì



Soutenue par un fin pied tubulaire, la tête du lampadaire Colibrì, conçu par Odoardo Fioravanti pour Foscarini, pivote verticalement et horizontalement. Pour faciliter cette manipulation, elle est munie d'une partie basse pouvant faire office de poignée.

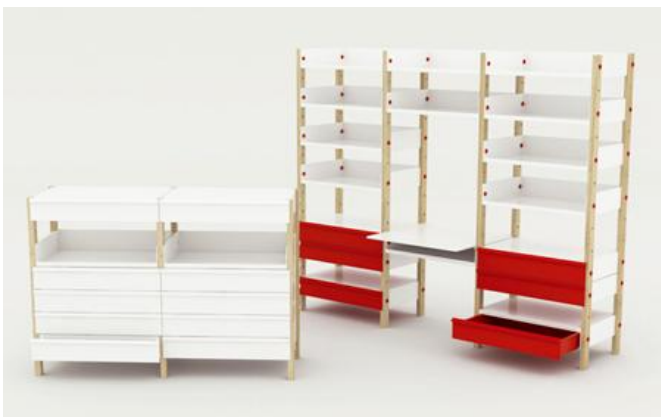
La spécificité de ce projet est d'avoir essayé de créer une forme continue, au sein de laquelle la poignée fait partie intégrante de l'objet. Ainsi, lorsque la source lumineuse est orientée vers le haut, la poignée épouse la forme du piètement. En partie basse, de la même manière, le fil vient s'insérer délicatement dans le pied de la lampe.

Elle s'inspire, nous dit-on, du petit oiseau éponyme, possédant une tête ronde et une longue queue.

Source: foscarini.com.



My storage



My storage est la première collaboration entre la designer Ineke Hans et l'éditeur italien Magis. Il s'agit d'un système de rangement très simple, constitué d'éléments verticaux en bois et de rayonnages/rangements en plastique moulé, jouant également le rôle d'équerrage.

Le système se décline en différents coloris, et permet de constituer des meubles hauts ou bas (deux hauteurs différentes existent), ouverts ou fermés, avec ou sans tiroirs, etc. L'utilisateur peut ainsi créer des commodes, des petits bureaux, des étagères ouvertes ou fermées... autant de modules qui ont été pensés pour être utilisés seuls ou en assemblages, dans un univers domestique ou professionnel.



Les différents éléments se fixent à l'aide de clips colorés, qui apportent un aspect singulier et ludique à l'ensemble.

« I wanted to make a clever simple and playful industrial produced system, that could be used in many different ways with a minimum of components. I think My Storage would fit in domestic and contract environments and could be good for children and adults. You can create chest of drawers with it, or open storage and even small desks. Through the height of the poles you can choose two heights and apply the different components to your own taste and request. »

Ineke Hans

Source: inekehans.com.



Serres Urbaines



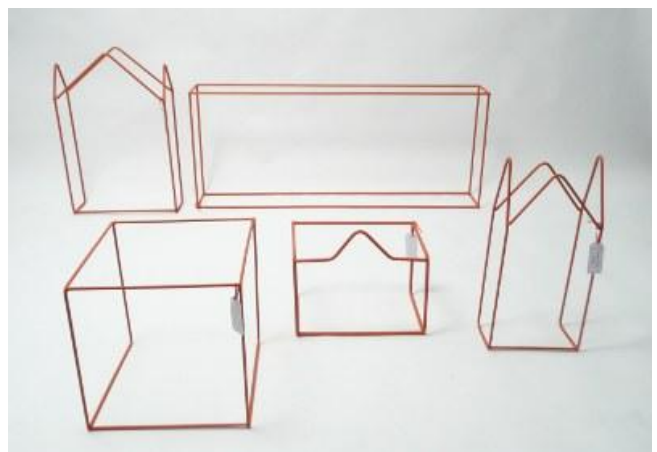
Développé par trois étudiants de l'École Supérieure d'Art et de Design de Reims (Audrey Charré, Clémentine Schmidt et Luc Beaussart), ce projet de Serres Urbaines a pour ambition de mettre en valeur des plantes qui poussent de manière naturelle, notamment dans des endroits non désirés.

Il est composé de structures réalisées en tiges métalliques colorées, évoquant la forme de petites constructions dont il ne subsisterait que le contour. Ces éléments jouent ainsi un rôle de signalétique tout autant que de protection: ils délimitent un espace spécifique, mais servent aussi à attirer l'attention.

Ce projet possède également une seconde ambition: utiliser ces plantes « revalorisées » pour en faire du compost utilisable pour les plantes d'intérieur (par adjonction d'un sirop de glucose le déchet organique devient matière solide et fertile).

« L'intérêt de ce projet était donc de reconsidérer la nature déjà présente dans la ville, de lui trouver un but afin de créer un cycle issu de la ville et pour la ville » nous disent d'ailleurs les créateurs.

S'il est notamment destiné à des milieux urbains, propice aux « mauvaises herbes », ce projet pourrait également trouver des applications dans des univers plus domestiques, permettant de mettre en valeur et de considérer différemment nos petites plantations intérieures.



Ginga



Ginga est une petite lampe de bureau imaginée par le designer Fabio Falanghe pour l'éditeur brésilien Lumini. Elle se compose d'une simple tige métallique reliant une base circulaire et un abat-jour rappelant une tasse de café retournée, dont l'anse servirait de zone de préhension pour modifier la position de la source lumineuse.

L'objet se décline en rouge, blanc et noir.

Screen-Pot



Image de la fabrication:



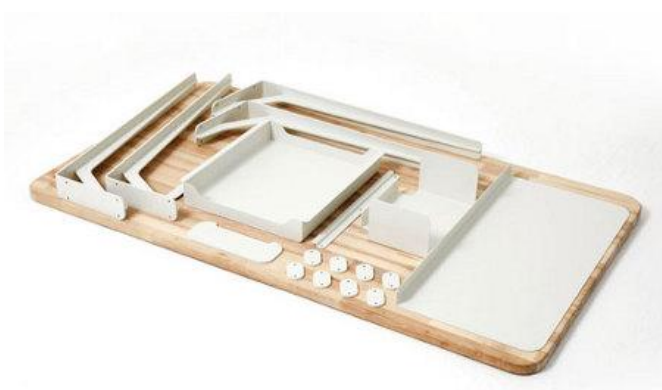
Image de la fabrication:

Travaillant déjà avec des designers tels qu'Aldo Cibic, Michele De Lucchi, Ron Gilad, Philippe Nigro..., le fabricant italien de meubles de jardin en métal De Castelli vient d'éditer les Screen-Pot du designer français François Clerc: d'imposants pots destinés aux plantes grimpantes, et pouvant également servir de cloisons mobiles ou de coupe-vent.

La découpe laser de l'acier donne aux objets un aspect très graphique, inspiré de formes naturelles.

Source: clercdesign.com

Mantis



Lauréat cette année des Brit Insurance Award, le designer Samuel Wilkinson vient d'imaginer ce bureau modulable pour l'éditeur anglais Case. Il se compose d'un plateau en bois sur lequel peuvent venir se fixer différents éléments amovibles, tels qu'un tiroir pour ordinateur portable, un porte crayon et un panneau arrière pouvant être utilisé comme brise-vue ou plus simplement servir de pense-bête.

Comme le montre [une vidéo](#) que nous publions sur notre site, tous ces éléments s'enlèvent facilement, ce qui facilite un usage mixte – domestique ou professionnel – de ce meuble.



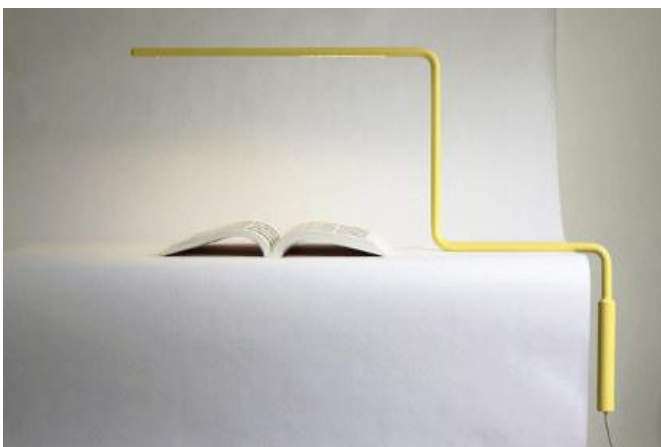
Balance



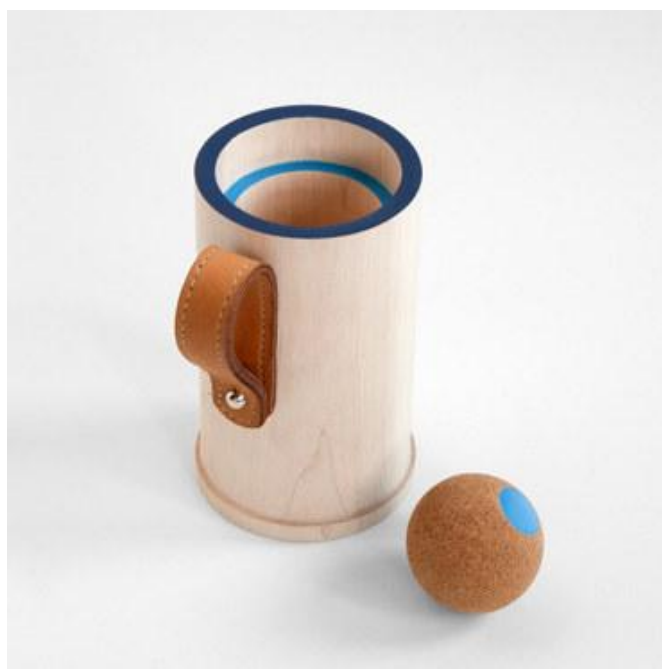
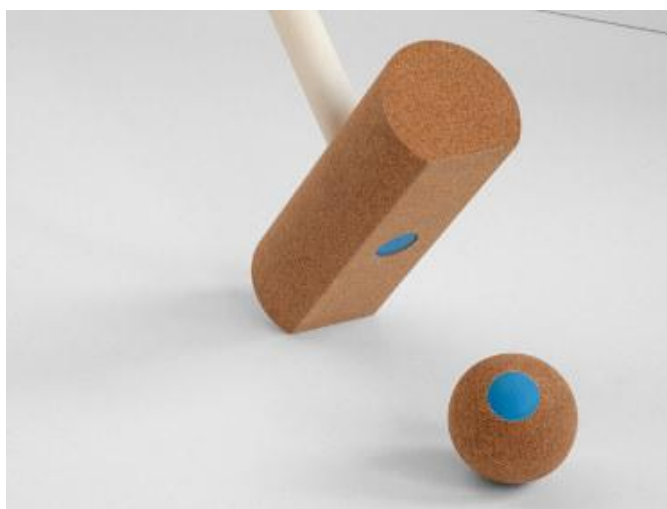
Imaginée par la designer belge spécialiste du luminaire Nathalie Dewez, la lampe Balance est constituée d'un unique tube sinueux, dont la partie basse est lestée (elle inclut le transformateur) afin d'assurer la stabilité de l'objet.

Ne nécessitant aucune fixation, Balance se pose simplement sur un bureau ou une étagère. Elle est susceptible de bouger légèrement – d'où son nom – lorsqu'on la touche, avant de retrouver sa position initiale.

