



**FAIRE AVEC**  
*des objets et des gens*

# FAIRE AVEC

*des objets et des gens*

par Luce Aknin

Mémoire de fin d'études  
sous la direction de Gisèle Bessac  
ENSCI Les Ateliers  
2015

*Je souhaiterais remercier ma directrice pour son accompagnement riche et agréable,  
ma famille, pour m'avoir toujours appuyé dans mes choix,  
mon compagnon Tom pour avoir nourri mes réflexions et me soutenir chaque jour,  
et tous ceux que j'ai rencontrés sans lesquels ce mémoire ne serait rien :  
Christophe André, Christopher Santerre, Emile de Vischer, Emilie Vabre,  
Florian Delepine, Françoise Hugont, Laura Pandelle, Marie Rochu, Marie Coirié,  
Nathalie Crubezy et Marilou, Juliette et Marion du collectif Cochenko,  
Violaine et Véronique des Saprophytes, Sophie Coiffier, Thomas Lommée,  
Christian et son trampoline, Philippe Fernandez, Anna, Eric et ses bateaux,  
John Lvoff, Marinette et François, Lucienne, Abdel Moulah et Younés,  
Brahim Dehbi, Mona, Eliane et Florence Aknin, et j'en oublie sûrement plein !*

**9** INTRODUCTION

**15** PARTIE 1 / PRODUCTION ET INDUSTRIE

- 16 1.1. Le rêve démocratique
- 20 1.2. Le gaspillage créatif
- 26 1.3. Gadgets et aliénation
  - Le fonctionnalisme de l'absurde
  - La symbolique sociale
  - L'illusion du choix
  - Vers une remise en cause

**45** PARTIE 2 / MUTATIONS

- 46 2.1. Une société en recomposition
  - Transformation de notre rapport au temps
  - Transformation de l'économie
  - Paradoxes associés
- 60 2.2. Changements de rôles
  - Consommateurs / producteurs?
  - De la pratique à la fonction
  - Bricolage

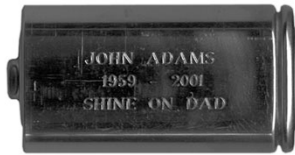
**71** PARTIE 3 / DESIGN, MÉTHODES ET OUTILS

- 72 3.1. Observations
- 78 3.2. Laisser advenir
- 86 3.3. Interpeller
- 94 3.4. Lâcher prise
  - Accompagnateur?
  - Designer to prosumer?

**107** CONCLUSION

**113** BIBLIOGRAPHIE

# Introduction



AFTER LIFE PROJECT.  
Auger-Loizeau, 2010.  
Processus de confection de piles réalisées grâce à l'énergie  
de décomposition d'un corps humain dans son cercueil.

Ce mémoire est une trajectoire de recherche.

Lors de mon dernier semestre dans l'atelier portant sur la classe connectée, le projet que j'ai mené, l'atelier citoyen, a révélé en moi un désir d'engagement social dans ma démarche de designer. Il s'agissait de développer l'implication citoyenne chez les enfants par l'installation d'une signalétique urbaine personnelle dans l'espace public. Je souhaitais alors que mon travail amène à une prise de conscience par les usages réinventés d'objets du quotidien. Mon mémoire devait donc parler d'objets, mais surtout d'un sujet de société.

J'ai d'abord cru que je souhaitais traiter des objets qui marquent une transformation de notre rapport aux autres, de notre naissance à notre mort : de l'objet lié à un rituel de passage au simple produit du quotidien, du premier soutien-gorge, au rasoir ou masque funéraire, en passant par la carte bleue. Le point de départ était de tisser des passerelles entre des environnements socio-culturels différents, des typologies d'objets différentes, et voir comment ceux-ci peuvent nous interpeller sur nos propres pratiques de symbolisation d'un changement dans la vie, ici et aujourd'hui.

Ma méthode aurait été celle d'une collecte hybride, dont les rapprochements dégageraient des pistes de développement d'objets futurs et/ou fictifs, symboles de possibles transformations de société, objets du quotidien revisités pour rendre visible tel ou tel changement dans la vie. J'ai donc commencé par rencontrer des gens. Je les appelais et leur demandais s'il pouvaient réfléchir à un objet dont ils voudraient bien me parler et qui les avait marqués.

J'ai rencontré :

Abdel Moulah (le banjo), Younes (le livre), Anna (la caisse de Carlsberg), Lucienne (la petite Bible), Philippe (la maquette d'allumettes), Eric (les bateaux du jardin du Luxembourg), François (le bas-relief), Marinette (le bracelet), John (la jarre), Marilou (Arsène), Christian (le trampoline) et ma grand-mère (les escargots).

Mais alors que je pensais vouloir traiter ce sujet, je me documentais, à tâtons, et rencontrais aussi quelques acteurs du vaste domaine de

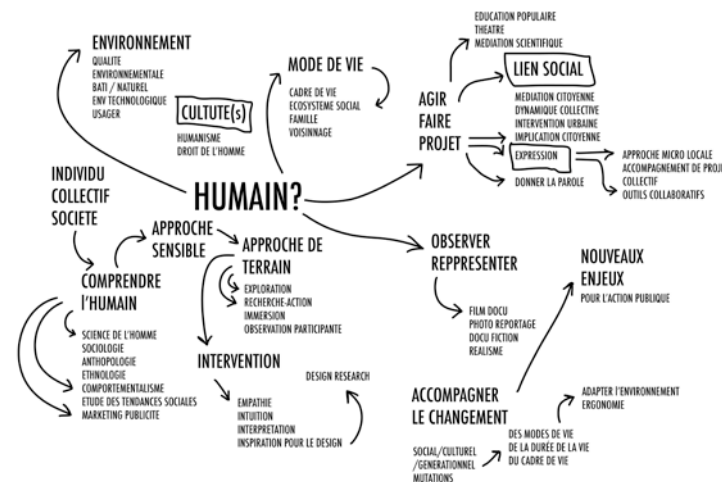
l'innovation sociale. Progressivement, je me suis aperçue que l'aspect affectif des objets et la notion de rituel ne constituaient pas le cœur de ma réflexion, et j'ai compris que je ne pouvais pas écarter la question de la conception même de l'objet, essentielle dans ma pratique. Mon sujet était en train de muter.

L'inauguration du nouvel espace de la 27<sup>e</sup> région, SuperPublic, m'a fait prendre conscience que je souhaitais réellement participer et prendre place dans cet écosystème nouveau pour moi, sans pour autant oublier mon goût pour la conception et formalisation même des objets. Mon objectif personnel pour ce mémoire a été de situer les différents acteurs et démarches qui m'intéressent pour pouvoir m'engager sereinement dans mon projet et ma pratique professionnelle.

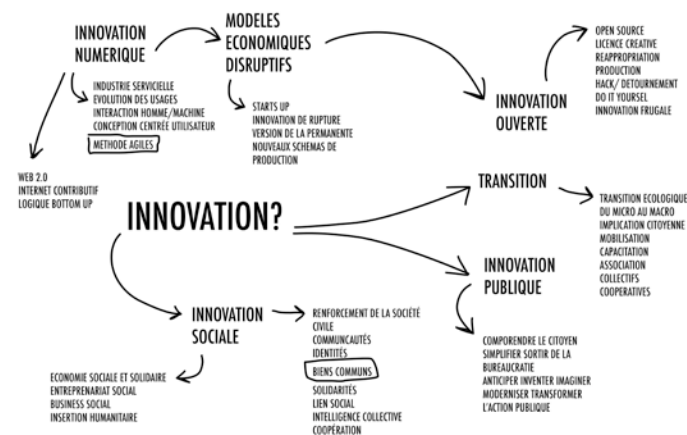
Dès lors, j'ai interrogé dans mes recherches ce qui m'interpellait naturellement lorsque je me confrontais au domaine de l'innovation sociale : la fabrication d'objets par les gens.

La question que j'ai cherché à creuser dans ce mémoire est donc : comment le grand public parvient-il à se réappropriier les outils de production et de conception de ses objets, et quel peut être son rôle désormais dans le processus d'élaboration d'un produit ? Mais aussi, indirectement, quelles nouvelles formes d'outils le designer peut-il imaginer et mettre à disposition de celui-ci ? Le bricolage étant une discipline familiale, il n'est pas si surprenant que mes investigations aient abouti à la révélation de cet intérêt profond. Si je n'aborde pas directement dans ce mémoire la question des formes de ces nouveaux outils ni celles devenues possibles grâce à ces derniers, il n'en demeure pas moins que le design de ceux-ci a autant d'impact sur la forme des productions que sur le processus de fabrication lui-même. Parler de processus permet finalement de mieux voir l'objet produit par celui-ci.

Bien que de prime abord déconnectés de ma problématique, j'ai souhaité toutefois donner à voir certains des entretiens que j'avais réalisés au début. A mesure que j'avais dans mes lectures, ces témoignages vivants et sensibles ont en effet pris un sens nouveau pour moi : les rencontres sont le moteur de ma pratique,



FRESQUE MURALE.  
s. n., 2014.  
Schémas-fresques murales de l'espace SuperPublic



y compris de recherche. D'autre part, je crois que ces histoires soulignent subrepticement l'importance pour moi du pouvoir évocateur et de la charge affective des formes et des objets pour les gens. C'est pourquoi elles viendront ponctuer mon mémoire au fil du texte sans y être articulées directement. Les illustrations qui les accompagnent ont également été réalisées par chacune des personnes rencontrées. Mes questionnements n'étant pas ceux d'une experte de l'innovation sociale, ces anecdotes témoigneront je l'espère de mon intention de rentrer par le tangible dans la vie des gens.

J'ai, dans ce mémoire, relevé les questions personnelles que me posaient les différents modèles de production et de conception, et interrogé leur pouvoir d'interpellation, d'émancipation, ou de simple divertissement. Je ne fais pas ici l'apologie des imprimantes 3D ni d'outils particuliers, même si je les évoque, car faisant désormais partie du paysage de la conception collaborative. Je n'ai pas non plus traité directement des enjeux associés à la transition écologique, car ils me semblaient sous-jacents aux démarches que j'ai abordées, et aurait constitué à eux seuls un mémoire entier. Celui-ci s'organise comme suit : La première partie décrit les espoirs portés par le modèle industriel en place depuis la révolution industrielle. La seconde partie aborde plutôt les transformations sociétales plus récentes et comment celles-ci amènent à une redistribution des rôles. Enfin, la troisième partie questionne le rôle du designer, les outils dont il dote le grand public pour permettre à celui-ci de participer à la définition de ses besoins.

*Faire avec*, c'est s'adapter continuellement aux contextes comme aux personnes impliquées, à l'image du bricoleur en constant repositionnement, et c'est aussi penser le projet d'emblée comme collectif, contributif, et ouvert. Il ne s'agit pas d'établir un panorama exhaustif du problème de l'engagement et de la participation dans les initiatives de productions alternatives, d'autant plus que je découvrais ce domaine à mesure que j'avais dans ma recherche, mais plutôt d'observer les paradoxes que ceux-ci comportent, et porter un regard critique et raisonné sur ces pratiques pour mieux me positionner et poursuivre ces réflexions par la suite.