Cette lampe est éditée par Established & Sons, et elle se décline en différentes tailles et couleurs (noir, blanc et jaune).



Gates



Gates est un jeu de croquet intérieur destiné aux adultes. Conçu par le designer Romain Lagrange, né en France et diplômé de l'Écal de Lausanne, il a été réalisé par des artisans français et suisses.

Massif, simple et élégant, il est composé de deux plots de départ et d'arrivée, de six portes, de deux crosses et de deux balles, tous réalisés en bois, cuir et/ou liège.

Source: romainlagrange.com.

Tectonique 5.5

Le collectif 5.5 designers vient de livrer, pour Oberflex, une collection de plafonds suspendus aux reliefs et formes mouvantes et étonnantes.

Les modèles sont « pensés comme des surfaces en mouvements qui se déchirent, s'éventrent, se découpent et se rencontrent pour former des micro paysages qui nous rappellent que notre terre est bien vivante ».

Source: cinqcinquedesigners.com

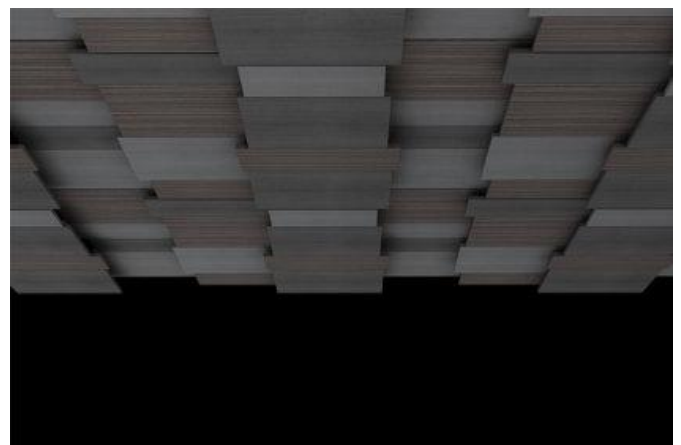
Collection Continent:

« Les plaques continentales qui forment la surface de ces modèles, dérivent, se divisent, pour offrir des plafonds graphiques aux surfaces planes. »



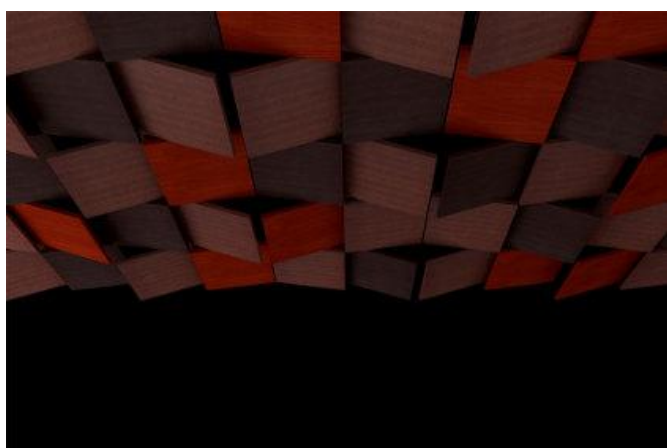
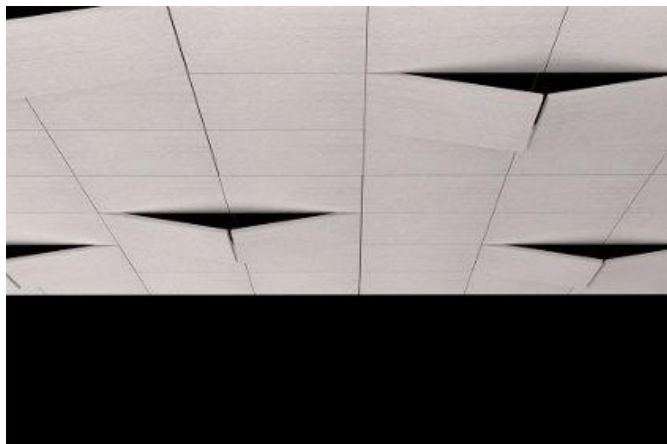
Collection Faille:

« Ces cassures de terrain provoquent des déplacements verticaux de plaques indépendantes. Les plafonds se soulèvent, s'affaissent pour former des paysages d'altitudes. »



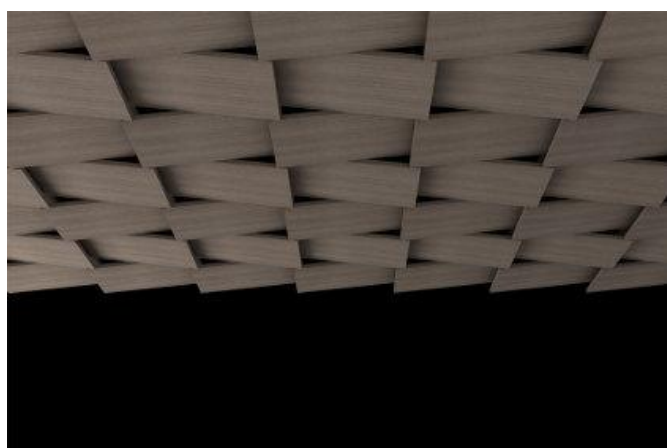
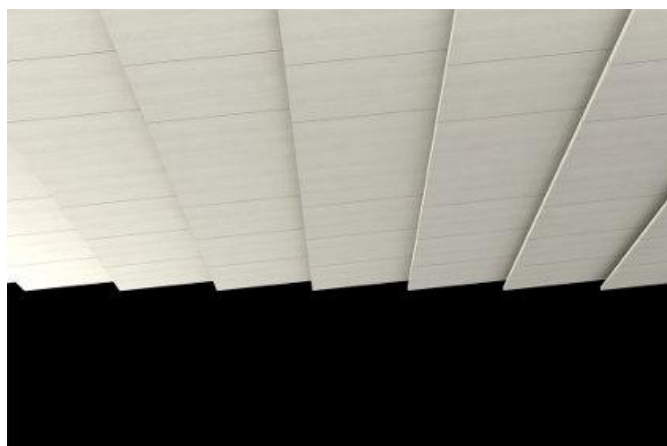
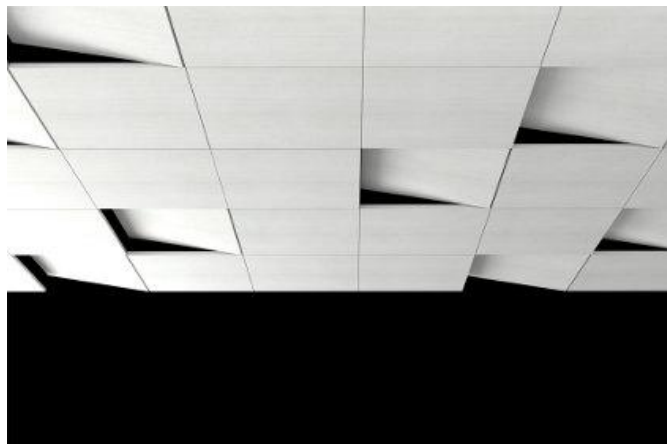
Collection Eruption:

« La poussée du magma engendre de véritables explosions qui déchirent les surfaces et donne naissance à une série de plafonds aux reliefs accidentés. »



Collection Glissement:

« Le déplacement des plaques par glissement génère des structures de plafonds aux pentes vertigineuses. Les blocs se chevauchent, entrent en collision et semblent toujours en mouvement. »



Hyphens



Hyphens est un ensemble d'étagères et de portants en tôle pliée laquée, imaginés par le jeune designer français Frédéric Lécivain. Modulaires, les éléments peuvent se démultiplier et créer différentes combinaisons fonctionnelles et graphiques.

Source: fredericlecrivain.com



Frame



Le designer Arnaud Lapierre signe, chez Triode Edition, une lampe à poser intitulée Frame, qui se compose d'un cadre métallique abritant un rail de LED et d'un abat-jour amovible. Celui-ci vient rabattre la lumière et créer une ambiance en contre-jour, qui donne la sensation d'un vide éclairé et théâtralise la

lumière. Comportant deux parties asymétriques, il permet de plus de gérer deux diffusions de la lumière différentes, selon qu'il soit positionné dans un sens ou dans l'autre.

Source: arnaud-lapierre.com.

Hors/Série



Du 10 au 30 novembre, le concept store Centre Commercial présente l'exposition Hors/Série, regroupant les travaux de six jeunes designers de mobilier contemporain (Charles Kalpakian, Anouchka Potdevin, François Corbière, Gezo Marques, Antoine Mazurier, Paillerfrères).

Quelques vues de l'exposition:

(Si le sujet vous intéresse, vous pouvez également consulter [la vidéo](#) que nous avons réalisée sur place.)



Centipède – design François Corbière.
Autodidacte, François Corbière est un « artisan designer ». Il s'intéresse aussi bien à la conception qu'à la réalisation de ses luminaires. Ses créations sont toutes dessinées et façonnées dans son atelier parisien. Elles évoquent à la fois des formes animales et minérales.



Lampe – design Antoine Mazurier
Antoine Mazurier est ébéniste. Son travail s'apparente à de « l'artisanat moderne ». Il crée à Felletin des meubles et lampes sur mesure aux formes simples, géométriques. Ses luminaires sont conçus comme des meubles à part entière, et non seulement comme des sources lumineuses.



Backgammon – design Gezo Marques

Le travail du designer brésilien Gezo Marques illustre la citation de Lavoisier – « Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme ». Il remanie de simples mobiliers et les habille de morceaux de bois à la manière de la marqueterie moderne. En parallèle de sa création artisanale, Gezo est également directeur artistique de l'agence TBWA à Lisbonne.

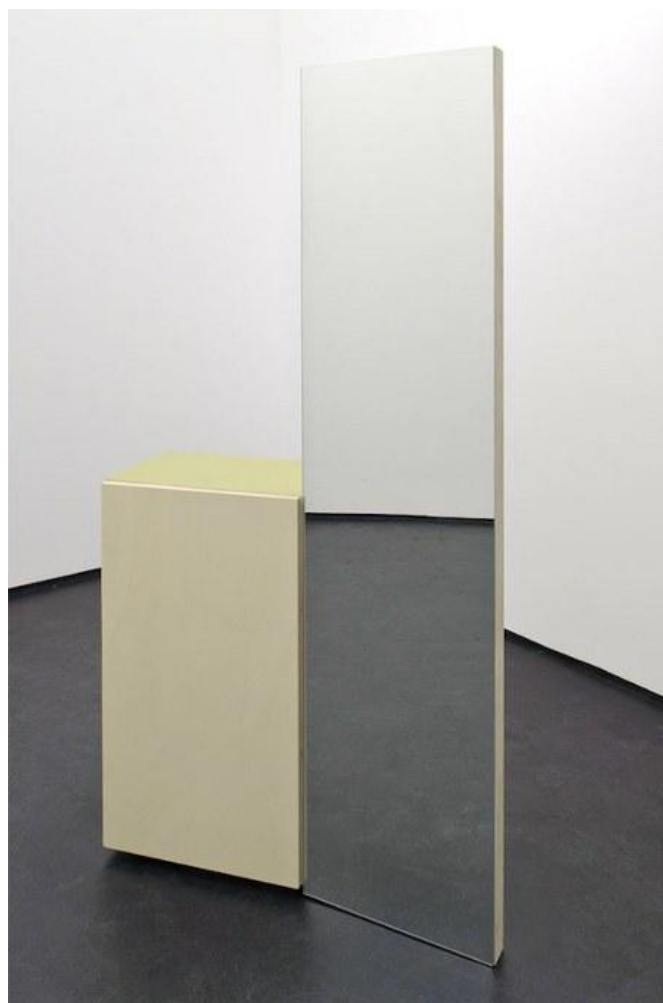


Bistable – design Charles Kalpakian

Tour à tour artiste, graphiste et créateur sur commande, Charles Kalpakian est designer indépendant. Il présente chez Centre Commercial des pièces contemporaines, entre monde imaginaire et nouvelles technologies.

« Mon travail est à la recherche d'une essence artisanale. Une fusion des techniques et des disciplines afin d'obtenir une écriture unique pour chaque objet. »

Eric Jourdan à la Granville Gallery



Jusqu'au 18 novembre, le designer Eric Jourdan exposait, dans les murs parisiens de la Granville Gallery, une série de rangements aux formes orthogonales et partiellement colorées. Conçus comme des microarchitectures, ces meubles sont, précise le designer, « conçus comme des petits bâtiments, avec des angles, des niches, des différences de hauteur. Le langage est simple, une référence à l'architecture « moderne » ».

Sources: ericjourdan.fr, muuz.com.

Ring et Loop



Miroir Loop.



Miroir Ring.

Conçus par le designer belge Sylvain Willenz, les miroirs Ring et Loop ne réfléchissent que dans leur partie centrale. Leurs pourtours, noirs, cadrent quant à eux la vision du spectateur. Dans la mesure où l'argenteure ainsi que la couleur noire sont appliqués à l'arrière de la plaque de verre, le miroir possède, de face, un aspect uniforme.

Sources: mocoloco.com et sylvainwillenz.com.



Détail.

Bulled

La société allemande Ledo LED technologie GmbH vient de lancer Bulled, une série de trois ampoules LED aux formes originales, près de 5 fois plus économes que leurs cousines incandescentes pour un éclairage équivalent. La disposition spécifique des sources permet à la lumière de se disperser à 330 degrés.

La première ampoule, intitulée « Bulled classic », possède un corps en aluminium, les LED venant s'insérer au milieu d'ailettes de refroidissement.



Pour « Bulled modular », les ailettes de refroidissement ne sont plus nécessaires, la forme spécifique des cônes provoquant une circulation naturelle de l'air frais.



« Bulled star » propose quant à elle une combinaison de matériaux synthétiques, ce qui en fait l'ampoule la plus légère de la série. Les qualités conductrices des matériaux employés permettent de retrouver les qualités de refroidissement des deux autres modèles.



Ci-dessous, un exemple de la manière dont ces ampoules peuvent être utilisées dans différents contextes.



Photos © Ledo LED technologie

Sources: mybulled.com.

Blue D1653



La compagnie hollandaise de porcelaine Royal Delft, créée en 1653, vient de lancer une nouvelle gamme contemporaine intitulée Blue D1653 (pour « bleu de Delft, 1653”), qui propose des pièces issues de collaborations avec Arian Brekveld, Chris Koens et Damian O’Sullivan. Une attention particulière a été portée aux formes des objets ainsi qu’à l’utilisation et l’emplacement des éléments décoratifs, qui constituent une marque de fabrique de la compagnie. Les nouveaux usages ont également été pris en compte, et l’ensemble comporte par exemple des éléments destinés à servir des tapas ou des sushis.

L’ensemble comporte un service de vaisselle (petites et grandes assiettes, tasses et sous-tasses, plats...), des carafes, une théière, des dessous de plats, ainsi que divers petits pots et contenants.

Source: dezeen.com.



YuYu



YuYu est une chaise entièrement réalisée en tôle d'acier laqué. Faussement simple et faussement massive, elle a été imaginée par le designer Andrea Panzeri pour l'éditeur italien Casprini.

En tournant autour de l'objet, on découvre le jeu des épaisseurs et des volumes.

Source: www.casprini.it.

Self-Structure



Il vous reste encore quelques jours pour découvrir l'exposition « Self-Structure – une nouvelle ère de la matière », qui est présentée jusqu'au 17 décembre prochain au Lieu du Design à Paris. Imaginée par materiO, la bibliothèque des matériaux innovants, celle-ci propose un panorama de projets et matériaux innovants, dans une scénographie où se mêlent échantillons, objets, maquettes ou installations, montrant les capacités étonnantes de certaines matières.



« Depuis quelques années, plusieurs réalisations ont été internationalement saluées pour leur abandon de la tyrannie de la ligne droite au profit de la courbe[...] Elles sont révélatrices d'un basculement profond dans le regard et l'usage qui sont faits des matériaux. S'affranchir de la ligne droite, c'est, par exemple, arrêter de contraindre la matière dans des structurations qui ne sont pas les siennes pour revenir à des formes plus naturelles et cohérentes.[...] L'exposition est l'occasion de mieux saisir combien l'objectif de libérer la matière, de l'accompagner dans ses volontés d'auto-structuration est présent dans de nombreuses créations innovantes qui font interagir avec intelligence matériaux et technologies de transformation. »



Commissariat de l'exposition: [matériO](#)
Scénographie: Chez facile* design

Pour voir l'exposition en situation, vous pouvez également visionner [cette vidéo](#) réalisée par l'école [EDAA](#).

Source: [lelieududesign.com](#).



Quelques vues de l'exposition.

La part du texte

Esthétique industrielle: l'économique et le social

Par Jocelyne Le Boeuf.

Dans un précédent article, Design industriel et économie des moyens, nous évoquions la pensée de Georges Combet, Président de Gaz de France et personnalité très active au sein de l'*Institut d'Esthétique industrielle* au début des années 1950 (1). Nous montrions comment cette approche, établissant une convergence entre optimisation économique et rationalisation esthétique (Beauté utile), s'inscrivait dans la pensée scientifique et philosophique du XIXe siècle et, avec un bel optimisme, se revendiquait comme «remède efficace contre cette sorte d'éblouissement (...) où nous induit la toute-puissance de l'industrie moderne».

Georges Combet fut, avec un certain nombre d'autres figures de l'*Institut d'Esthétique industrielle*, un des membres de la commission réunie autour de Jacques Viénot pour établir les bases de la Charte de l'Esthétique industrielle présentée lors du *Congrès de l'Esthétique industrielle* à Paris en 1953.

La volonté de faire converger économie, esthétique et éthique suscita nombre de débats et certains points de la Charte furent violemment critiqués par l'architecte André Hermant, qui avait été vice-président de l'*UAM* (Union des Artistes Modernes) et fondateur en 1949 de *Formes Utiles*. La morale sous-jacente au fonctionnalisme, partagée par *Formes Utiles* et l'*Institut d'Esthétique industrielle*, induisait une méfiance par rapport à toute forme d'inféodation à la rentabilité commerciale.

Cette méfiance se traduisait en particulier par un rejet de la mode associée au factice et à l'obsolescence programmée des produits. Mais André Hermant estimait que la Charte trahissait cette morale. Parmi les différents entre les protagonistes (1), un des dangers soulignés par l'architecte était le risque de «priver les formes du monde industriel des qualités qui furent toujours celles de la production artisanale, celles qui assurent l'équilibre et la continuité de l'homme avec le monde naturel» (2).

La coupure entre celui qui conçoit et celui qui fabrique

La place de l'artisanat par rapport à l'industrie a été un des grands thèmes des *Arts and Crafts* et de l'*Art nouveau*. On en parle souvent sur le plan de l'esthétique et de l'apport de ces mouvements aux théories du fonctionnalisme. Mais la dimension sociale de la question fut essentielle.

Comment améliorer l'environnement humain dans une société industrialisée, «être les patrons des machines et non les esclaves», «(...) faire que le peuple trouve du plaisir à utiliser les choses qu'il doit nécessairement utiliser, et qu'il en trouve autant à fabriquer les objets qu'il est obligé de fabriquer» (William Morris, *Contre l'art d'élite*, conférence, 1884)?

L'idée de la «beauté utile» passant par la réconciliation de l'art et de l'artisanat devait jeter les bases d'un nouveau métier qui trouverait sa place dans l'industrie. Mais la coupure entre celui qui conçoit et celui qui fabrique est restée longtemps au cœur des débats de la modernité.

Pour Jacques Viénot (voir l'article consacré à La République des arts), lorsqu'il crée son agence Technès à la fin des années 1940, l'affaire est entendue. L'esthétique industrielle doit se consacrer avant tout à la conception de modèles pour l'industrie. Le styliste industriel n'est pas un artisan, il n'est pas celui qui fabrique. Il est celui qui conçoit. Mais la perte que cela constitue pour l'ouvrier est une question qui reste ouverte à l'Institut.

Réintroduire la pensée créatrice au profit de la masse

Nous proposons de suivre la réflexion d'un autre compère de l'équipe entourant Jacques Viénot, le sociologue Georges Friedmann (3).



L'auteur se demande en quoi l'activité artistique se distingue de l'activité industrielle et souligne que l'artiste «a le bénéfice de pouvoir à la fois concevoir et exécuter» son œuvre. C'est le cas aussi de l'artisan, cela ne l'est plus de l'ouvrier. Il fait référence à des études montrant les incidences négatives que cela peut avoir sur la personne humaine pour très vite affirmer la nécessité de l'Esthétique industrielle «quelles que soient les structures du système économique: elle est aussi nécessaire dans les structures capitalistes que dans les structures d'économie planifiée et dans les structures d'économie socialiste».

L'Esthétique industrielle en effet selon lui «réintroduit la pensée créatrice» au profit d'une masse de plus en plus importante qui pourra bénéficier de la «perfection mécanicienne» et de l'organisation rationnelle du travail (hommage à Taylor).

La pensée sociale des Arts and Crafts qui posait le problème tant du côté de ceux qui conçoivent et fabriquent en amont que de ceux qui sont les usagers en aval, va alors se reporter essentiellement sur l'aval. L'artisanat ne peut plus survivre que dans l'industrie du luxe et ne peut satisfaire la beauté pour tous que seule l'industrie est en mesure de fournir.

Les bases sont posées pour inscrire pleinement l'Esthétique industrielle dans la société de consommation et les combats idéologiques des années 1960. Jacques Viénot n'était pas sans s'inquiéter des dérives du marché.

Il restait un idéaliste qui voulait continuer de croire en une position d'équilibre «à égale distance des Américains aux conceptions souvent trop mercantiles ou trop publicitaires, des Allemands aux conceptions trop philosophiques et des tendances italiennes qui volontiers, ramèneraient l'esthétique industrielle à un fait d'architecture (...)»(4).

–

Notes:

1 – dont nous proposons des éléments d'analyse dans le chapitre «Esthétique industrielle et préceptes fonctionnalistes, entre éthique et pertinence commerciale», J. Le Boeuf, *Jacques Viénot (1893-1959), pionnier de l'esthétique industrielle en France*, PUR, coll. Art&Société, 2006, p. 111-115.

2 – *Formes Utiles*, André Hermant, Paris, ed. du Salon des Arts ménagers, Vincent Fréal et Cie, 1959, p.46.

3 – «Quelques aspects psycho-sociologiques de l'Esthétique industrielle», exposé de Georges Friedmann, professeur au *Conservatoire National des Arts et Métiers*, Directeur d'Etudes à l'Ecole Pratique des hautes Etudes, Paris, revue *Esthétique industrielle*, n° spécial 10-11-12, 1954.