# Production et Industrie

**1.**



## 1.1. LE RÊVE DÉMOCRATIQUE

J'ai commencé mes études à l'Université Technologique de Compiègne, dans la filière *Ingénierie du Design Industriel*, où l'on forme des *ingénieurs-designers*. Dès ses origines, l'UTC portait l'espoir de former des *ingénieurs-philosophes* à même de penser les enjeux sociétaux sous-tendus par leurs innovations. C'est certainement entre autres pour cela qu'elle héberge de nombreux laboratoires de recherches de sciences humaines et des chercheurs renommés parmi lesquels Bernard Steigler, John Stewart, ou Yann Moulier-Boutang. Organisée selon un modèle d'université américaine, chacun se constitue son parcours personnalisé, mais est tenu d'assister à plusieurs cours dits de *culture générale* (économie, philosophie, sciences cognitives...). Cette prise de recul engendre pour certains un sincère dévouement qui se réalise par exemple dans les actions humanitaires et missions de développement local. Beaucoup s'investissent dans un VIE (Volontariat International en Entreprise) en sortant de l'école. D'autres, plus *décroissants*, décident de monter une bergerie dans le Périgord ou devenir moniteur de plongée. Bien sûr, je ne dresse pas là un panorama exhaustif. Pour autant, j'ai pu constater combien les élèves ingénieurs semblent convaincus que les systèmes innovants qu'ils vont développer vont s'immiscer dans la vie quotidienne du grand public et améliorer leurs conditions de vie. La foi dans le progrès technologique, l'innovation, ou la science paraît quasi inébranlable. Le philosophe Charles Taylor, dans *Le malaise de la modernité*, décrit le phénomène consistant à mesurer la réussite d'un projet à son efficacité maximale pour arriver à ses fins<sup>1</sup>. Ici, plus qu'une simple *rationalophilie* - ou *primauté de la raison instrumentale* -, les concepteurs de demain paraissent mus par une réelle philanthropie.

Cette conception du progrès n'est pas nouvelle. Lors de la révolution industrielle du XIX<sup>e</sup> siècle, l'industrie portait cet espoir d'un monde plus égalitaire. D'abord, l'industrialisation permettrait l'accès des classes moyennes ou modestes à certains objets devenus abordables car standardisés par la production en série, la standardisation

1. Charles TAYLOR, *Le malaise de la modernité*, Paris, ed. du Cerf, 2010, p. 12.

des pièces mécaniques ayant abaissé par exemple le prix du modèle T d'Henri Ford à 95 dollars, tout comme son équivalent allemand Volkswagen, qu'on appelait alors la *voiture du peuple*. Michel Chevalier, économiste et chef de la délégation française à l'Exposition universelle de Londres déclarait sans la moindre hésitation dès 1851 : « **Quiconque a observé les traits distinctifs de notre époque ne peut mettre en doute que nous soyons au milieu d'une transition merveilleuse qui nous amène rapidement à la grande destination vers laquelle tous les événements de l'histoire ont acheminé nos pères et nous, l'unité de la race humaine** »<sup>2</sup>. Dans le même sens mais des années plus tard, Hermann Muthesius, l'un des chefs de file du mouvement britannique Art&Craft, soutenait que le développement industriel était devenu « **une composante civilisatrice de premier ordre** [notamment grâce à] **l'éclosion d'appareils culturels, offrant la liberté aux nécessaires, et ouvrant ainsi la voie au nivellement des classes, en proposant à tous les mêmes objets** »<sup>3</sup>. Le progrès industriel nous guiderait donc incontestablement de sa *main invisible*<sup>4</sup> vers un monde meilleurs, plus juste et plus démocratique. « **La réduction géographique des distances physiques grâce aux voies de communication vaut réduction des distances sociales, c'est-à-dire œuvre de démocratie : améliorer la communication... c'est faire de l'égalité et de la démocratie. Des moyens de transport perfectionnés ont pour effet de réduire les distances non seulement d'un point à un autre, mais également d'une classe à une autre** »<sup>5</sup>. Le développement des transports

2. Michel CHEVALIER, *L'exposition universelle de Londres considérée sous les rapports philosophique, technique commercial et administratif, au point de vue français*, Paris, L. Mathias, 1851, p. 36. Extrait de Alexandra MIDAL, *Design, Introduction à l'histoire d'une discipline*, Paris, Pocket, 2009, p. 18.

3. Hermann MUTHESIUS, *Travail manuel et production de masse*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1978, p. 326. Extrait de Alexandra MIDAL, *Design, Introduction à l'histoire d'une discipline*, Paris, Pocket, 2009, p. 82.

4. Concept développé par Adam Smith dans *La richesse des nations*, selon lequel les marchés seraient par nature autorégulés et conduiraient à l'harmonie sociale.

5. Michel CHEVALIER, *Lettre sur l'Amérique du Nord*, vol. 2, Paris, Gosselin, 1836, p. 3. Extrait de Pierre MUSSO, « De la socio-utopie à la techno-utopie », in *Manière de voir* n°112, août-sept 2010.

répartirait donc de façon plus équitable les matières premières rares de la planète et amènerait la connaissance et la *civilisation* aux populations isolées. L'affirmation était bien entendu extrêmement forte dans le contexte de l'époque coloniale, mais la même foi dans l'unité de la population mondiale grâce à l'industrialisation s'est retrouvée plus tard à de nombreuses reprises : lors du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) par exemple, permettant d'effacer toute notion de temps, de distance, ou de spécificités locales pour rassembler les hommes grâce au savoir mondialisé de la télévision ou plus récemment d'Internet. Il n'est pas rare d'entendre que le progrès technologique d'Internet va permettre de démocratiser l'accès aux connaissances, à l'information, aux plus pauvres. Sugata Mitra, enseignant en technologies éducatives à l'Université de Newcastle, a par exemple déposé des ordinateurs extrêmement basiques, dans lesquels il avait préalablement placé un nombre incalculable de contenu anglophone technique et scientifique, dans un village isolé en Inde. Il affirme que lorsqu'il est revenu six mois plus tard, les enfants s'étaient formés seuls à l'anglais et avaient compris la quasi intégralité des contenus. Ces bonnes intentions ont malheureusement parfois conduit à la construction de villes ou hôpitaux totalement désaffectés car parachutés quelque part sans considération des besoins locaux.

Mais l'industrie n'a pas attendu Internet pour être considérée comme une force démocratique et le design industriel a aussi contribué depuis longtemps à cet élan. On peut citer par exemple les espoirs fondés par le courant Streamline dans l'industrie américaine florissante des années 30 et ses tentatives pour rendre accessible et intelligible certains appareils au plus grand nombre. Si l'on retient aujourd'hui de ce mouvement ses objets aux formes aérodynamiques et élanées, on oublie que le capotage opéré pour cacher les mécanismes avait pour vocation initiale une démocratisation du design aux objets de grande consommation. Leur volonté était vraiment de faire « **un design véritablement populaire** »<sup>6</sup>. L'objet devient en effet plus lisible par le grand public lorsque l'on opacifie les zones avec lesquelles l'utilisateur n'a, *a priori*, pas à interagir pour les fonctions prescrites dans le mode d'emploi. Autrement dit, lorsque seule la zone de commande cerclée de rouge dépasse de la forme oblongue,

6. Alexandra MIDAL, *op. cit.*, p 72.

nul doute que c'est ici que l'on devra opérer. C'est ainsi que les moteurs, autrefois accessibles aux utilisateurs, se sont vus recouverts pour mieux rendre visible la jauge d'huile ou les éléments que l'on doit manipuler selon l'utilisation précautionnée ; même chose pour les imprimantes ou les appareils électroménagers, (c'est tout juste parfois s'il ne faut pas jeter la lampe quand l'ampoule est cassée, par manque d'accès à certaines zones). Cette méthode, outre qu'elle semble prendre les utilisateurs pour des incompetents - il faudrait réduire l'écart entre les technologies de plus en plus complexes et les gens - , est redoutable car non seulement déresponsabilise le fabricant, entrave les actions de l'utilisateur sous prétexte de les sécuriser, mais en plus oblige ce dernier à faire appel au service après-vente du fabricant. Elle lie l'utilisateur aux services du producteur. C'est la marque de fabrique des produits Apple, où seul un bouton quasi invisible rompt la continuité de la coque inviolable, et qui depuis quelques années s'est dotée d'un impressionnant service de réparation, où des informaticiens branchés vous proposent une multitude d'alternatives au *Genius bar* du magasin. La marque est d'ailleurs en nette hausse chez les personnes âgées, peu à l'aise avec les technologies numériques, et ce probablement parce que l'interface paraît plus lisible grâce à l'affichage partiel des informations.

## 1.2. LE GASPILLAGE CRÉATIF

Comme l'exprime Hannah Arendt dans *La condition de l'homme moderne*, « *La réalité et la solidité du monde humain reposent avant tout sur le fait que nous sommes environnés de choses plus durables que l'activité qui les a produites, plus durables même, en puissance, que la vie de leurs auteurs* »<sup>7</sup>. Alors que par le passé « *La vie s'écoulait au sein d'un système d'objets relativement stable, [à l'image du Moyen-Age où] que l'on ait été pauvre ou riche, paysan ou seigneur, on se transmettait d'une génération à l'autre non seulement le toit paternel mais aussi le mobilier et même certains vêtements* »<sup>8</sup>, nous évoluons désormais dans un système d'objets *instable*. Dans une moindre mesure, je me souviens avoir vu mon frère benjamin porter les habits du cadet au même âge, lui-même portant ceux du fils de nos voisins. Je me souviens de la malle d'habits d'enfant. Et pourtant, lorsque ma petite sœur est née, l'aspect un peu jauni de ceux-ci a signé leur renouvellement, peut-être pas tant à cause du vieillissement du tissu que du statut social. C'est d'ailleurs un exercice difficile que de se souvenir d'un objet que l'on possède depuis la naissance, ou qu'on a vu au côté d'une personne toute sa vie. Pour ma part, il s'agit d'une armoire bretonne lourde et encombrante, autrefois dans la maison de mon arrière-grand-mère, et qui n'a pas changé de place depuis ma naissance ou presque. Malgré mes multiples tentatives, enfant, pour m'en débarrasser, mes parents n'ont jamais cédé, peut-être autant par conscience familiale que par flemme de déplacer le monstre. Quant à mes arrière-grands-parents, renouveler leurs meubles ne leur serait certainement pas même venu à l'esprit.

Cet effritement de notre relation aux objets conduit naturellement à la transformation de notre échelle de valeur. Comme le souligne Ezio Manzini dans *Artefact*<sup>9</sup>, l'objet standardisé devient certes plus acces-

7. Matthew B. CRAWFORD, *Éloge du carburateur, Essai sur le sens et la valeur du travail*, Paris, La Découverte, 2010, p. 23.

8. Ezio MANZINI, *Artefact, vers une nouvelle écologie de l'environnement artificiel*, Paris, ed du centre Georges Pompidou, 1991, p. 225.

9. Ezio MANZINI, *op. cit.*, p. 221.



*The auction for this Significant Object, with story by Adam Davies, has ended. Original price: \$1. Final price: \$14.50.*

MR. YODELS

*Love Totem. "Sylvia St. Etienne" edition. This is the only witness to — or, some say, the cause of — the tragic death of legendary chanteuse and muse to famous Ecuadorian footballer Francisco Chavarria NOT AN IMITATION! Authentic*

*Condition: The artifact is in good condition. Some slight damage, consistent with the violence of the wreckage, on the Tres Marias rabbit headpiece and on the hand-painted ovoid eyes. Otherwise the piece is exquisitely preserved, including (as required by the folk magic tradition)*

*Mr. Chavarria's "plasma donation."*

MR. YODELS.  
Significant Objects Project, 2009. Site internet: <http://significantobjects.com>  
Objet de seconde main, associé à une brève histoire d'un auteur renommé,  
et vendus sur le site de vente aux enchères Ebay.

sible, mais il est de ce fait banalisé et perd de sa *valeur d'échange*<sup>10</sup>. Il est alors admis que s'il n'a plus de valeur, on peut le jeter et le remplacer et *sa consistance physique est peu durable*. Qui lèguerait aujourd'hui sa balance électronique ou son fer à repasser à ses enfants ? La transmission d'une dot de mariage, d'un meuble, d'un bijou, d'un stylo ou d'un couteau n'a plus qu'un côté folklorique auquel plus grand monde ne s'attache, en témoignent les héritages entiers vendus aux enchères ou déposés sur le trottoir. On veut se débarrasser à tout prix, on donne même nos meubles à de parfaits inconnus. Il existe maintenant des sites internet spécifiques qui font le bonheur des antiquaires. Et puis on fait des brocantes, mais là où l'intention pouvait être de se défaire des objets dont on ne se sert pas, nous nous faisons la plupart du temps rattraper par une consommation frénétique, et on achète plus de bricoles qu'on en a vendues... Dans son ouvrage *Les objets de rencontre*, Lise Beninca, écrivain public en résidence chez Emmaüs, raconte comment les vendeurs de l'enseigne établissent les prix des objets à vendre. Les cuisinières, frigos et autres matériels électroménager, d'ordinaire coûteux, sont offerts à un prix symbolique très faible, car les personnes se déplaçant à Emmaüs pour trouver un frigo sont généralement modestes. Et les objets de décoration ornementaux et babioles sont eux annoncés au prix que le vendeur estime pouvoir les acheter lui-même. L'évolution de notre relation aux objets conduit ainsi les gens à juger de la valeur d'un produit indépendamment de ses caractéristiques propres.

Et si nous espérions que le modèle productif industriel amènerait une baisse du prix des produits pour le consommateur il n'en est rien. Cette banalisation des objets industriels s'est en réalité associée à une nouvelle stratégie pernicieuse conjuguant l'*obsolescence programmée* - limitation délibérée de la durée de vie des biens de consommation par l'Industrie à des fins d'augmentation de la consommation et des profits - et le crédit à la consommation. Les exemples de produits conçus de cette façon sont infinis, depuis l'ampoule jusqu'à l'imprimante. Certains industriels iraient même jusqu'à placer des puces électroniques limitant le nombre d'impression de

10. La *valeur d'échange*, par opposition à la *valeur d'usage* (l'utilité concrète du bien) est une propriété de la marchandise qui permet de la confronter avec d'autres marchandises sur le marché en vue d'un échange à priori pécunier.

ces dernières à 18000 exemplaires. Mais ce principe ne serait pas opérant sans un système permettant aux individus de consommer plus que ne leur permet leurs revenus. Le crédit à la consommation, promu comme un bienfait capacitant et un acte généreux de la part des banques, a contribué à libérer ce désir de consommation sans cesse inassouvi. Celui-ci permet d'une certaine façon de louer l'appareil désiré à la banque le temps nécessaire à son paiement complet, durée généralement calculée pour qu'il tombe en panne ou soit démodé au terme du paiement. Il permet ainsi un renouvellement permanent de ses appareils car introduit subrepticement dans l'esprit de l'utilisateur l'idée que l'objet n'est pas durable, ni même conçu pour l'être - à l'image du développement des appareils photo jetables, des accessoires médicaux jetables, des vaisselles en carton, et tout le matériel antérieurement durable devenu aujourd'hui consommable... Lorsque autrefois les appareils étaient garantis à vie par les constructeurs, comme un gage de qualité, il arrive qu'on propose aujourd'hui au client de choisir la durée de garantie. Comme une sorte de pari, nous tentons d'évaluer à la vue de l'objet ou la réputation de sa marque, le risque qu'il tombe en panne dans X années et l'assurons en conséquence. Selon l'économiste Joseph Schumpeter, toute économie va nécessairement de pair avec ce qu'il appelle la *destruction créatrice*. Selon lui, l'innovation, force motrice de l'économie, implique naturellement une destruction simultanée. Il prend alors cette métaphore de la voiture : « **Les automobiles, parce qu'elles sont munies de freins, roulent plus vite que si elles en étaient dépourvues** »<sup>11</sup>. Ce processus dynamique produit de nouvelles activités économiques et par là même en fait disparaître d'autres.

L'acte de jeter est même parfois élevé au rang de service rendu à la société. Christine Frederick, à la fin des années 20, utilisait le terme de gaspillage créatif pour désigner « **la perte indispensable au bon fonctionnement de l'économie** »<sup>12</sup>. Comme l'explique la théori-

11. Joseph SCHUMPETER, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Payot, 1943, p. 128.

12. Ellen LUPTON et Jack Abbott MILLER, *The Bathroom, the Kitchen, and the Aesthetics of Waste: a Process of Elimination*, catalogue d'exposition, New York, Kiosk, 1992, p. 2. Extrait de Alexandra MIDAL, *op. cit.*, p. 29.

cienne du design Alexandra Midal, le *Traité d'économie domestique*<sup>13</sup> de Christine Frederick, en rationalisant les efforts de la ménagère dans sa cuisine à des fins utiles, a « **propulsé les déchets à la hauteur de production positive, valorisant la destruction et le renouvellement des objets à la fois comme un plaisir et un acte socialement utile** »<sup>14</sup>. Nous renouvelons donc nos appareils, dans un premier temps, pour faire vivre l'économie. Une femme qui n'est pas usée par le travail quotidien consomme plus. Certaines continueront inconsciemment leurs activités ménagères, mais l'essentiel est qu'aucune ne ressente de contraintes. Désormais, nous pouvons nous adonner à nos loisirs favoris et nous faire plaisir durant notre temps libres, « **passivité quotidienne fabriquée et contrôlée par le capitalisme** »<sup>15</sup>, qui en promettant d'élever le niveau de vie nous vend en réalité du repos et augmente notre consommation de loisirs.

Si détruire devient synonyme de bénéfices économiques et sociaux, alors qu'en est-il des épidémies, des catastrophes naturelles, des guerres? Doit-on elles aussi les considérer comme créatrices de richesses, utiles aux avancées de la médecine, au renouveau architectural, aux d'innovations technologiques, dans la mesure où elles augmentent le PIB?

13. Christine FREDERICK, « The new housekeeping » in *Lady's Home Journal*, USA, sept. dec., 1912.

14. Ellen LUPTON et Jack Abbott MILLER, *op.cit.*

15. Guy DEBORD, *Internationale situationniste* (article « Perspectives de modifications conscientes dans la vie quotidienne »), Paris, ed. Librairie Arthème Fayard, 1997 (1961), pp. 218-225.

PLAYTIME.  
Jacques Tati, 1967.  
Extrait du film.



### 1.3. GADGETS ET ALIÉNATION

Le modèle de production industriel a changé notre rapport aux objets de façon inquiétante, la standardisation entraînant la banalisation, entraînant à son tour la destruction et la surenchère de consommation. Arlette Despond-Barré dans son article *Agir sur le monde*<sup>16</sup>, porte l'espoir d'une prise de conscience que les technologies cessent d'apparaître comme une fin en soi. Elle déclare : « **Il faut y penser avant et non pas après car le monde, la terre, se remplissent d'outils technologiques rapidement obsolètes et de camelote dont il faudra trouver le moyen de se débarrasser.** [Malheureusement] **Il n'y aura pas d'An 01 qui marquerait le premier jour du premier mois de la première année sans technologie aucune** »<sup>17</sup>. Le documentaire d'Arte *Prêt à jeter* témoigne en cela de l'horreur des zones d'Afrique où l'Occident décharge ses produits électroniques hors de fonctionnement sous couvert de geste humanitaire et de démocratisation de produits d'occasion. Les scénarios de Science-Fiction où l'homme est réduit à s'alimenter de produits issus de ses propres excréments ou cadavres n'est hélas pas très loin.

#### Le fonctionnalisme de l'absurde

Quels ont été les critères et enjeux que se donnaient à résoudre ces objets pour qu'ils deviennent obsolètes si rapidement ? Nous constatons, comme le faisait Jean Baudrillard, que de plus en plus d'objets répondent au besoin chronique de systématiser une fonction accessoire. Dans *Le système des objets*, ce dernier critique la *superstition fonctionnelle* où « **pour n'importe quelle opération, il y a, il doit y avoir un objet possible** »<sup>18</sup>, de la même façon qu'il y a un Saint pour tous les jours de l'année, le tout étant « **de le fabriquer et**

16. Brigitte FLAMAND, *Le design, essai sur des théories et des pratiques*, Paris, ed. du Regard, 2006, p. 74.

17. *ibid.*

18. Jean BAUDRILLARD, *Le système des objets*, Paris, Gallimard, 1978, p. 160.

*de le lancer au bon moment* »<sup>19</sup>. Le registre de la cuisine regorge d'exemples d'épluche-légume, racloir à beurre et autres, chaque année réinventés au concours Lépine et dont les usages restent pourtant toujours aussi dérisoires. Ce sont souvent d'ailleurs ceux qui condamnent le plus l'hégémonie des gadgets qui succombent à l'apparente fonctionnalité de ceux-ci : nos grands parents, notre oncle un peu conservateur... Mon grand père collectionne ainsi, inconsciemment, les casse-noix, ma grand-mère les accessoires de cuisine, eux qui n'ont pas changé d'ordinateur depuis 15 ans. Le gadget, cousin de l'objet de collection, pousse à une quête toujours insatisfaite. Or il vient un moment où l'objet censé libérer l'utilisateur devient plus un objet d'aliénation. Ivan Illich soutient que le recours aux marchandises produites par d'autres engendre une demande destructrice encore plus grande, de la même manière qu'une plante qu'on abreuve trop, meurt. Il insiste sur ce point de *basculement* où la marchandise devient un obstacle qui empêche l'homme d'être l'artisan de son devenir. Il prend alors l'exemple de l'automobile. Lorsque l'on met bout à bout le temps passé à gagner de quoi acquérir une voiture et ses charges d'entretien (indispensables pour la faire rouler), et que l'on compare ce temps au nombre de kilomètres parcourus, on arrive selon ses calculs à une moyenne de 6 km/h, soit la vitesse de marche standard. C'est le *seuil contre-productif*<sup>20</sup>.

Une autre caractéristique des gadgets qui se sont multipliés depuis l'avènement du modèle productif industriel est leur sur-spécification. On a vu émerger une tendance au développement de produits *fermés*, automatisants une fonction délimitée à l'extrême, comme par exemple le ciseau zigzag pour papier ou encore celui aux mille lames pour herbes aromatiques. La chanson de Boris Vian *La plainte du progrès*<sup>21</sup> en est une parodie exemplaire avec ces armoires à cuillères, cire-godasses, repasse-limaces, tabouret à glace, le chasse-filou, tourniquette à faire la vinaigrette, ratatine-ordures, le coupe-friture, efface-poussière, chauffe-savates, canon à patates, éventre-tomate,

19. Ernest DICHTER. Extrait de Jean BAUDRILLARD, *Le système des objets*, Paris, Gallimard, 1978, p. 177.

20. Concept développé par Ivan Illich dans *La convivialité* (1973).

21. Boris VIAN, *La plainte du progrès*, France, clip musical, 3 min. 23, 1956.  
<https://www.youtube.com/watch?v=9PTqTjH5c0>



SANS TITRE.  
Allan Grant, 1947.  
Photographie pour le magazine Life.

SURDOUÉ, SURCONFORT, SURMONTRE.