4 – «Plaidoyer pour un enseignement de l'Esthétique industrielle en France», *Esthétique industrielle*, n°20, 1er trimestre 1956, p. 4.

Cet article a également été publié sur le blog de Jocelyne Le Boeuf: Design et Histoires.

Pour vivre heureux, restons couchés

Par Irène Berthezène.



Yoko Ono et John Lennon, Bed-in, Amsterdam, 1969.

En psychanalyse, être couché incite à s'abandonner, à lâcher prise en évitant le regard du praticien pour parler sans craindre son jugement. On n'est pas loin de l'état foetal, en aucun cas dans une position de force. Les Romains pensaient pourtant que la position couchée était un signe de domination et de puissance. Les esclaves devaient servir debout, pendant que les maîtres recevaient, écrivaient, mangeaient et buvaient couchés. La génération des architectes et designers des années 60-70 ont peut-être envié cette superbe nonchalance.

Dans ces années-là, la libération des mœurs s'accompagne de celle des corps, et entraîne une refonte du mobilier traditionnel dans l'habitat. Il n'y a plus d'espace dédié, de position dédiée; le sol se fait canapé qui se fait lit, les cloisons sont abattues et les volumes sont cassés, empilés, éparpillés.

L'architecte Claude Parent en a fait une théorie architecturale, la fonction oblique¹, dans laquelle il abolit le règne du rapport horizontal/vertical pour libérer le plan, harmoniser la perspective et ne pas interrompre le regard, et surtout initier un nouveau rapport du corps à l'espace. Mais ce nouveau besoin d'horizontalité permet surtout aux designers de s'affranchir de l'échelle de l'objet et de s'aventurer, se « répandre » presque dans celle de l'habitat.

Dès les années 50, la designer danoise Nanna Ditzel coupe les pieds des chaises et des fauteuils et imagine des paysages flexibles et confortables au sein duquel les corps peuvent se mouvoir, s'asseoir, s'allonger dans une mobilité sans cesse renouvelée. Elle donne ainsi la liberté à chacun de dessiner son propre paysage dans son intérieur, en empilant les formes en mousse selon ses besoins.

Quelques années plus tard, le designer italien Joe Colombo propose de nouvelles manières de vivre allongé au sein de ses cellules d'habitation autonomes (voir Visiona 1, présentée à la foire du Meuble de Cologne en 1969); et en 1970 Verner Panton imagine pour le paquebot Loreley, showroom de la société

Bayer, un paysage psychédélique, sorte de ventre chaleureux ou des formes organiques en mousse accueillent les corps dans les positions les plus décomplexées. (voir Visiona 2).

Durant la même période, John Lennon et Yoko Ono inventent les « Bed-ins for Peace » pour protester contre la guerre au Vietnam et font sensation en accueillant les journalistes au lit. Le temps où l'on recevait assis dignement dans son salon est définitivement révolu.

Si depuis ces belles années nos aînés se sont relevés, perclus de maux de dos et de genoux, pour se remettre à hauteur convenable dans un classique canapé, ils ont aboli symboliquement les frontières entre design et architecture, permettant aux créateurs d'aujourd'hui de passer du mobilier à l'espace (et retour) sans distinction de discipline, et de la position assis/debout à couché sans autre forme de protocole.

Plus qu'une mode « lounge » qui a quelque peu modifié les décors des restaurants et des cafés, c'est un champ d'expérimentation autour du corps qui donne lieu à des projets souvent hybrides, parfois proches de la performance.

Florence Doléac a exploré plusieurs fois ces basculements du corps dans des projets comme Vague à l'âme ou Patapouf. Bina Baitel, architecte et designer d'origine israélienne et suédoise, distille un peu de savoir-vivre oriental dans nos salons avec un mobilier hybride qui délimite des espaces de repos à terre, comme la lampe/tapis Snug ou le meuble d'appoint/tapis Tarah.

Hors de l'espace privé, les M proposent aux enfants un espace de jeux au Centre Pompidou-Metz, Pillow, sorte de champ de bataille de polochons géant qui occupe toute la pièce. Si la position allongée est déjà un abandon en soi, que dire du plaisir de se rouler par terre et de se jeter dans une mer textile la tête la première, élans corporels hélas plus incongrus à l'âge adulte.

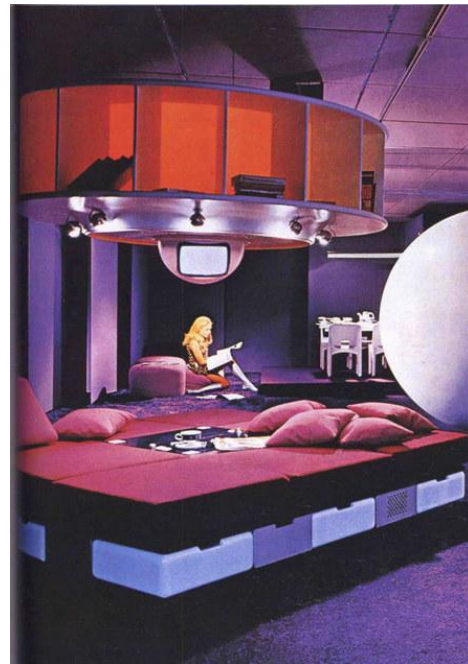
Enfin les Bouroullec ont investi, eux, l'espace muséal, en proposant une nouvelle manière de contempler l'œuvre d'art. Au Victoria and Albert Museum à Londres, jusqu'au 30 octobre dernier, leur installation Textile Field inaugurée à l'occasion du London Design Festival incitait le visiteur à s'asseoir ou à s'allonger pour admirer les peintures de Raphaël. Point de visite au pas de course, d'attitude figée, de postures contraintes. Le corps délassé, offert presque, pouvait se laisser apprivoiser par la monumentalité du lieu, s'autoriser à l'habiter pour permettre à l'esprit de transcender l'œuvre d'art. Comme quoi, on n'est pas toujours obligés d'être au garde-à-vous face à plus puissant que soi.

1. Claude Parent, Vivre à l'oblique, L'Aventure humaine, 1970.



appartement de Claude Parent à Neuilly : dispositif de la table des repas restructuré en 1974 à l'oblique

Maison de Claude Parent (Neuilly 1973-1974). Dessin de Claude Parent représentant le dispositif de la salle des repas avec table à deux niveaux, n.d. © Archives Claude Parent.



Joe Colombo, Visiona 1, Cologne, 1969.



Nanna Ditzel, Winkel og Magnussen, 1952. Photographie: Erik Brahl.



Bina Baitel, Tarah, Nextlevel Galerie. Photographie: Courtesy NextLevel Galerie.



Verner Panton, Visiona 2, 1970, Cologne © Panton Design, Basel.



Bina Baitel, Tarah, Nextlevel Galerie. Photographie: Courtesy NextLevel Galerie.



Bina Baitel, Snug, Nextlevel Galerie. Photographie: Florian Kleinfenn.



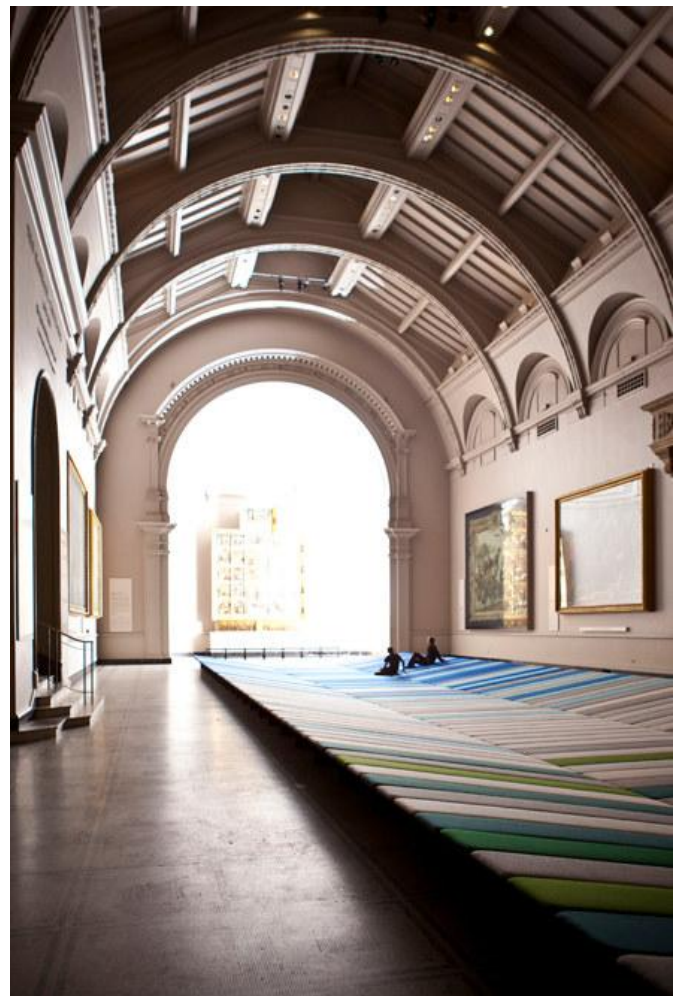
Florence Doléac, Patapouf, Édition Fermob de 2005 à 2008.



Les M, Pillow, Centre Pompidou-Metz, 2011. Photographie: Valérie Tholl.



Florence Doléac, Vague à l'âme, Edition Parsua, 2004.



Studio Bouroullec, Textile Field, Victoria and Albert Museum, avec la collaboration de Kvadrat, 2011. © Studio Bouroullec & V&A Images, Victoria and Albert Museum.

Cet article est également paru sur le blog d'Irène Berthezène: projectitude.com.

« Postmodernism » au Victoria and Albert Museum

Par Mathilde Le Coutour.

Notion transversale s'il en est, le postmodernisme se trouve actuellement mis à l'honneur au Victoria and Albert Museum à Londres, jusqu'au 8 janvier prochain. Retraçant les multiples facettes de ce mouvement, l'exposition questionne son caractère subversif, depuis les années 70 jusqu'à la fin des années 90, dans les domaines de l'architecture, du design, du graphisme, de la mode ou encore de la musique...

C'est d'abord l'architecture, présente tout au long de l'exposition, qui permet dans les premières salles de définir les caractéristiques principales du postmodernisme: rejet des théories modernes voulant faire table rase du passé, goût pour la référence historique (Aldo Rossi, Ricardo Bofill...), fascination pour la culture populaire et l'histoire des villes avec les incontournables « Learning from Las Vegas » de Robert Venturi et Denise Scott Brown, ou encore « Delirious New-York » de Rem Koolhaas – à qui est consacrée au même moment une exposition majeure au Barbican Center.

Cette nouvelle façon de voir le monde touche tous les domaines de la création dès les années 70, laissant place à un imaginaire débridé. En design, Ettore Sottsass ou Mendini, et plus largement les mouvements Memphis et Alchymia, s'attachent à donner à l'objet une nouvelle force expressive, entre attitude contestataire et recherche jubilatoire.

A certains moments, l'exposition donne à voir de savoureux rapprochements, comme dans cet espace consacré à l'apocalypse urbaine, où est présentée à côté de chaises à l'esthétique punk de Ron Arad et de Gaetano Pesce, une projection du film postmoderne par excellence, Blade Runner, de Ridley Scott, ainsi qu'une robe de Vivienne Westwood, empruntant son motif au film...