Inès Khoudja, 2014.  
Travail d'écriture illustrant la notion de « luxe ».

une pince à linge  
AVEC GÉOLOCALISATION.

une pince à linge  
COUPE-VENT.

une pince à linge  
AVEC TECHNOLOGIE WATER SAVER INTÉGRÉE.

une pince à linge  
AVEC DÉCROCHAGE INTELLIGENT.

une pince à linge  
AVEC SYSTÈME DE VENTILATION MÉCANIQUE CONTRÔLÉ.

une pince à linge  
AVEC BIO-COMPOSANTS COMPOSTABLES.

une pince à linge  
QUI SIGNALE SUR FACEBOOK  
QUE NOUS ACHETONS DES VÊTEMENTS  
MADE IN BANGLADESH.

une pince à linge  
QUI ANNONCE LA PLUIE.

une pince à linge  
QUI ÉMET UN SIGNAL SONORE.

une pince à linge  
AVEC « DRY ASSIST » 2.0.

et autres écorches-poulet. L'automatisation semble dans ces objets annoncer la mort de la fonction servie en interdisant le remaniement et le détournement. Car ce faisant, elle introduit le périssable là où le geste permettait l'appropriation et donc un renouvellement infini. Karl Marx a beaucoup décrit combien l'extériorisation de nos moyens de production a progressivement transformé l'artisan en ouvrier aliéné - l'organisation et la tâche à accomplir étant pensées par un autre. L'objet industriel automatisant le geste devient ainsi **« comme une clotûre, une redondance fonctionnelle, expulsant l'homme dans une irresponsabilité spectatrice (...) sa fonction s'accomplit, mais s'achève aussi: elle devient exclusive »**<sup>22</sup> disait Jean Baudrillard. Quelle différence existe-t-il entre un hachoir automatique et un bon couteau de cuisine finalement? Tous deux permettent de couper les aliments. Quelle différence, entre du papier collant et des gommettes prédécoupées? Tous deux permettent de décorer facilement une surface. Mais l'outil dont la fonction nécessite l'adresse du geste humain sera peut être plus riche en possibilités d'utilisation car le paramètre manuel est plus flou et surtout peut évoluer dans le temps. On remarque par exemple que l'adresse d'un enfant se développe avec l'apprentissage, développant au passage son désir de créer de nouvelles formes.

Pour renouveler les fonctions les plus futiles, l'industrie a mis en place certaines techniques efficaces. L'une d'elles est l'*édition limitée* (et son équivalent dans l'alimentaire, la péremption). C'est avec ce concept que Chevrolet a fortement déstabilisé le royaume établi par Henri Ford: en proposant une mécanique standard mais dont le capotage était revu chaque année, ce dernier le rendait plus rare et donc désirable. Ceux qui avaient le dernier modèle étaient à la mode, les plus fanatiques (et aisés) collectionnaient les différents modèles. Le problème selon Jean Baudrillard réside toujours dans le fait que l'automatisation porte sur des aspects secondaires. **« (...) Ce qui caractérise l'objet industriel par opposition à l'objet artisanal, c'est que l'inessentiel n'y est plus laissé au hasard de la demande et de l'exécution individuelle, mais qu'il est aujourd'hui repris et systématisé par la production qui assure à travers lui (et la combinatoire universelle de la mode) sa propre**

22. Jean BAUDRILLARD, *op. cit.*, p. 155.

**finalité »**<sup>23</sup>. Le style appliqué est rapidement dépassé et ringard, pour mieux vendre une nouveauté séduisante. Ainsi, l'emballage prime sur le mécanisme à des fins d'augmentation des profits de l'entreprise et non des besoins de l'utilisateur ni même de l'amélioration technique du produit. **« L'automatisation ne fait que contribuer à rendre un examen périodique des véritables problèmes de design plus onéreux »**<sup>24</sup>. Chaque année l'iPhone est renouvelé mais sa carte électronique reste à peu près la même. Opérer une étape de coloration de surface est très simple, on peut aisément proposer une gamme chromatique complète et la changer régulièrement, mais le coût de revient d'un moule industriel et les étapes de validation industrielle sont telles que la conception globale est rarement remise en cause.

### La symbolique sociale

A mesure que les objets produits sont de plus en plus éphémères ou démodés, les besoins de diversification permanente et de croissance des volumes de production industrielle semblent s'intensifier. Le designer, soumis de fait à cette évolution perpétuelle, doit se projeter dans les représentations et l'univers de chacun pour séduire le consommateur qui sommeille en nous, sans toutefois satisfaire pleinement - sans quoi ils ne renouveleraient pas leurs idéaux et par voie de conséquence leurs produits. Mais le nombre de combinaisons possibles est tel que le critère du goût n'est plus suffisant, il faut désormais y ajouter celui de la symbolique que peut occuper l'objet dans l'imaginaire collectif<sup>25</sup>. Marcel Boiteux, directeur général d'EDF tenait ce discours devant l'Académie des Sciences commerciales le 20 mars 1972: **« Il y a belle lurette qu'on n'achète plus des habits mais de la mode ou de la respectabilité. Le public n'achète plus des produits mais des satisfactions, des significations... Dans ce nouveau contexte, l'essentiel est de créer la différence et non l'équivalence, d'in-**

23. Jean BAUDRILLARD, *op. cit.*, pp. 14-15.

24. Victor PAPANÉK, *Design pour un monde réel*, Paris, Mercure de France, 1974 (1970), p. 302.

25. Ezio MANZINI, *op. cit.*, p. 88.



*venter le service nouveau qui s'impose par son attrait, par les significations dont il est chargé: puissance, considération, sécurité, bon goût, bonheur* »<sup>26</sup>. On m'a raconté un jour que la marque Pampers a dû user de mille et unes ruses pour s'implanter dans les pays asiatiques, où les enfants portent traditionnellement des pantalons ouverts sur l'arrière. L'argument de séduction ne devait pas porter sur une dimension individualiste ou égoïste du bien-être des parents. Non, la marque a tout misé sur une étude montrant que les bébés portant des couches dormaient mieux. Les couples n'achetaient plus des couches mais un meilleur sommeil à leurs enfants, le concept s'est implanté et a créé un besoin jusqu'alors inexistant, et du même coup des tonnes de déchets difficilement recyclables.

Dans ce contexte, les idéaux humanistes du designer semblent être de plus en plus mis à mal, à mesure que le fossé entre la fonction offerte et les intérêts de l'utilisateur grandit. Pour le courant Streamline, le designer a, selon l'historien de l'architecture Kaufman Jr, le devoir d'adhérer aux valeurs imposées par le client ou son entreprise. Il « *exprime le désir en même temps qu'il le crée, tout en contribuant à forger un appareil de séduction volontairement éphémère* »<sup>27</sup>. Il est donc partie prenante de la stratégie d'obsolescence programmée. Le philosophe André Gorz, dans son ouvrage *Écologica* décrit le point de départ de son engagement, à savoir un article paru dans un hebdomadaire américain vers 1954 qui expliquait que « *la valorisation des capacités de production américaines exigeait que la consommation croisse de 50% de consommation supplémentaire. Il appartenait aux experts en publicité et en marketing de susciter des besoins, des désirs, des fantasmes nouveaux chez les consommateurs, de charger les marchandises, même les plus triviales, de symboles qui en augmenteraient la demande. Le capitalisme avait besoin que les gens aient de plus grands besoins. Bien mieux: il devait pouvoir façonner et développer ces besoins de la façon la plus rentable pour lui, en incorporant un maximum de superflu dans le nécessaire, en accélérant l'obsoles-*

26. Marcel BOITEUX, directeur général d'EDF, devant l'Académie des sciences commerciales, le 20 mars 1972. Extrait de André GORZ, *Écologica*, Paris, Galilée, 2008, p. 93.

27. Edgar KAUFMANN Jr., « Borax, or the Chromium-Plated Calf », in *The Architectural Review*, août 1948, pp. 88-93. Extrait de Alexandra MIDAL, *op. cit.*, p. 139.



CATHEDRAL CAR.  
Thomas Mialander, 2009.  
Photographie de « voitures cathédrales ».

***cence des produits, en réduisant leur durabilité, en obligeant les plus petits besoins à être satisfaits par la plus grande consommation possible, en éliminant les services collectifs (trams et trains par exemple) au bénéfice de pratiques individuelles*** »<sup>28</sup>.

Le président de la plus grande agence publicitaire des Etats-Unis, la J. Walter Thompson, Stanley Resor allait même plus loin en déclarant : **« Je considère la publicité comme la force d'éducation et d'activation capable de provoquer les changements de la demande qui nous sont nécessaires »**<sup>29</sup>. C'est ce que dénonce Bernard Stiegler dans une critique acerbe des technologies de captation de l'attention, qui vendent aux publicitaires du *temps de cerveau disponible*<sup>30</sup> calculé selon les quotas d'audience par tranches horaires. Le rôle de la publicité pour le divertissement télévisuel, ou du design pour les objets de grande consommation, est de créer le besoin qui correspondrait symboliquement à notre niveau social pour maintenir l'organisation existante. Et si nous correspondons à la cible marketing de telle ou telle émission, les publicités nous convaincront certainement de consommer tel ou tel produit.

Les symboles portés par nos objets quotidiens entretiennent donc le modèle social en place sans le remettre en cause, induisent des comportements inconsciemment dictés et promeuvent des valeurs collectives établies<sup>31</sup>, comme ces jouets pour enfant *mini tout* pour préparer la bonne ménagère que décrit Roland Barthes dans *Mythologie*. Le sociologue et philosophe surréaliste Henri Lefebvre a signé une vive critique de la vie quotidienne, aux prémices du courant situationniste. Selon lui, la *quotidienneté* et l'*habitude* servent uniquement à perpétuer les rapports de domination et reproduire les caractères imposés à la vie collective par la classe dominante. Ce serait à cause de ces dernières que se construisent des barrières empêchant toute inventivité pour trouver les voies d'une expression autonome. L'exemple cité par le philosophe marxiste Ernst Bloch illustre parfaitement ceci. Il raconte l'histoire de cet artisan, inventeur

28. André GORZ, *Écologica*, Paris, Galilée, 2008, p. 14.

29. *ibid.* p. 93.

30. Expression formulée en 2004 par Patrick Le Lay, directeur de TF1.

31. Nicolas BOURRIAUD, *Postproduction*, Dijon, ed. les Presses du réel, 2004, p. 42.

d'une machine capable de transporter les colonnes des temples avec moins d'hommes et qui, présentant son ouvrage à l'empereur romain Vespasien, s'était vu remettre une récompense en contrepartie de son silence, sous le prétexte *qu'il fallait bien trouver un motif pour nourrir le petit peuple*. Les exemples d'inventions avortées pour des raisons similaires sont nombreux. Quels peuvent être les raisons officielles d'un choix en apparence despotique ? Pour Norbert Alter, c'est avant tout parce qu' **« une invention ne s'établit comme telle, que si son utilité sert au maintien d'un ordre social donné »**<sup>32</sup>. Toute innovation ne verra jamais le jour si elle ne s'insère pas et n'entretient pas un modèle social pré-établi. En d'autres termes, contrairement à ce que le langage commun sous-entend par *innovation*, à savoir *nouveauté*, celle-ci ne peut être pensée indépendamment du contexte la précédant. On peut certes changer de point de vue momentanément, mais cela ne remet pas pour autant en cause notre organisation structurelle et physique. L'innovation serait donc indissociable du maintien du système global. Jean Baudrillard va plus loin et affirme que le concept-même de fonction implique l'intégration de celle-ci à un ensemble. Il n'existe pas de fonction qui ne soit au service d'une structure englobante adaptée à un système, sans diagramme d'implications et co-relations réciproques. La *fonctionnalité* d'un objet n'est donc pas **« ce qui est adapté à un but, mais ce qui est adapté à un ordre ou à un système »**<sup>33</sup>. Comment est-ce que l'utilité d'un appareil électroménager pourrait servir un système productif davantage que son utilisateur ?