Moment charnière du parcours, la salle consacrée à la musique est sans doute la plus spectaculaire d'un point de vue scénographique, avec son mélange de costumes et de projections de concerts sur de grands échafaudages. Reprenant consciemment ou non les codes postmodernes, les musiciens apportent un soin particulier à leur image, largement diffusée à travers clips et magazines: manteau de maternité de Grace Jones conçu par Jean-Paul Goude et Antonio Lopez en 1979, costume « over-size » de David Byrne, ou encore, présenté en vitrine tel un totem de Memphis, le fameux couvre-chef en plastique rouge du groupe Devo, l'« Energy dome ». Où l'on perçoit les premières contradictions inhérentes au postmodernisme, entre avant-garde et sphère commerciale...

Graphisme et typographie contribuent également à rendre populaire ce mouvement pourtant alternatif: direction artistique de Neville Brody pour le magazine

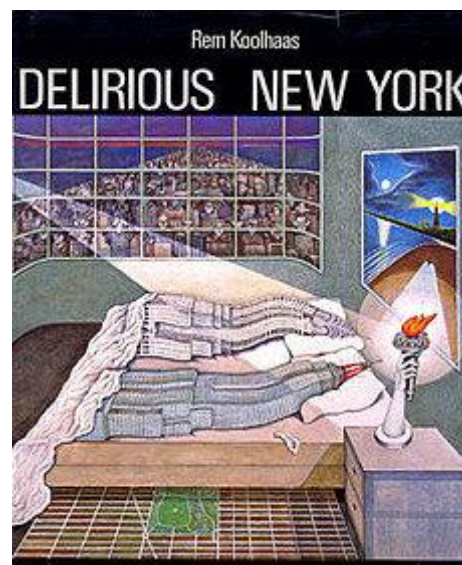
« The Face », pochettes de disques de Peter Saville pour Joy Division ou New Order...

L'exposition montre finalement comment l'absence de distinction entre avant-garde et culture de masse est en soi un phénomène post-moderne. Au fil des décennies, le postmodernisme serait-il devenu « mainstream », pour reprendre le titre d'une étude récente de Frédéric Martel sur cette culture qui plaît à tous?

–



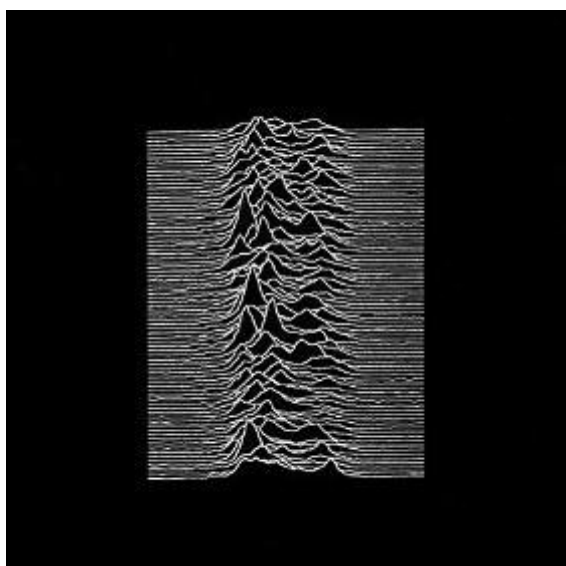
Image tirée du film de Ridley Scott « Blade Runner », 1982.



Couverture de l'ouvrage « Delirious New York - a retroactiv manifesto for Manhattan » de Rem Koolhaas.



« Super Lamp », design Martine Bedin, 1981.



Pochette du disque « Unknown pleasures » du groupe Joy Division, par Peter Saville, 1979.



Ron Arad, « Concrete Stereo », 1983.



Denise Scott Brown à Las Vegas, 1966.



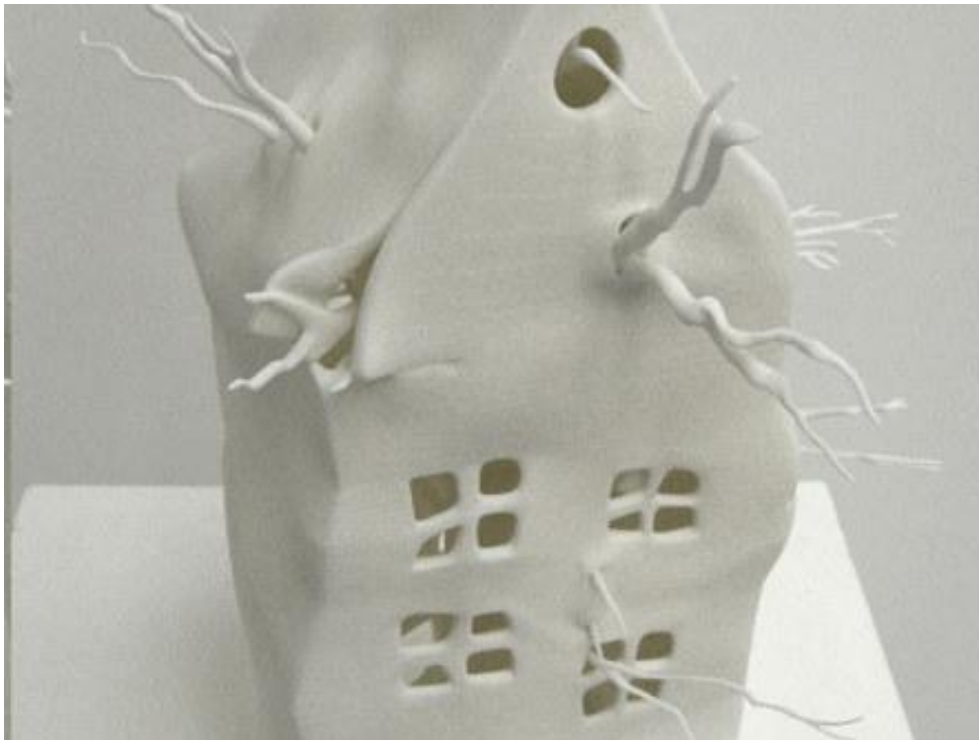
Robert Venturi à Las Vegas.



« Grace Jones Maternity Dress » par Jean-Paul Goude, 1979.

Domotique vs Microbial Home: la maison intelligente en question

Par Irène Berthezène.



Psychoarchitecture, Berdaguer et Péjus, 2009 – Résine (stéréolithographie).

La maison intelligente qui protège l'individu, anticipe ses besoins, digère ses déchets et gère ses énergies est un fantasme depuis longtemps partagé par les designers et les architectes. Cette maison est aujourd'hui accessible dans un futur plus ou moins proche, avec les progrès de la domotique notamment, mais elle reste dans l'imaginaire collectif un espace fictionnel, voire même « science-fictionnel ». A l'heure du web 2.0, comment expliquer un tel décalage entre fantasme et réalité?

Il fut un temps où les technologies idoines existaient mais n'étaient pas compatibles entre elles parce que les différents acteurs du secteur ne parlaient pas le même langage. Des protocoles standardisés sont aujourd'hui au point, et ces technologies ont désormais l'interface idéale: tout le monde a un téléphone portable, parfois une tablette, et la plupart des logements contiennent des objets connectés comme l'ordinateur ou la télévision.

En prospective, la « Microsoft Home » par exemple pourrait être la maison de nos voisins; et des outsiders du marché comme la sympathique équipe de Joshfire proposent déjà des solutions concrètes pour connecter les objets de la maison.

A l'échelle industrielle, les entreprises Legrand, Siemens, Hager ou Bosch entre autres proposent des solutions de programmation et de contrôle pour la sécurité, l'éclairage, la climatisation, les ouvrants. Pourtant ces systèmes sont encore majoritairement destinés au secteur tertiaire (hôtels, hôpitaux, bureaux). Outre le prix, un des principaux obstacles à

la domotique « résidentielle » est l'imperméabilité des lots techniques d'un bâtiment. Il faut que le système domotique soit prévu à la conception et intégré à la construction, au moment du chantier, pour que les différentes fonctionnalités puissent dialoguer; il est difficile de rendre une architecture intelligente après coup si elle n'a pas été pensée ainsi.

On en revient ici aux historiques querelles de clocher entre designers et architectes. À l'inverse de Le Corbusier qui voyait la maison comme une « machine à habiter »¹, composée d'éléments standards pour des besoins standards, le designer italien Joe Colombo affirmait dans les années 60 que le designer doit se libérer des logiques de construction établies par les architectes pour imaginer, à partir de l'individu et de ses besoins, un habitat non standardisé. Il appliquait sa théorie baptisée « antidesign » à ses capsules d'habitation, constituées d'équipements autonomes pour cuisiner, se laver, dormir.

Si le monde de l'architecture (notamment Claude Parent²) a violemment réagi à l'époque et qualifié de « putsch » cette méthodologie constructive, il est intéressant de noter que certains architectes se réclament aujourd'hui de l'influence de l'antidesign dans leur travail.

Pour autant la maison intelligente n'existe toujours pas, parce qu'elle reste le théâtre des petites et grandes rivalités entre l'architecture, qui fournit une boîte finie, et le design, qui la remplit. S'ils sont impuissants à agir en amont, les designers imaginent

des stratégies de contournement ou de parasitage dans l'habitat.

Mathieu Lehanneur travaille ainsi de manière récurrente sur des objets qui modifient notre environnement domestique (lumière, qualité de l'air, température...), depuis sa Carte Blanche du Via en 2006 (projet Éléments). Le sujet est devenu pour lui une sorte de spécialité qui a donné lieu à plusieurs collaborations, expérimentales ou industrielles. La dernière en date s'est faite avec Schneider Electric qui annonce pour 2012 le lancement de la collection Wisier, dédiée à la gestion de la dépense énergétique dans l'habitat. L'interface web est conçue par Attoma Design, les objets sont dessinés par Mathieu Lehanneur, et s'ajoutent à l'existant: la W.Plug de la gamme est une prise intelligente qui mesure la consommation des équipements électriques. On est donc dans la commande et le contrôle, matérialisés par des objets symbiotiques, mais loin encore du fantasme de la maison qui gère, digère, génère.

N'y a-t-il pas, au-delà des contraintes techniques et des désaccords entre corps de métiers, une appréhension légitime mais peu formulée à voir la maison prendre le pouvoir sur nos besoins et nos désirs? Cette maison vivante ne serait-elle pas in fine un monstre, façonné par nos peurs et nos excès?

Les architectes marseillais Berdaguer et Péjus, menant la logique de la maison vivante à son paradigme, proposent des utopies négatives qui interrogent notre lien à l'espace habité: dans la série psycho architecture (2006-2010), les maisons réagissent physiquement aux humeurs et névroses de leurs habitants et se déforment de manière inquiétante; quant au jardin d'addiction (2011), ses entrelacs de tubes de verre forment un monstre tentaculaire qui offrent au visiteur ses parfums de substances responsables d'un état de dépendance chez l'homme (alcool, cocaïne, opium...)

Mais revenons à la maison intelligente qui fait rêver au moins les industriels et les designers. Les grandes entreprises d'électroménager comme celles d'installations électriques ont les moyens d'assumer une posture critique face à notre manière d'habiter et de consommer, et d'être force de proposition dans ce domaine.