Susciter les désirs des consommateurs par les symboles que portent nos objets est plus difficile qu'il n'y paraît. Quels outils le système aurait-il mis en place pour cela ? Un des leviers particulièrement puissants est celui des mots et de l'articulation de concepts. Guy Debord pense que même les sociologues, dont le travail est censé faire l'analyse du système social en place, articulent des concepts produits par ce dernier, limitant notre champ des possibles. Autrement dit, nous pensons dans les limites qu'on a définies pour nous, avec les mots que nous avons à disposition. Le romancier Chad Olivier dans *Ombres sur le soleil* souligne avec malice que si

32. Norbert ALTER, *L'innovation ordinaire*, Paris, PUF, 2013, p. 13.

33. Jean BAUDRILLARD, *op. cit.*, p. 89.

nous savons comment nous comporter dans à peu près toutes les situations quotidiennes, nous ne saurions en revanche **« Quelle attitude adopter si vous trouvez un Whumpf dans votre beurrier, si on vous propose d'acheter un Ltangnuf-fel ou si vous avez a abnakaver un prwaatz »**<sup>34</sup>. Pour mieux se convaincre de la perversité des mots qui changent profondément notre façon de penser, il suffit, selon le fondateur de la coopérative d'éducation populaire *Le Pavé* Frank Lepage, d'observer l'évolution des ouvrages de management : **« C'est la théorie de Luc Boltanski et d'Eve Chiapello, deux sociologues qui, dans *Le Nouvel Esprit du capitalisme puis les manuels de management, ont cherché le mot qui revenait le plus souvent. En 1960, c'est le mot hiérarchie. Vu que les bouquins s'adressent à des dirigeants, cela paraît logique. Dans les ouvrages des années 2000, surprise! Ce mot à disparu! Il a été remplacé par le mot... projet (...)* Nous pensons que des jeunes, les vieux, les pauvres doivent faire des projets (...) que nous devons avoir un projet de vie - manifestement vivre ne suffit plus - avoir un projet d'enfant etc etc. Cette chose transforme tout ce qui bouge en une marchandise »**<sup>35</sup>. On ne dit plus un *demandeur d'emploi* mais un *prospecteur d'emploi*, plus un *pays en voie de développement* mais un *pays émergent*... La force de cette méthode est que ceux qui souhaitent penser le système le peuvent, simplement ils piochent dans une gamme de concepts préalablement sélectionnés.

34. Victor PAPANÉK, *op. cit.* p. 178.

35. Frank LEPAGE, *Inculture*, conférence «gesticulée», Paris, nov. 2009.

## L'illusion du choix

Devrions-nous ne consommer que ce dont dépend notre survie et nos besoins primaires? Le problème est, comme le souligne Jean Baudrillard, qu'il n'existe pas de *degré zéro de l'objet*. Nous avons d'emblée le choix entre plusieurs matériaux, couleurs, formes, motifs etc., et il nous est imposé de choisir. Même pour un objet aussi élémentaire que le trombone, vous pouvez être amené à choisir entre les *tout métallique*, les colorés unis métalliques, les rayés en métal gainé, avec des variantes de couleurs fluo, et j'en passe. Dans sa critique sociale du goût établi dans *La distinction*, Pierre Bourdieu met en évidence la variété des usages possibles d'un objet d'apparence univoque : **« Que dire, en effet, (...) des variations de la consommation qui est faite de ces produits selon les classes sociales lorsque l'on sait que le seul "riz" cache le "riz au lait" ou le "riz au gras", plutôt populaire, le "riz au curry", plutôt bourgeois ou, plus précisément, "intellectuel", sans parler du "riz complet" qui évoque à lui seul tout un style de vie? »**<sup>36</sup> Or en satisfaisant notre narcissisme et choisissant la couleur *qui nous ressemble*, nous ressentons moins que ce qui nous apparaît comme une liberté est en réalité la société globale s'imposant à nous<sup>37</sup>. Cette sensation de satisfaction de notre égo rend ensuite possible notre aveuglement quant à notre incapacité d'action et une consommation compulsive. **« L'idéal mercantile du Choix effectué par un Moi autonome agit comme une espèce de drogue qui permet d'avaler la pilule du déclin de l'agir humain incarné, ou bien qui étouffe dans l'œuf le développement de cette capacité d'agir en fournissant au sujet des sources de satisfaction aisément accessibles »**<sup>38</sup>. **« La consommation est une façon de revendiquer un effet tangible à nos choix, de produire quelque chose de nouveau et de différent dans nos vies »**<sup>39</sup> disait George Simmel. C'est la housse de Iphone *Anonymous* ou le tshirt *Che Guevara* fabriqué en Chine que

36. Pierre BOURDIEU, *La distinction*, Paris, les Editions de Minuit, 1979, p. 20.

37. Jean BAUDRILLARD, *op. cit.*, p. 197

38. Matthew B. CRAWFORD, *op. cit.*, p. 87.

39. George SIMMEL. Extrait de Matthew B. CRAWFORD, *op. cit.*, p. 25.

l'on achète en ayant la sensation de montrer notre attachement à une cause tout en inscrivant notre revendication dans la case qu'il nous est autorisé de renseigner. Si l'on ne peut souhaiter aller jusqu'à l'extrémisme utilitaire interdisant toute gratuité et fantaisie personnelle, on peut se demander où est l'autonomie et la liberté scandée par les hacktivistes dans le concept du produit dérivé ?

L'exemple suivant illustre parfaitement à la fois notre passivité inhi-bante vis-à-vis de nos objets, notre frénésie d'achat, et les symboles qu'ils renferment bien souvent, ou plus globalement, la transfor-mation de notre rapport aux objets. Pour la jeune génération, il est quasiment impossible d'emménager quelque part sans passer par le traditionnel *samedi shopping* chez la marque à l'enseigne jaune. **« Ikea était devenu notre lieu de vacances, notre "Holiday place", le centre commercial de nos loisirs »**<sup>40</sup> admettait ce couple chinois en décrivant leur relation à la marque suédoise lors de son arrivée dans le pays. Nous nous promenons, spectateurs passifs, dans les dédales de reconstitutions d'intérieurs aux modes de vie prétendue-ment variés et y projetons les rêves mis à notre disposition : projet d'enfants, de bien-être, de cuisine américaine, de jardin, de réunions familiales au coin du feu, de télé-travail. Le photographe Samuel Bollendorff raconte sa stupéfaction lors de sa visite à Älmhult, vil-lage suédois, cœur de la firme Ikea. **« Vit-on heureux dans l'Ikea world? Tous les salariés d'Ikea rencontrés à Älmhult, cette mini Tour de Babel regroupant trente-sept nationalités, tous ces col-laborateurs qui se tutoient et s'appellent par leur prénom, se disent heureux d'appartenir à la famille Ikea (90% des salariés d'Ikea sont mariés avec un autre salarié d'Ikea), et fiers des va-leurs Ikea: simplicité, courtoisie, solidarité, positivisme, travail d'équipe, souci écologiste, rigueur, obsession de la rentabilité et du moindre coût. Certains prononcent des phrases comme "la simplicité est une vertu", "avoir des responsabilités est un privilège", "chaque problème est une opportunité" ou encore "la plupart des choses restent à faire". Se souviennent-ils encore que ces maximes font partie des dix commandements d'Ikea édictés en 1976 par le gourou Ingvar Kamprad dans l'un de ses**

40. Juliette SENIK, *IKEA, à l'assaut du bonheur*, France, Arte production et la Générale de production, documentaire, 51 min., 2014.

IKEALAND, LA VIE MODE D'EMPLOI.  
Samuel Bollendorff, 2008.  
Photographies pour ELLE Magazine.



**célèbres textes Testament d'un vendeur de meubles?** »<sup>41</sup> Cette sensation d'avoir fait quelque chose de ses mains en montant un meuble en kit optimisé par soucis de coût de production et de transport, cette apparente uniformité des esprits des concepteurs d'Ikea, ce rêve qui nous emporte lorsque nous nous perdons dans les rayons du bonheur *do it yourself* rentable sont autant de questions que je me pose aujourd'hui.

### Vers une remise en cause

L'un des moyens permettant de rejeter cette construction symbolique et remettre en question le modèle social en place consiste à admettre un concept-clé : « **nous ne possédons que très peu de choses, (...) ce sont les choses qui nous possèdent** »<sup>42</sup>. Le consommateur ne possède plus ses objets, il est pratiquement locataire d'un système de service personnalisé, à l'image du récent succès des MyLittleBox, proposant non pas un objet mais un abonnement pour recevoir chaque mois un produit rentrant dans une thématique choisie (collant, couture, cuisine...), ou même plus simplement du renouvellement permanent que l'on opère sur notre environnement matériel. Or on l'a vu, cette dépendance vis-à-vis de nos objets permet au système de s'entretenir indéfiniment en nous plaçant dans une attitude spectatrice *étiquetée*. Admettre le lien qui existe entre un objet et le système socio-économique, en prendre conscience, c'est donc déjà un pas conséquent. Une fois le consommateur conscient de cet état de fait, il faut peut être le responsabiliser vis-à-vis de ses objets. Dans ce sens, Gilbert Simondon critique notre propension à jeter nos objets usés toujours fonctionnels, dans la mesure où ceux-ci n'ont pas démerité et pourraient aider d'autres personnes. Selon lui, l'objet contient de l'humain en substance, semblable à ce que l'anthropologue Marcel Mauss appelait le *hau*<sup>43</sup>, *l'esprit* de

41. Samuel BOLLENDORFF, site internet.  
<http://www.samuel-bollendorff.com/fr/ikealand-la-vie-en-kit/>

42. Victor PAPANÉK, *op. cit.*, p. 119.

43. Marcel MAUSS, *Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Paris, PUF, 2012 (1974), p. 84.

l'objet qui poursuit tout détenteur d'un cadeau et incite ce dernier à redoubler de générosité en retour. Notre mal résiderait dans notre incompréhension de la machine et non dans la machine elle-même. Il compare même cette nécessité éthique d'acceptation des objets à l'abolition de l'esclavage, engageant les consommateurs à mettre un terme à *l'obsolescence culturelle despotique*. La destruction volontaire des objets a autant d'impact, si ce n'est plus, que la conception de celui-ci, dans les conséquences socio-économiques qui en découlent.

Enfin, selon Bernard Steigler, l'espoir porté par le progrès provient d'une croyance qui a dominé pendant des années les sciences sociales et demande à être enfin abandonnée : le concept de *demande sociale*. Autrement dit, les gens n'ont pas nécessairement en soi de besoins supplémentaires à satisfaire. « **Ce concept est inconsistant dans la mesure où il présuppose que la société attend les changements que vient lui apporter le système technique. Or Bertrand Gille montre le contraire à partir d'une documentation extrêmement riche (...) Les sociétés ne demandent absolument pas le changement** »<sup>44</sup>. Ainsi, qui veut penser les usages, leur devenir, les limites de ce devenir, et finalement la question des pratiques, doit selon lui remettre en question ce concept et s'interroger sur l'impact et les transformations qu'engagent ses propositions. Et si enfin l'objectif visé par le progrès industriel et l'automatisation est celui du *moindre effort* et de la *disponibilité permanente*, défendu comme un gain de liberté, nous sommes en droit de nous demander si cela sera toujours valable dans quelques années. Le coût de l'énergie et des matières premières étant en perpétuelle hausse, serons-nous vraiment plus libres dans quelques années si nous entretenons un système obsolète ?<sup>45</sup> Nous constatons chaque jour que des modèles alternatifs essayent de se développer ça et là en réaction à ce constat d'aliénation qui semble nous mener droit au mur : produits *home made*, potagers urbains, fabrication *Do It Yourself* ou *Open source* pour ne citer que ceux-ci.