Face à la standardisation des produits désormais massivement fabriqués dans les pays à bas coût de production, elles ont renforcé leur dispositif de recherche et d'innovation pour proposer d'autres services et rester leader sur le marché: Electrolux a son « Design Lab » depuis 2003, Whirlpool sa « Global Consumer Design team ». L'enjeu écologique est bien sûr au centre de la réflexion prospective de ces entreprises au bilan environnemental lourd (multiplication d'objets tous plus énergivores les uns que les autres, obsolescence programmée, recyclage rarement maîtrisé). Il est facile de conclure que ces groupes se rachètent une conscience verte avec leurs projets de recherche, toujours est-il qu'ils ont les moyens de financer des réflexions intéressantes.

Ainsi l'entreprise néerlandaise Philips vient de présenter sa maison du futur Microbial Home à la Dutch Design Week qui se tenait à Eindhoven du 22 au 30 octobre 2011. Cet écosystème domestique est constitué de plusieurs équipements reliés entre eux et dépendants les uns des autres en matière d'énergie: les déchets organiques sont transformés en méthane pour éclairer et cuisiner, les déchets plastiques partent dans un compost qui les transforme en champignons, les eaux sont filtrées et réutilisées, tandis que les abeilles produisent allègrement un miel local. La maison devient un microcosme autonome qui, au mieux, produit son énergie, au pire, ne pollue pas.

Ces idées ne sont pas nouvelles mais elles sont ici intelligemment énoncées et formalisées, à mille lieues des habituels carrossages plastiques en matière d'électroménager, surtout lorsqu'il s'agit de prospective. L'esthétique postindustrielle séduisante de la Microbial Home, avec sa tuyauterie très dix-neuvième évoquant l'univers du laboratoire ou de la mine, avec ses lanternes rouges et ses manivelles, provoque un court-circuit temporel, et un sentiment d'« inquiétante étrangeté »³ nous envahit, comme la réminiscence d'une époque sombre et dangereuse, mais, heureusement révolue.

–

Notes:

1. Le Corbusier, *Urbanisme*, Paris, Crès, 1925, p. 219.
2. « Face à face: architecture et design » article de Claude Parent publié en 1971 dans la revue *L'Architecture d'aujourd'hui*.
3. « L'inquiétante étrangeté » est un concept du psychiatre Ernst Jentsch, repris par Freud en 1919 dans un texte qui explore une notion très particulière exprimée par un mot allemand intraduisible, un phénomène que nous rencontrons tant dans la vie réelle que dans les œuvres d'art, et qui peut s'incarner dans des coïncidences étranges, dans les pressentiments, dans la rencontre avec notre double, ou dans des angoisses liées à certaines ambiguïtés de la réalité.

–



Collection Wisier, Schneider Electric, design Mathieu Lehanneur et interface web Attoma design, 2011.



Jardin d'addiction, Berdaguer et Péjus, 2011.



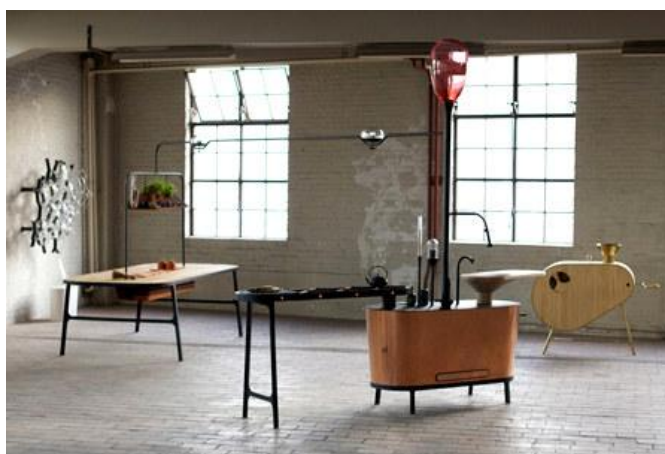
Microbial Home, garde-manger, Philips 2011.



Jardin d'addiction, Berdaguer et Péjus 2011.



Microbial Home, îlot de digestion écologique, Philips 2011.



Microbial Home, Philips 2011.



Microbial Home, îlot de digestion écologique, Philips 2011.



Microbial Home, ruche urbaine, Philips 2011.



Microbial Home, bio-light, Philips 2011.

Cet article est également paru sur le blog d'Irène Berthezène: projectitude.com.

Marc Brétilot, Marion Chatel-Chaix: en coulisses à Boisbuchet

Par Elodie Palasse-Leroux.



A Boisbuchet, domaine méridional d'Alexander von Vegesack (directeur et cofondateur du Vitra Design Museum), la saison estivale accueille au sein de ses 150 hectares designers et architectes renommés venus dispenser des ateliers, fréquentés par des participants accourus du monde entier. La designer textile Marion Chatel-Chaix, carnet en main, nous a ouvert les coulisses d'une semaine d'immersion auprès de Marc Brétilot.

Marquée par sa participation, au cours de l'été 2010, à un atelier avec les designers de Big Game, la designer textile Marion Chatel-Chaix a décidé de réitérer l'expérience l'année suivante – en dépit des mises en garde de ses amis.

« Boisbuchet est un petit cadeau que tu ouvres, que tu découvres, et que tu refermes, sans que l'effet puisse se reproduire plusieurs fois, » l'a prévenue Antonio Arico. Elle opte cette fois, « choix de gourmande, » pour la semaine de workshop menée par le designer culinaire Marc Brétilot.

Seuls deux autres français se sont inscrits, les cinq autres participants sont venus de beaucoup plus loin (on parle exclusivement l'anglais à Boisbuchet) pour explorer avec le chantre du design culinaire, qui enseigne la discipline auprès de l'ESAD de Reims, le thème « Nature et chocolat ».

Premier jour: la chaleur harassante, ennemie du stock de dix-huit kilos de chocolat qui fournit la matière première au workshop, inquiète Marc Brétilot. On procède au brief, les outils sont distribués, les consignes de sécurité et de rangement énumérées.

«*Everything is possible. Come to us with your ideas, explain what you want, and we realize them as close as we can as you imagined them*». «Merveilleux», pense Marion Chatel-Chaix, «un lieu où aucune idée n'est impossible. Où l'on ne vous regardera jamais

avec des yeux ronds comme des soucoupes si vous voulez tourner des carottes, meuler des courgettes, ou poncer des pommes de terre!».

« Le goût est une image »

Marc Brétilot donne à ses « disciples » attentifs sa définition du designer culinaire: quelqu'un qui a une vision d'ensemble de la chaîne agroalimentaire, qui peut intervenir sur les différentes étapes de la filière. « Le goût est une image. Une superposition de la vue (on commence par la perception visuelle de ce que l'on va goûter, évocatrice de souvenirs, de familial, d'inconnu...), du toucher (contact avec la main, puis le toucher avec les dents et la langue), et du goût (le mélange des saveurs, qui n'est autre qu'une culture qui se construit par les souvenirs). »

Viennent enfin quelques secrets & tournemains: pour avoir un chocolat qui cristallise bien (et craque quand on le casse), ne pas voir se former de traces blanches après séchage, il faut d'abord monter à une température autour de 50°C, puis redescendre à 27°C, avant de remonter tout en maintenant la température à 32°C. Les pistoles de diverses variétés sont dûment goûtées.

« Prendre le temps de les définir, de se rincer la bouche entre chaque avec un verre d'eau. Normalement, les «goûteurs professionnels» font ça dans des endroits neutres: pièce blanche, température moyenne, sans bruit. Nous avons les fesses dans l'herbe, nous entendons le bruit de la rivière, et surtout... il fait 40 degrés! Marc Brétilot a choisi ce thème pour le workshop, car c'est un matériau très technique à travailler, et il trouve intéressant d'en imaginer des scénarios de dégustation dans un endroit simple, brut, et naturel. En contraste avec cette matière habituellement travaillée dans des environnements très adaptés à ses contraintes et exigences. »

«Fruités», «boisé», «terreux», «rond en bouche», «salé», «iodé», «masculin», les élèves élaborent des portraits chinois des 6 chocolats, imaginant des associations de couleurs, et, plus surprenant, de films. « Cela nous aidera ensuite à imaginer nos premières ébauches de scénarii sur 2 chocolats de nos choix. Le premier chocolat, qui explose en bouche, avec des parfums de fruits des bois, m'amène à imaginer une histoire de conte de fées dans le royaume de Boisbuchet, où les baies seraient en chocolat, et en explosant en bouche rendraient le prince amoureux de la princesse! ». La designer « à sensibilité textile » est à Boisbuchet dans un élément à la mesure de sa fantaisie.

L'idée de façonner des perles de chocolat à déguster dans les moules géantes du lac est abandonnée au profit du moulage du chocolat dans l'eau glacée, «comme la matérialisation des bulles que l'on peut voir sur les photos de plongeurs prises sous l'eau.» Deux boîtes sont construites pour faire fondre le chocolat et maintenir les casseroles au chaud, au moyen d'une ampoule à filament et d'un variateur. «C'est suffisant pour que le chocolat reste liquide, sans une chaleur trop forte qui le ferait cuire. Cette technique est plus appropriée que le traditionnel bain-marie. Le chocolat est hydrophobe, et la vapeur d'eau, en retombant, risquerait de mêler des gouttelettes d'eau au chocolat.»

Moulages, enrobages, coulages... La nature environnante a été mise à contribution: tomates, glands, fleurs de courgettes, menthe sauvage, champignons vénéneux, galets géants, poire, écorces, branches, ronces, mûres se voient acouinés au chocolat.

Ses premières tentatives laissent Marion déconforte: « Les essais de solidifications dans un bac d'eau glacée ne rendent pas du tout l'effet que j'imaginai. Je pensais obtenir la matérialisation d'un plongeur, alors que le visuel reste plus proche de filaments que l'on peut simplement essayer de manier comme une écriture en 3 dimensions. »

Elle confie son désarroi à Marc Brétilot, qui, fidèle à sa façon de penser en dehors du cadre, évoque alors «le travail d'une artiste qui urine dans la neige: les formes en creux pourraient devenir des moules. L'idée d'utiliser la glace comme matériau de moulage se précise. J'utilise un glaçon déjà fait hier par Marc pour commencer mes expériences. Me voilà, perceuse en mains, à forer un glaçon géant! Je n'obtiens avec cette technique que des formes très régulières. Pour obtenir des formes plus organiques, j'essaie de faire couler de l'eau chaude dans ces tubes, en l'expulsant directement avec le pistolet à air comprimé pour ne pas qu'elle se re-solidifie directement au contact de la glace.»

« Jouer avec la patience, la gourmandise et le cycle des éléments... »

Nouvel échec relatif, qui conduit la designer à tester un nouveau script: «Utiliser les bulles de la glace

comme moule, au moment où l'eau n'est pas encore complètement solidifiée. Je crée donc un scénario autour de ça: toujours autour de l'eau, je décide que je poserai mes cubes géants au bord de la rivière, à côté du moulin, où il y a quelques petits tabourets en béton, installés à quelques pas du bord. Il faudra attendre que la glace fonde au goutte-à-goutte dans la rivière pour découvrir le chocolat et pouvoir le manger les pieds dans l'eau. Jouer avec la patience, la gourmandise et le cycle des éléments...»