44. Brigitte FLAMAND, *op. cit.*, p. 358.

45. Victor PAPANÉK, *op. cit.*, p. 303.

Le concept de progrès a été porteur d'idéaux démocratiques et égalitaires aujourd'hui de plus en plus mis à mal à mesure que nous prenons conscience des conséquences du modèle qui semble nous être imposé sur notre relation au monde et aux autres : reproduction voire accentuation des écarts de classes sociales, inhibition de notre capacité d'action dans la société, obsolescence programmée et incitation à la surconsommation... Quelles alternatives permettraient de proposer de réelles propositions souhaitables aujourd'hui ? La seconde partie de ce mémoire voudrait mettre en lumière quelques mutations de notre société qui ont fait jaillir de nouvelles pratiques.

# Mutations

2.

Nous avons vu dans la première partie quelques limites et dangers du système de production de nos objets. Cette partie aborde les transformations sociétales qui semblent amorcer un renouveau du paysage productif, ou en tout cas le questionne.

## 2.1. UNE SOCIÉTÉ EN RECOMPOSITION

### Transformation de notre rapport au temps

La révolution industrielle qui portait tant d'espoirs, nous a progressivement amenés vers une société en quête constante d'optimisation et d'efficacité, en accélération permanente. Nous courons après le temps. Nous faisons plus et plus vite. Nous *tuons*, même, le temps. Face à notre anxiété de ne *rien faire*, nos objets deviennent des outils de stimulation pour s'occuper. Chaque temps *mort*, de transport ou d'attente, devient un prétexte à la consultation d'une actualité, à un jeu, ou encore à l'analyse de notre santé à l'image de la foule d'objets de *self-tracking* qui voient le jour... Une sorte d'urgence intérieure à rentabiliser le moment présent. Cette sur-stimulation a généré un sentiment d'oppression chez certains, allant jusqu'à envisager une retraite numérique ou utilisant des applications pour se couper du flux d'informations après le travail. Comment en sommes-nous arrivés à de telles extrémités ? Paul Virilio analyse notre culte de la vitesse depuis maintenant 30 ans. Pour lui, la cause tient en ce que le *temps humain* se désynchronise du *temps technologique*. En d'autres termes, l'humanité s'adapte plus lentement que n'apparaissent et se renouvellent les technologies qu'elle invente. La vitesse devient un pouvoir, l'accélération sa conquête et le progrès technologique son corollaire. En louant l'instantanéité, la rentabilité, l'efficacité, la vitesse nous percute jusque dans notre intimité. Mais cette urgence intérieure n'est pas le seul fruit d'une contamination par l'extérieur. La satisfaction immédiate et le caractère pulsionnel de nos comportements y joue aussi un rôle central. Bernard Stiegler décrit une économie de la dépendance où la satisfaction de la pulsion est devenue la norme.

14H.  
Kount, 2014.  
Collecte photographique extraite  
de l'exposition Temps Mou.





Nous sommes en réalité de plus en plus impulsifs en partie car nous sommes plus réceptifs aux stimulations.

Dans ce contexte et sûrement en réaction au mal-être engendré par cette situation, on constate un intérêt croissant pour des sujets tels que l'ennui, la lenteur ou la contemplation. Plusieurs penseurs ou artistes défendent aujourd'hui les mérites de la lenteur. Les critiques de cinéma Anthony Oliver Scott et Manohla Dargis, par exemple, défendent l'importance des films lents et ennuyeux, car ceux-ci laissent le temps et l'espace de penser, de tordre l'intrigue dans sa tête, se questionner, se projeter dans les personnages, comme le font les westerns par exemple. L'installation *The clock* de Christian Marclay propose pour sa part une expérience audiovisuelle de 48h invitant les spectateurs à y *perdre* quelques heures de leurs temps. L'artiste plasticien James Turrel, souvent qualifié d'*architecte de la lumière*, questionne lui aussi notre rapport au temps. Jouant en permanence sur notre perception visuelle, ses installations nécessitent un temps d'accommodation, et plongent le visiteur dans un espace-temps à chaque fois unique. Dans son installation *Roden Crater*, les visiteurs sont invités à s'allonger sous une ouverture faite sur le ciel, créant comme un cadre, nous incitant à redécouvrir ce que nous oublions et qui est pourtant toujours au dessus de notre tête, le temps pour les nuages de s'agréger et se désagréger, comme un long plan-séquence sur le ciel ne se raccourcissant pas. Enfin, l'artiste provocateur James Ward a quant à lui initié *The Boring Conference* interrogeant les choses les plus ennuyeuses qu'il soit donné d'entendre et voir, sans significations apparentes. Modestement, j'ai moi-même cette année réalisé un projet personnel avec Tom Giraud, doctorant en Interaction Homme Machine au Limsi-CNRS, sur ce que l'on a appelé *Temps mou*. Celui-ci évoque les moments dont on ne fait rien en particulier, d'attente, de détente ou d'ennui, de plus en plus rares. Notre projet se proposait d'être une forme d'invitation à se donner le temps, sous la forme d'une exposition témoignant d'un autre rapport au temps, celui du Laos, où nous avons séjournés cinq semaines. Lorsque nous restions dans un village, nous prêtions des appareils photos jetables à quelques personnes. Au dos de l'appareil, nous avons inscrit en lao « *S'il vous plaît, ne faites des photographies que sur vos temps libres, lorsque vous ne travaillez*

*pas* »<sup>46</sup>. Or nous avons pu constater combien la notion de temps est liée à notre relation au travail et combien le *temps libre* était une notion finalement très occidentale. Certaines activités comme le tissage, sont ainsi qualifiées de *loisir* ou *passé-temps* alors même qu'elles pouvaient générer un revenu et occuper toute la journée. Les fabriques de tissus, les épiceries ou restaurants prenant place la plupart du temps dans des espaces semi-privés, ne constituent pas un travail selon cette conception des choses, car l'on peut s'interrompre quand on le souhaite. Nous avons compris quelques jours plus tard que ce qu'ils considéraient comme *travail* avait nécessairement lieu en ville. En effet, il est très délicat de définir clairement la notion de travail, comme le soulignait dans son interview sur *France Culture* la sociologue Marie-Anne Dujarier, et l'apparition de l'économie collaborative participe à cette confusion. Qu'est-ce qui fait que nous ne considérons pas comme du travail l'éducation de nos enfants, faire à manger, conduire, ou même faire l'amour? Selon elle, c'est avant tout le contexte de l'activité qui le caractérise, mais le débat anime encore les sociologues. Si nous avons souhaité dans ce projet conserver une attitude d'observation sans en tirer de conclusions, nous pouvons reconnaître malgré tout que le lien entre le temps et ce qu'il représente en terme pécunier - *le temps c'est de l'argent* - a certainement contribué à nous entraîner dans cette spirale d'accélération.

« *Le présent* [disait Paul Ricœur] *est le temps de l'expérience et de l'agir ensemble. Il est à entendre comme présent duratif qui, s'opposant à la tyrannie de l'urgence, restaure le moment, et au-delà, le processus* »<sup>47</sup>. Pour bien comprendre cela, distinguons le *temps physique* du *temps devenir*. Le premier « *mesure le déplacement d'un corps entre un point de départ et un point d'arrivée* »<sup>48</sup>, indiquant par conséquent l'orientation de la flèche du temps. Le second « *est un temps qualitatif, vécu, qui se réfère à la durée, au temps de la conscience et des mutations* »<sup>49</sup> et a le pouvoir de donner du sens, de faire advenir. Le système de conception/product-

46. Site internet du projet *Temps mou*: [www.temps-mou.com](http://www.temps-mou.com)

47. Brigitte FLAMAND, *op. cit.*, p. 301.

48. *ibid.*

49. *ibid.*

tion actuel est un jeu d'équilibre permanent entre ces deux temporalités. Il est contraint parfois par *le temps physique* arbitraire à des cadences productives. Et en même temps, il doit s'adapter perpétuellement aux évolutions du contexte, aux matériaux comme aux personnes impliquées, et questionne notre devenir. Pour certains, connecter cette temporalité du modèle productif à celui des humains est un vœux pieux et la seule alternative est une déconnexion totale du temps technologique, et un retour à la lenteur, temps physique des éléments naturels. Pour d'autres, l'essentiel est d'initier des *trajets*<sup>50</sup> - et non plus seulement des *projets* -, dès aujourd'hui et vers des devenirs souhaitables par et pour tous. S'ancrer dans le présent du monde qui nous entoure paraît plus que jamais essentiel à toute transformation de nos modes de vie ou de notre regard sur la réalité socio-économique.

### Transformation de l'économie

La troisième révolution industrielle, comme on a coutûme d'appeler la transformation amenée par Internet et les réseaux sociaux, a considérablement perturbé le système social. Les lignes semblent être en train de bouger et un nouveau système économique parallèle voit le jour, pour le meilleur et pour le pire. Dans celui-ci, le travail collaboratif médié par des technologies de communication permet de faire interagir plusieurs personnes à distance dans un but commun. La contribution de différents corps de métier en simultané permet l'élaboration de projets en un temps plus court. Le statut du consommateur change aussi : il devient contributeur, impliqué de façon plus diffuse et invisible dans l'évolution des produits. C'est toute l'organisation des entreprises qui semble se transformer et se construit sur un pouvoir distribué horizontalement et non central et hiérarchisé. Ce concept séduit aussi bien certaines entreprises qui voient dans cette réalité émergente un potentiel d'externalisation de certains pans de production que des activistes désireux de s'émanciper de la société de consommation.

50. Concept développé par l'anthropologue et philosophe des sciences Bruno LATOUR.

Pour beaucoup de sceptiques de tout bord, ces éléments participent à une distention des espaces et une décomposition de ce qui constituait alors le lien social. Mais pour le socio-économiste Roger Sue, les constituants du lien social ne sont pas du tout mis en péril par cette économie parallèle, simplement ils se transforment. Selon lui, la société est en pleine recomposition autour d'*individus relationnels*, des citoyens égaux et autonomes, qui constituent les nœuds de *communautés de devenir*<sup>51</sup>. L'enjeu est alors que l'*économie des associations*, à entendre au sens large incluant des associations de personnes partageant les mêmes idées ou des associations familiales par exemple, qui aujourd'hui sont au cœur de la création de richesses sociales, bousculent le modèle économique en place et deviennent au XXI<sup>e</sup> siècle le pouvoir que les syndicats représentaient au XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècle. Il faudrait donc encourager le développement de ce réseaux parallèles et créer de nouveaux nœuds de connexion entre les gens.

Essayons de mieux définir cette économie montante où se mêlent aujourd'hui les termes d'*innovation sociale*, d'*économie collaborative* ou *sociale et solidaire*. L'*innovation sociale* est un concept très en vogue mais qui ne fait pas consensus. De façon générale, c'est une réponse novatrice répondant à des besoins sociaux. A cela certains ajoutent que cette réponse doit contribuer à fortifier la société civile; d'autres, qu'elle implique nécessairement la participation et la coopération des acteurs concernés (utilisateurs, usagers, citoyens...); d'autres encore, que l'intervention doit *in fine* modifier des relations sociales de façon mesurable. En définitive, le concept est aussi ramifié que flou et en constante redéfinition.

Par ailleurs, une erreur récurrente consiste à utiliser indifféremment les mots d'*économie sociale et solidaire* (ESS) ou de *sharing economy*, en français traduit par *économie du partage* ou *économie collaborative*. Essayons de comprendre ce qui les distingue. L'*économie sociale et solidaire* se définit par un regroupement d'organisations privées ou publiques (entreprises, coopératives, associations, mutuelles ou fondations) qui cherchent à concilier activité économique et utilité sociale. Historiquement, le terme d'*économie sociale* délimite le secteur en fonction du statut juridique des organisations (associations,

51. Brigitte FLAMAND, *op. cit.*, p. 299.

coopératives, mutuelles, fondations..) indépendamment de leur objet social ou de leurs activités. Mais l'ajout du terme *solidaire* s'est accompagné d'une délimitation plus floue du secteur par rapport à la finalité de l'organisation, ses activités, sa gouvernance (commerce équitable, insertion par l'activité économique...), et par voie de conséquence, de houleux débats. La notion de solidarité, définie comme un lien social d'engagement et de dépendance réciproques entre des personnes ainsi tenues à l'endroit des autres, généralement des membres d'un même groupe liés par une communauté de destin (famille, village, profession, entreprise, nation, etc.), est en effet souvent mal comprise. Nous la distinguons mal de l'altruisme, actes désintéressés bénéfiques à un tiers. Or on peut par exemple tout à fait souhaiter aider autrui sans pour autant se sentir concerné par ce qui lui arrive, et inversement on peut se rendre solidaire d'autrui simplement par intérêt bien compris (attente d'une réciprocité) et non par altruisme. Si les entreprises de l'ESS s'attachent à mener des actions solidaires, elles sont intégrées et ont besoin du système économique existant pour se maintenir en l'état. Nous citerons dans cette catégorie la fondation Abbé Pierre œuvrant contre le mal-logement, ou le collectif de graphistes, designers, et architectes Cochenko qui travaille à tisser du lien social par le changement de regard sur l'environnement quotidien à travers des actions avec les habitants dans l'espace public. Aujourd'hui ces structures vivent pour la plupart de fonds apportés par les collectivités locales sur les budgets *culture* (pour des ateliers ouverts au public par exemple) ou d'appels d'offre, pour la plupart publics.

L'*économie du partage* (ou *collaborative*), quant à elle, est une activité humaine qui vise à produire de la valeur en commun et qui repose sur de nouvelles formes d'organisation du travail. Elle s'appuie sur une organisation horizontale, la mutualisation des biens, des espaces et des outils, l'organisation des citoyens en réseaux ou en communautés, ceci souvent via des plateformes web. Dans un sens élargi, elle inclut la *consommation collaborative* (AMAP, couchsurfing, covoiturage..) mais également les modes de vie collaboratifs (coworking, colocation, habitat collectif), la finance collaborative (crowdfunding, monnaies alternatives), la production contributive (DIY, FabLab, imprimante 3D, make spaces) et la *culture libre*. Rentrent ici des démarches aussi diverses que le biohacker space La Paillasse, laboratoire communau-

taire pour les biotechnologies citoyennes, ou les AMAP (association pour le maintien de l'agriculture paysanne) souhaitant créer un lien direct entre les producteurs et les consommateurs. Les modèles économiques de ces structures varient : certaines associations vivent de fonds publics, mais beaucoup fonctionnent désormais grâce à une rémunération par commission, abonnement ou financement par la publicité, comme le site de covoiturage Blablacar ou le site de financement participatif Ulule qui tous deux perçoivent une marge de respectivement 10 et 8% sur les transactions. Ce modèle a bien entendu dépassé les entreprises du secteur et a essaimé au sein de l'industrie traditionnelle. L'idée de louer un service plutôt que de vendre un produit comporte de nombreux avantages. « ***A la fin des années 1980, le fabricant et vendeur de photocopieurs Xerox a fait progressivement évoluer son business model vers une offre de services. Il a ainsi remplacé la vente du bien par la location de son usage (photopies facturées à l'unité et non plus via la vente de l'appareil). L'entreprise reste alors propriétaire des appareils pour en gérer librement le cycle de vie (gestion, conception, adaptabilité et récupération des photocopieurs et de leurs composants). Choix payant, puisque son chiffre d'affaire a alors considérablement augmenté*** »<sup>52</sup>. Ces exemples, loin d'être exhaustifs, pointent néanmoins un certain nombre de paradoxes sur lesquels ces organisations aux modèles économiques collaboratifs devront sans nul doute se prononcer à l'avenir.

### Paradoxes associés

Les personnes investies dans ce type de pratiques défendent unanimement que la contribution à cette transformation économique s'accompagne d'un gain d'autonomie et de liberté. On prend conscience de ce que l'on consomme et par conséquent on attache plus d'importance à la qualité de notre consommation, et à notre responsabilité vis-à-vis du mode de production de celle-ci. Cette émancipation est appelée *empowerment*, processus individuel, collectif, social et

52. Fabien LABARTE et Renaud FRANCOU, *Guide de l'innovation centrée usager*, Paris, édité par la Fondation Internet Nouvelle Génération, 2014.

politique d'émancipation des individus ou communautés, lié à une transformation sociale. A l'origine, ce concept était étroitement lié au courant d'éducation populaire défendu par Paulo Freire, soit une « **stratégie de mobilisation des individus et des groupes marginalisés pour transformer les rapports de pouvoirs, remettre en cause l'exploitation et construire une société plus équitable** »<sup>53</sup>. Dans cette conception, on distingue trois étapes d'empowerment: individuelle, collective ou interpersonnelle, et enfin politico-sociale. La première permet de développer sa conscience critique et sa capacité d'agir. Cette étape essentielle est celle de la *Conscientizacao* qui veut libérer de la force d'immersion des consciences par la subjectivité. La seconde est plus spécifiquement liée à sa capacité d'agir sur et avec. Enfin, la dernière concerne la transformation de la société à travers l'action collective<sup>54</sup>. Ainsi, le plus important pour être empowered n'est pas tant de faire face à ou de s'adapter au problème, mais de développer sa capacité à changer la situation et à « **prendre une part active à la résolution du problème** »<sup>55</sup>. C'est aujourd'hui la position défendue par certains makers, qui encouragent une attitude proactive et développent sans cesse une multitude de forums d'entraide.

Paradoxalement, l'empowerment possède quasiment depuis ses origines plusieurs courants aux approches politiques opposées. Il existe trois modèles<sup>56</sup>. Le premier est donc celui de Paulo Freire, qui voit en lui un potentiel de transformation sociale par et pour les plus démunis. Le second, social-libéral, défend, lui, les valeurs de liberté individuelle et de cohésion sociale, mais ne remet pas en cause les disparités du système. Et enfin, le modèle néolibéral comprend que l'accès au pouvoir signifie être intégré au monde du tra-

53. Paulo FREIRE, *Pédagogie des opprimés*, Paris, ed. Francois Maspero, 1974. Extrait de Marie-Helene BACQUÉ et Carole BIEWENER, *L'empowerment, une pratique émancipatrice*, Paris, ed. La Découverte, 2013, p. 12.

54. *ibid.*, p. 40.

55. Lorraine GUTIERREZ, *Ethnic consciousness raising and the empowerment process of Latinos*, p. 13. Extrait de Marie-Helene BACQUÉ et Carole BIEWENER, *L'empowerment, une pratique émancipatrice*, Paris, ed. La Découverte, 2013, p. 40.

56. *ibid.*, p. 15.

vail et de la consommation et être *l'entrepreneur de sa propre vie*. Pour ce dernier modèle, l'accent est mis sur la responsabilisation des individus - *self helped men* - et son discours traditionnel est que « **parce que nous ne pouvons plus nous appuyer sur de grandes institutions qui prennent soin de nous, il est temps d'élaborer de nouvelles politiques qui nous permettent de prendre soin de nous-même et des autres. En fin de compte, notre défi est la création d'une nouvelle façon de gouverner qui stimule les compétences et les habitudes de la fabrique civique atrophiées par un siècle de centralisation** »<sup>57</sup>. Ce n'est pas un hasard si le *Do It Yourself* a initialement pris racine au pays de l'individualisme tout puissant, où les *communities* et *charities* fleurissent à tour de bras, berceau du *crowdfunding* - financement participatif en ligne - et du philanthropisme de masse. Le retour au local y est aussi défendu par la pensée *anti système social central*. Comme le souligne Benoît Bréville dans son article du *Monde Diplomatique*, *La charité contre l'Etat*, les conservateurs voient l'Etat comme « **un monstre bureaucratique, inefficace, qui favorise l'assistantat et que tout oppose aux associations locales, proches des pauvres et donc capables de les responsabiliser** »<sup>58</sup>. L'Elue sénatrice de l'Iowa Joni Ernst affirmait, il y a peu, que « **Les Américains peuvent être autosuffisants. Ils n'ont pas besoin de dépendre de l'Etat pour obtenir tout ce dont ils ont besoin ou qu'ils désirent** »<sup>59</sup>. Et pourtant ce système masque tout impératif de redistribution ou notion d'intérêt général. Quel est le sens, la visée, l'objectif de l'autosuffisance dans ce contexte ?

De même, dans le mouvement *Maker*, on constate que la terminologie et le vocabulaire utilisé relève du militantisme et de l'activisme. Et pourtant, peu d'espaces collaboratifs proposent des projets ébranlant le système socio-économique ou proposant quelques alternatives à l'industrie de la consommation. Mis à part l'usage fait des machines par les designers en terme de prototypage, lorsqu'il s'agit d'ouvrir un FabLab au grand public, beaucoup proposent uniquement des activités de loisir ou de divertissement. On peut y fabriquer des porte-clés,

57. *ibid.*, p. 107.

58. Benoît BRÉVILLE, « la charité contre l'Etat », in *Le Monde Diplomatique* n°729, déc. 2014, pp. 1 et 10-11.

59. *ibid.*

des figurines, graver son prénom et j'en passe. Le designer Justin Pickard parle de *crapject* (*objet-merdique*) pour évoquer ces objets pas vraiment voulus ou pensés, aux qualités tant de matériaux que formelles ou de conception très pauvres, et fabriqués par des personnes non outillées ou non qualifiées. Et c'est sans parler des festivals de rencontres et démonstrations *Maker Faire*, véritables foires aux gadgets et animations, semblant avoir totalement perdu de vue l'enjeu social de ce mouvement. On oublie que les laboratoires de fabrication FabLab ont été initialement pensés pour s'implanter sur des territoires où l'industrie est peu développée, pour s'échanger outils et savoir-faire locaux dans des pays en voie de développement ou dans les campagnes désaffectées par exemple. Aujourd'hui, des designers se retrouvent dans ces espaces pour concevoir les innovations technologiques de demain, la pertinence de son usage pour le grand-père bricoleur souhaitant réparer son imprimante ou son ustensile de cuisine est encore loin, elle-même freinée par notre besoin de satisfaction et de consommation instantanée.