Une collection de larges bacs et seaux en plastique sont emplis d'eau et glissés dans les congélateurs d'Alexander Von Vegesack, propriétaire compatissant du domaine. La chaleur précipite en un clin d'œil le premier essai dans l'eau du lac. Puis... «Enfin, les bulles me semblent intéressantes, je peux recommencer à percer la glace, pour faire sortir l'eau, et mouler le chocolat à la place. À la manière des œufs de Pâques, je ne crée pas un bloc de chocolat dans le moule mais vide le surplus pour créer une coque, qui pourra être cassée et mangée. Il faut aller très vite, pour ne pas que mes moules éphémères ne fondent! Et pour un matériau hydrophobe, qui ne doit normalement pas toucher l'eau et que l'on coule chaud, j'ai choisi le meilleur des moules! L'un des moulages ne prend pas, le chocolat se tasse et se solidifie dans le fond. Marc me propose de combler le reste de la bulle avec une gelée. Le moule retourne au congélateur pendant que je vais cueillir de la menthe sauvage pour en faire une infusion avant de la faire prendre en gelée.»

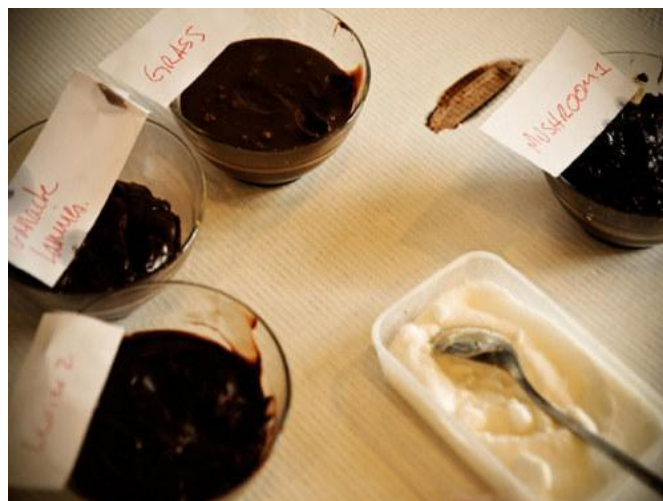
Tandis que Marion Chatel-Chaix s'évertue à percer des ouvertures tubulaires dans un bloc de glace au moyen d'un fer à chaleur, espérant les emplir de chocolat pour former des sucettes, Marc Brétilot crée une sucette en fils en chocolat. L'audace s'est emparée du petit groupe, les expériences les plus diverses sont tentées: tranches de champignon de Paris piquées sur le bâton, feuilles de menthe, poivre, sel, gingembre... « Belle trouvaille en guise de goûter! Nous décidons d'en faire une performance collective le lendemain, pour le dessert du dernier soir. Nous partons donc illico remettre des seaux d'eau dans le congélateur, nos futurs « plans de travail » glacés. Nous proposerons quatre goûts au menu: champignon, sel/gingembre, menthe, et poivre. »

Le dernier jour de l'atelier arrive. Une fois la pluie calmée, un parcours fléché «Iced Chocolate» est organisé, qui mène les curieux jusqu'au moulin. «Je démoule et je mets en place les glaçons géants sur les tabourets et au milieu des rochers de la rivière. Les visiteurs arrivent. Le chocolat est encore prisonnier des glaces. Je passe l'après-midi les pieds dans l'eau à regarder la glace fondre, goutte-à-goutte...» La pluie vient presque déjouer ses plans, mais la designer demeure pieds dans l'eau du lac, à attendre qu'enfin paraissent les grosses bulles de chocolat.

Le mot de la fin, Marion Chatel-Chaix l'offre à Marc Brétilot: « Il nous a beaucoup observés au cours des journées passées à nos côtés, et a élaboré lui-même

les textes accompagnant chaque projet. » Des bulles de chocolat, baptisées « Hibernatus » le maître écrit: « Remontant les temps immémoriaux, enfermée dans la glace, la forme géologique se dévoile au mangeur patient. Autre temps, autre temporalité. La gangue glacée qui enferme la cabosse fond lentement et retourne au court d'eau illustrant le cycle immuable des éléments. »

(Propos recueillis par Elodie Palasse-Leroux,
photographies Marion Chatel-Chaix)



A voir, lire ou écouter

Design à voir



Toge by Emmanuelle Moureaux (via dezeen)



Textile Moulded Chair par le Studio Hausen (via blog-espritdesign)



Chair 107 by Robert Stadler for Thonet (via dezeen)



Daphna Laurens Cirkel at Galerie Gosserez (via designboom)



Étagère SHELLF par KRISTALIA x Ka-Lai CHAN (via deco-design)



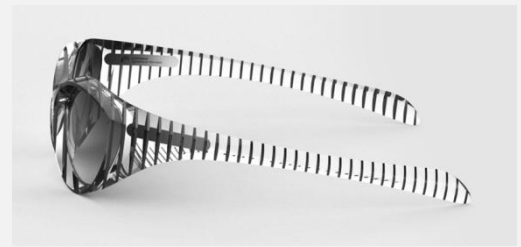
Fornasetti, at last! (via sleekdesign)



One piece, one edition (via abitare)



Matali Crasset: Infrasons at Mica Gallery (via designboom)



Ron Arad: PQ Eyewear (via designboom)



Cuatro Cuatros: 0° (via muuz)



Move Over FiveFingers: Biodegradable Footwear by 01M OneMoment (via core77)



Mobilier de Bureau OXYGÈNE par Arfeo (via deco-design)



Philippe Malouin: New Works - Gridlock 2 (via flodeau)



Iris Tables by Barber Osgerby (via mocoloco)



Collection de carafes par Aldo Bakker (via blog-espritdesign)

Design à lire ou écouter

[Design et Innovation Studies](#), un article de Jocelyne Le Boeuf (via [designethistoires](#)).

[Ex nihilo, le design n'apporte rien à l'entreprise](#), un article de Nicolas Minvielle (via [design-blog](#)).

[Enseignement de l'esthétique industrielle – Le cours Viénot](#), un article de Jocelyne Le Boeuf (via [designethistoires](#)).

[Want to create a great product? First, forget "user friendliness"](#), un article de Robert Hoekman (via [experientia](#)).

[Le design et les PME de l'instrumentation optique](#): l'agence Dici design a réalisé une étude pour Opticsvalley, avec le soutien du Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire, afin de mettre en valeur le surplus de compétitivité que peut générer un bon emploi du design (via [design4management](#)).

[The Tweaker – The real genius of Steve Jobs](#), un article de Malcolm Gladwell dans lequel l'auteur montre que le patron d'Apple était plus un "bidouilleur" qu'un inventeur à proprement parler (via [newyorker](#)).

[Véhicule électrique vs. smartphone – Usages et imaginaires du combiné e-voiture/iPhone](#), un article de Selma Fortin (via [strabic](#)).

[Le design, arme fatale des PME innovantes](#), un article de Frank Niedercorn (via [lesechos](#)).

[The Case for Starting a Design Revolution](#), un article de Michael Schrage, chargé de recherche au MIT Sloan School's Center for Digital Business (via [blogs.hbr](#)).

[Un contexte favorable au design, à la création et à l'innovation...](#), un article de Christian Guellerin (via [lesechos](#)).

[In Chair World](#), un article de by Sandra Hofmeister (via [stylepark](#)).

[Gestion de la connaissance, design et agence](#), un article de Nicolas Minvielle (via [design-blog](#)).

[La part du désir et du rêve dans l'innovation](#), une présentation réalisée par Stéphane Vial à l'Ecole de Design de Nantes Atlantique (via [reduplikation](#)).

[Design numérique: le droit à la tendresse](#), un article de Xavier de Jarcy qui parle des travaux de Jean-Louis Frechin (via [telerama](#)).

Brèves

Lauréate du Prix Design Durable de l'édition 2011 initié par Coca-Cola, Amandine Carrato Dia a transformé une bouteille PET en une lampe-animal appelée My Little PET. Ce prix récompense la créativité de jeunes designers qui doivent réaliser un objet original, utile et innovant à partir d'emballage de boissons selon le principe de recyclage (via [ardi-rhonealpes](#)).

La bouteille Gize, produite par O-I, a été distinguée aux Pentaward 2011, mais elle a également reçu le prix If communication design award, le prix If packaging gold award, et la récompense Red dot de la communication design. La Société canadienne d'Eau Minérale (CMW) a fait appel à O-I pour fabriquer cette bouteille aux lignes fines et fuselées et à l'agence de publicité "Zweipunknull". (via [ardi-rhonealpes](#)).

Le Bilbao Ecodesing Meeting 2011 (BEM 2011) avait pour ambition de donner une nouvelle impulsion à l'éco-design, mais l'éco-design conçu comme le design durable et responsable, dont le but est de favoriser la compétitivité des entreprises basques et échanger des connaissances. Il s'agit d'une nouvelle expérience qui réunira pour la première fois près de 300 spécialistes, dont le Pôle Eco-conception et Management du Cycle de Vie... (via [eco-conception](#)).

Totalgaz, qui entend rénover la perception de ses produits par le marché, lance un concours de design autour de sa bouteille novatrice Shesha. En laissant carte blanche aux étudiants, il espère aussi trouver de nouvelles applications de ses produits.

Helsinki Design Lab publie un guide sur l'ethnographie de conception. Il s'agit de replacer les pratiques de la réalité quotidienne, le contexte social, au coeur de la démarche de conception. Ce guide s'appuie sur des « actions terrains » de ce système vécues et expérimentées (via [helsinkiidesignlab](#)).

Les « cas d'utilisation »: une révolution pour le Design. Michael Schrage, chargé de recherche au MIT Sloan School's Center for Digital Business, donne sa vision de l'utilisation des « use cases » pour mener à bien un projet de design dans une organisation. Selon lui, les « cas d'utilisation » représentent un moyen sûr, peu coûteux et accessible pour structurer les besoins des utilisateurs en termes de résultats sans tomber dans le piège des exigences fonctionnelles... (via [Harvard Business School](#)).

« Deux années après sa création officielle, le Pôle Eco-conception et Management du Cycle de Vie conforte sa position de centre de ressources international en éco-conception pour les entreprises. Ainsi, après avoir organisé pour l'Union Européenne

un « side event » à l'occasion de la 19ème Commission Développement Durable en mai, après avoir été élu second meilleur projet d'accompagnement des PME à l'innovation au concours international des CCI à Mexico; l'association a témoigné sur ses activités lors du Green Design Forum de Lugano, et interviendra comme expert pour le Programme des Nations Unis pour la Protection de l'Environnement. (PNUE). » (via [mediaterre](#)).

L'Association Île-de-France Design (nom abrégé [If] Design) vient d'être lancée. On y retrouve, entre autres, Aurélien Blanc (aurblanc), Christophe Chaptal de Chanteloup (cc&a.), François-Xavier Faucher (Go2prod) et Emmanuel Thouan (dici design). Son objectif est la promotion de la démarche et des outils du design sur Paris et sa région. Plus d'informations sur le site [if-design.fr](#).

Concours: SYCOPARC, Syndicat de coopération pour le parc naturel régional des Vosges du Nord lance un concours « Bois Design Châtaigner », ayant pour objectif la création de nouveaux usages et produits du bois de châtaignier dans le domaine du mobilier, de la microarchitecture, et des aménagements extérieurs, en exploitant la matière dans l'un (ou plusieurs) de ses trois aspects principaux: perches, rondins fendus, bois tressés; bois massif; et châtaignier associé à d'autres matériaux. Ce concours est ouvert aux étudiants et jeunes diplômés de moins de 5 ans des établissements de design, d'arts appliqués, d'arts plastiques, des Beaux-Arts, d'architecture et d'ingénieurs de l'aire géographique « Rhin Supérieur ». Les inscriptions sont ouvertes du 1er décembre 2011 au 31 janvier 2012. Plus d'informations sur le site [concoursdesignchataignier](#).

Dany Boon va réaliser un film sur le design, où il jouera « un créateur-designer, une sorte de Philippe Starck... ça va être marrant », aurait-il déclaré au micro de RTL (via [news-de-stars](#)).

Designer's Days lancent un appel auprès des jeunes designers désireux d'exposer leurs projets dans le cadre de leur douzième édition qui se tiendra du 31 mai au 4 juin 2012. Date limite des dépôts de dossiers: 27 janvier 2012. Vous trouverez plus d'informations sur le site [designersdays.com](#).

Helsinki Design Lab publie un guide sur l'ethnographie de conception. Il s'agit de replacer les pratiques de la réalité quotidienne, le contexte social, au coeur de la démarche de conception. Ce guide s'appuie sur des « actions terrains » de ce système vécues et expérimentées (via [helsinkiidesignlab](#)).

Nous en parlions il y a un an ...

Nous en parlions il y a un an, sur notre site www.larevuedudesign.com.



Fight mediocrity ?

La marque automobile Subaru avait mis en ligne, en fin d'année dernière, une série de petites vidéos sur la thématique de la "médiocrité", censée démontrer la manière dont le consommateur moyen perçoit l'acte d'achat d'une voiture, moyenne elle aussi. Son objectif: mettre en valeur, par contraste, le nouveau modèle de la Subaru Legacy...

Les offres d'emploi

Designer / infographiste 3D

SAGUEZ & PARTNERS recherche un designer / infographiste 3D avec minimum 4 ans d'expérience et une parfaite maîtrise de Max – Vray + Post-prod Photoshop.

Vous avez une solide expérience en architecture intérieure et commerciale (magasins, centres commerciaux, restauration, bureaux...).

Vous êtes rigoureux, créatif et exigeant sur la qualité de vos rendus, jusqu'à l'image finale.

Merci d'envoyer votre CV + mini book PDF avec délais de réalisation pour les images à: accueil@saguez-and-partners.com

Via Design-fax

Directeur artistique junior

OUTSIGN recherche, pour travailler en collaboration avec la DA senior et renforcer son équipe créative, un DA junior en design graphique, créatif et autonome.

Capable de vous intégrer à une équipe pluridisciplinaire, vous êtes à l'aise avec des projets d'identité de marque, d'édition, de packaging ou de signalétique. Une facilité à comprendre et appréhender l'espace est indispensable pour ce poste. De formation supérieure d'arts appliqués, vous justifiez de 2 à 3 ans d'expérience en agence de design global. Maîtrise parfaite de Photoshop, Illustrator et Indesign.

Type de poste: CDD. Début du contrat: janvier 2012.

Envoyez votre CV, lettre de motivation et book à l'adresse suivante: amelie.dommange@outsign.fr

Via Design-fax

Chef de projet

FUTUREBRAND PARIS, agence de design global (groupe Interpublic), recherche un nouveau Chef de projet passionné et talentueux afin d'enrichir son équipe commerciale. Expérience exigée: 2 à 5 ans en agence. Rémunération: selon profil et expérience. Disponibilité: immédiate.

Profil. Lors d'expériences précédentes, vous avez réussi à vous rendre indispensable en mettant en avant votre sens de l'écoute et votre capacité à capter et anticiper les enjeux prioritaires de vos clients. Vous êtes passionné par la vie des marques et vous désirez participer aux réflexions en amont et à la définition des orientations stratégiques qui guideront les actions de l'agence.

Vous aimez travailler en équipe, proposer des idées et coordonner l'ensemble des intervenants impliqués sur un projet (équipes de création, prestataires extérieurs...). Vous êtes autonome, rigoureux, extrêmement bien organisé et vous vous attachez à tous les détails qui font de chaque projet une réussite. Vous maîtrisez parfaitement l'anglais et Microsoft Office. Faites-le nous savoir!

Envoyez votre CV à:

ressourceshumaines@futurebrand.com

Via Design-fax

DA senior branding, cosmétique/luxe

THE BRAND UNION PARIS recherche Directeur(trice) artistique senior. 5 ans d'expérience minimum. Si vous êtes hyper créatif(ve), que vous êtes habitué(e) à développer de grandes marques d'une manière transversale (du packaging jusqu'au point de vente), que vous êtes intéressé(e) par l'univers de la mode, que votre esprit d'équipe n'est plus à prouver et que vous avez du fun à revendre... votre profil nous intéresse!

Envoyer CV + book à:

adresse.recrutement@thebrandunion.com

The Brand Union, 26 rue Notre-Dame des Victoires, 75002 Paris.

Via Design-fax

Un(e) Maquettiste

Archibat recherche pour une prestigieuse Maison de Couture Franco Japonaise: Un(e) Maquettiste Intégré(e) au sein du département Architecture

Zone géographique: Ile de France

Début du contrat: Urgent

Durée du contrat: 1 mois

Rémunération: selon profil

Commentaires: Si cette proposition est susceptible de vous intéresser ou vous semble correspondre au profil d'une de vos connaissances, merci de me donner l'autorisation de recommander votre candidature ou celle de la personne envisagée, ainsi que de m'envoyer votre (son) CV actualisé à ce jour.

N'hésitez pas à me contacter au

j.cazier@archibat.com pour toute information complémentaire concernant le détail

Employeur: Archibat Europe

30 rue Faidherbe 75011 Paris

France Tél.: 01 42 71 71 01

www.archibat.com

Description de l'entreprise: Archibat, cabinet spécialisé en Ressources Humaines, Gestion de Carrière et Recrutement, dans les métiers du Retail, de l'identité Visuelle, de l'Immobilier et de l'Architecture, travaillant pour de grandes Maisons ou d'importants groupes

Via designjob

Designer Freelance (H/F)

Agence Malherbe Design

Description du poste: Curieux, sensible aux matériaux, vous avez un bon coup de crayon et une bonne interprétation du brief. Vous apporterez une nouvelle vision à un projet que vous saurez défendre auprès des équipes créatives.

Vous avez au moins 3 ans d'expérience en freelance ou en agence de création, vous avez une expérience en architecture commerciale ou en architecture d'intérieur.

Zone géographique: Ile de France

Commentaires: Vous avez une bonne connaissance technique, une bonne connaissance des matériaux et des procédés de fabrication.

Vous avez une parfaite maîtrise d'Illustrator, Photoshop.

Merci de nous adresser votre CV et minibook par mail à l'adresse suivante: myjob@malherbedesign.com
Employeur: Agence Malherbe Design

64 rue de Rome 75008 Paris

Description de l'entreprise: 'Créateur de commerce moderne'. Malherbe Design est une agence spécialisée dans la conception, la rénovation et la réalisation d'espaces de vente pour des enseignes de distribution et des marques. L'agence est organisée autour de pôles de création spécialisés, le luxe et les marques sélectives, la grande distribution et les enseignes de proximité.

Via designjob

Architecte d'intérieur

AVANTGARDE

Description du poste: Vous avez le sens des détails, l'esprit vif et une bonne capacité d'analyse. Vous savez marier à la perfection la créativité et l'originalité aux contraintes techniques. Vous n'avez pas de frontières créatives et vous êtes passionné(e) par le design produit, le mobilier et la mise en scène produits. Vous avez déjà exprimé votre talent à travers l'aménagement de points de vente, de sièges sociaux, de lieux d'exceptions... Vous n'avez pas de difficultés à vous intégrer dans une équipe.

> logiciel: maîtrise d'Autocad, Sketchup, Keyshot et la suite Adobe.

> expérience requise: minimum 2 ans d'expérience professionnelle(hors stages) dans une équipe intégrée ou en freelance.

Zone géographique: Rhône - Alpes

Type de contrat: Freelance ou CDD

Début du contrat: A définir

Commentaires: > études: vous êtes diplômé(e) d'une des écoles recommandées pas le CFAI
Employeur: AVANTGARDE

70 rue Claude Farrère 69003 Lyon

Tél.: 04 72 91 49 68

www.avantgarde-design.fr

Description de l'entreprise: Avantgarde design est une agence de design spécialisée dans l'univers du retail (corners de marque, shops in shop ou encore remodeling d'univers PDV, de sièges sociaux, de zones d'accueil, de showroom, de flagship... font partie de nos compétences) et de l'hôtellerie restauration.

> Vous pensez avoir le profil recherché? Faites nous parvenir CV, lettre de motivation

e-mail: job@plv-avantgarde.fr

Via designjob

Designer Produit

AVANTGARDE

Description du poste: Vous êtes ouvert d'esprit, curieux et avez une créativité hors pair. Votre sensibilité aux produits vous permet de conjuguer les aspects esthétiques et fonctionnels pour apporter une réponse cohérente. Vous n'avez pas de frontières créatives et vous êtes passionné(e) par les domaines de l'architecture, du mobilier et de la mise en scène

produits. Vous n'avez pas de difficultés à vous intégrer dans une équipe.

> logiciels: maîtrise indispensable de Sketchup, Keyshot, la suite Adobe...

> expérience requise: minimum 2 ans d'expérience professionnelle (hors stages) dans une équipe intégrée ou en freelance.

Zone géographique: Rhône - Alpes

Type de contrat: Freelance ou CDD

Début du contrat: A définir

Commentaires:

> études:

- BTS design de produit ou bien conception de produits industriels,

- Diplôme des métiers d'Arts (DMA),

- Diplôme supérieur d'arts appliqués (DSSA),

- Licence professionnelle et/ou masters en communication visuelle et design produit.

Employeur: AVANTGARDE

70 rue Claude Farrère 69003 Lyon

Tél.: 04 72 91 49 68

www.avantgarde-design.fr

Description de l'entreprise: Avantgarde design est une agence spécialisée dans l'univers du retail (corners de marque, shops in shops ou encore remodeling d'univers PDV, de sièges sociaux, de zones d'accueil, de showroom, de flagship... font partie de nos compétences) et l'hôtellerie restauration.

> Vous pensez avoir le profil recherché? Faites nous parvenir CV, lettre de motivation

e-mail: job@plv-avantgarde.fr

Via designjob

Designer Concepteur 3D

ONEBUYONE

Description du poste: Lier commerce, architecture et design vous intéresse!

Diplômé (e) d'une Ecole supérieure de Design ou d'Architecture, vous êtes créatif, pertinent, rigoureux, rapide dans l'analyse et talentueux dans les rendus. Vous maîtrisez parfaitement la 3D et les logiciels 3DS MAX, V-RAY, AUTOCAD, PHOTOSHOP et ILLUSTRATOR.

Vous avez une première expérience dans l'architecture commerciale et le merchandising (commerces et restaurants) et en tout cas un vif intérêt pour cet univers. Vous avez impérativement une expérience réussie d'au moins 3 ans acquise en agence de design ou d'architecture.

Nous vous proposons de rejoindre notre équipe et de concevoir ensemble les espaces commerciaux de demain.

Zone géographique: Ile de France

Type de contrat: CDI

Employeur: ONEBUYONE

53 rue de Paris 92100 Boulogne Billancourt

Tél.: 0155195555

e-mail: psanassy@onebuyone.fr

Via designjob