Les organisations de l'économie collaborative jouent avec cette ambiguïté quant à leurs fins et le flou politique de leur démarche. En effet, comme le soulève le journaliste J-L Cassely dans son article *Ne prenons pas tous les scouts numériques pour de (naïfs) altruistes* paru dans *Slate*, dès l'origine, ces services ont donc un double visage : ils peuvent être perçus comme des modes de production et de consommation plus économes puisqu'ils permettent d'éviter le gaspillage de temps ou d'espace, tout en s'insérant dans une logique capitaliste : rationaliser et optimiser le moindre gisement de valeur *dormante*. Certains propriétaires préfèrent ainsi louer leur appartement sur Airbnb - site de location et d'échange d'appartement entre particuliers - à des touristes en vacances, plus rentable et flexible qu'auprès d'un locataire lambda avec un bail de trois ans trop contraignant. En effet, si ces start-up florissantes ventent les mérites sociaux de leurs services, ils favorisent également l'obsession de la rentabilité, transformant et capitalisant tout en valeur d'échange, y compris ce qui autrefois était des dons informels. Ils nous encouragent aussi au travail bénévole inconscient, exposant leurs bénéfices en collant davantage à nos goûts. La sociologue Marie-Anne Dujarier dénonce une *autoproduction dirigée* cachée par une apparente contribution sociale, nous incitant à participer à

notre propre exploitation<sup>60</sup>. Nous effectuons maintenant certaines tâches qui faisaient autrefois parti du service ou de l'intelligence de la conception. Ikea s'est par exemple associé à une compagnie d'entraide pour monter ses meubles entre particuliers, s'appuyant sur les réseaux collaboratifs existants. Parfois même, notre simple usage de certains services numériques permet à des entreprises d'exploiter et tirer des bénéfices commerciaux et lucratifs de nos données personnelles, idées, photos, informations fournies gracieusement. Google observe ainsi le comportement de ses utilisateurs pour optimiser ses services. Les supermarchés mettent en place des sites internet aux services avantageux et en contrepartie apprennent à mieux cerner votre consommation. Certaines entreprises vont même jusqu'à distribuer leurs logiciels gratuitement auprès de communautés de *Bêta testeur* (utilisateur dit *privilegié* car il peut donner son avis et tester le nouveau produit avant sa réelle commercialisation), pour obtenir des retours d'usage et une aide au développement gratuite. Dans ce système, l'utilisateur serait « **objectivement davantage instrumentalisé, contrôlé et dépendant du système marchand tout en ayant un sentiment d'autonomie accrue. (...) L'enrôlement de l'utilisateur dans la production du service le rendrait même plus inoffensif** »<sup>61</sup> dans la mesure où il est désormais dans son intérêt de bien réaliser ce travail car la qualité du produit ou du service dépend en grande partie de la qualité de son implication. Le terme de *Wikinomie* (*Wikinomics* en anglais) a été avancé par Don Tapscott et Anthony D. Williams comme un système économique reposant sur une collaboration massive et un usage intensif des technologies open source pour permettre une fusion de la production et de la consommation. Des entreprises comme Myspace, YouTube, ou Wikipedia, ont adopté ces principes que sont l'ouverture, l'interaction entre pairs permet-

60. Marie-Anne DUJARIER, *Le Travail du consommateur: De McDo à eBay: comment nous coproduisons ce que nous achetons*, Paris, La Découverte, 2008, p. 232. Extrait du mémoire de Germain MAGAT, *Tous designer?*, sous la direction de Marie-Haude Caraës, 2013, ENSCI Les ateliers, pp. 45-46.

61. Rikard LARSSON, David E. BOWEN, « Organization and customer: managing design and coordination of services » in *Academy of Management Review*, vol. 14 n°2, 1989, pp. 213-233. Extrait du mémoire de Germain MAGAT, *Tous designer?*, sous la direction de Marie-Haude Caraës, 2013, ENSCI Les ateliers, pp. 45-46. pp. 45-46.

tant de mettre à jour continuellement le travail, l'utilisation partagée et l'activité globale. Pour celles-ci, la valeur du travail se mesure au mérite et leur département de recherche et développement est le monde dans sa globalité. Ce concept est alors utilisé pour justifier alors une sous-traitance et une externalisation des savoir-faire poussée à l'extrême. Par exemple, IBM a créé un réseau social au sein de l'entreprise pour inciter ses employés à participer activement et à tout moment à la conception d'un produit, rompant toute barrière entre la vie chez soi et celle au travail, l'usine BMW comme la plupart des grands groupes automobiles est désormais un site d'assemblage de pièces fabriquées ailleurs, et certaines recherches en médecine sont mises en lignes sous forme de jeux sur Internet invitant tout internaute à faire avancer la science ou détecter le cancer de Monsieur Michu. Comment s'assurer alors que la finalité de l'organisation est bien celle d'une meilleure justice sociale, d'une meilleure répartition des richesses servie par un souci d'égalité des chances et non celle de l'unique profit d'une entreprise, grâce à la diminution des salariés ?

On l'a vu, l'économie collaborative peut séduire aussi bien une entreprise lucrative qu'une association à visée purement sociale. Dès lors, comment toucher le grand public et faire en sorte que celui-ci soit dans une relation de confiance et voit un intérêt dans son engagement auprès de cette dernière, d'un collectif, ou d'une coopérative sans objectif de plus value pécunière ou intérêt personnel en jeu ? L'examen de l'évolution des rôles offerts à chacun dans ce nouveau système et ce qu'il implique, permet peut être d'y voir plus clair.

DIY IKEA COFFIN.  
Jøe Scamlan, 2008.  
Cercueil et portes-bouquets réalisés  
sur le modèle des meubles IKEA.



## 2.2. CHANGEMENTS DE RÔLES

### Consommateurs / producteurs?

Dans ce nouveau contexte économique, et avec l'apparition de ces nouveaux acteurs, le modèle de production d'objets, reposant encore par endroits sur une organisation opposant conception, production, et consommation, devrait évoluer<sup>62</sup>, sans quoi les objets créés par l'industrie ne trouveront pas de résonance dans le désir de l'utilisateur de s'en extraire, et continueront d'aggraver la situation tant écologique que sociale, comme vu précédemment. En effet, comme le note le philosophe Mathieu Crawford, déconnecter notre *désir d'agir* de celui de *consommer* place l'utilisateur dans une contemplation passive inébranlable, car supprime toute possibilité d'expérience de responsabilité vis-à-vis de notre environnement matériel<sup>63</sup>. Selon la formule du futurologue Avlin Toffler, nous devrions au contraire nous diriger vers une société de *prosommateur* (*prosumer* en anglais). Ce dernier est une personne qui participe à l'élaboration du produit qu'il consomme, comme lorsque nous préparons à manger par exemple. Et quel cuisinier se permettrait de jeter ses petits plats? Quel potagiste jetterait les légumes qu'il a lui-même fait pousser? Notre désir de cultiver étant intimement lié à notre désir de manger de bons légumes, nous nous sentons responsables de ces produits. L'association Incroyable Comestible milite ainsi pour l'investissement de tout espace vert public, coin de terre, contour d'arbre, rond point ou autre, pour que les habitants y cultivent leurs fruits et légumes, accessibles gratuitement. Cet acte permet aux urbains de réinvestir l'espace public, de s'en sentir responsable, et d'y tisser un lien entre citoyens concernés. Le collectif Goutte d'O, lui, propose un jardin partagé et vend des paniers de légumes mais dont le prix est calculé au ratio de l'investissement consacré au jardin, une journée de travail

62. Brigitte FLAMAND, *op. cit.*, p. 351.

63. Matthew B. CRAWFORD, *op. cit.*, p. 70.

correspondant à 10€. Il invite de cette façon tout un chacun à s'investir pour la communauté mais aussi pour son bien-être personnel.

Pour interpeller le citoyen sur son rôle d'acteur de la société, l'art a largement investi ce domaine. Nicolas Bourriaud, dans son ouvrage *Postproduction*, décrit les pratiques de plusieurs artistes qui ont contribué à effacer cette distinction entre production et consommation, entre création et copie, ou *ready made* et œuvre originale<sup>64</sup>. L'artiste Marcel Duchamp par exemple, croit comme Karl Marx que la consommation est un mode de production à part entière. Dans *Introduction à la critique de l'économie politique*, ce dernier compare le système de production naturel des plantes à celui des biens de consommation courante. La plante produit des arômes et toutes sortes de substances chimiques lui permettant de croître, essentiellement grâce à sa consommation d'eau, de soleil... C'est un cycle et non un lien de causalité. Ainsi un produit ne devient-il réellement produit que dans l'acte de consommation car « **un vêtement ne devient un vêtement que dans l'acte de le porter, une maison inhabitée n'est en fait une maison réelle** »<sup>65</sup>. En réalité, la consommation produit le sens de ce qui est consommé par l'usage que l'utilisateur choisit d'en faire. Selon lui, l'acte de choisir - activité d'ordinaire considérée comme faisant partie de la consommation - est un acte artistique au même titre que celui de fabriquer, peindre ou sculpter - activités dites *productrices* - : « **Créer, c'est insérer un objet dans un nouveau scénario** »<sup>66</sup>. Un certain nombre d'artistes utilisent par exemple des fragments de notre imaginaire collectif pour produire des histoires singulières dont l'exposition est la mise en scène<sup>67</sup>.

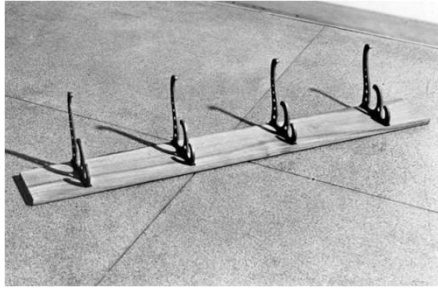
Les designers ont également contribué à brouiller les rôles du consommateur et du concepteur. Joe Colombo, initiateur de *l'Antidesign*, proposait selon Alexandra Midal en quelque sorte un modèle de production d'objets duchampiens, ou en tout cas allant à l'encontre du principe d'un concepteur imposant son modèle. Il annonçait

64. Nicolas BOURRIAUD, *op. cit.*, p. 16.

65. *ibid.*, p. 17.

66. *ibid.*, p. 19.

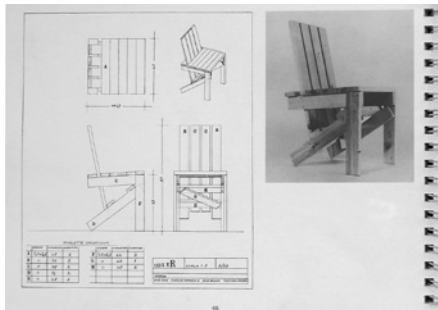
67. *ibid.*, p. 42.



TRÉBUCHET.  
Marcel Duchamp, 1917.  
Ready made.



100 CHAIRS IN 100 DAYS.  
Martino Gamber, 2007.  
Chaises assemblées.



AUTOPROGETTAZIONE ?  
Enzo Mari, 1974.  
Recueil de modes d'emplois pour  
fabriquer ses propres meubles.

d'une certaine manière le système de conception collaboratif et la co-conception. En effet, étant donné que les objets industriels sont porteurs d'une symbolique de classe, il proposait dans un premier temps de les retirer du marché, puis de repenser le design comme un antidesign, s'opposant au culte triomphal de l'objet. Il appelait alors de ses vœux un design « **constitué d'éléments anonymes adaptés à une production de masse, personnalisés au moment de leur assemblage et vendus à grande échelle, à des prix abordables** »<sup>68</sup>, une sorte de *communisme formel* si l'on peut dire. Le designer étant dépossédé de sa création, chacun serait libre de s'approprier l'objet industriel comme bon lui semble, et les frontières entre conception, bricolages et objets déjà produits s'estomperaient.

Puis dans les années 70 et un autre contexte, Enzo Mari a lui aussi apporté sa pierre à la réflexion avec son catalogue *Autoprogettazione ?* Celui-ci propose une série d'objets de la vie courante (chaise, table, sommier de lit...) dont il présente les plans, les dimensions, et explique le montage dans un ouvrage imprimé. Ce faisant, son objectif est de permettre au grand public de reprendre possession de ces objets en les fabriquant lui-même. S'il est souvent cité comme le pionnier de l'*open source*, annonçant la sortie du modèle industriel classique, ce catalogue avait en réalité pour l'auteur pour objectif de déconstruire la pratique du design et de la rendre intelligible à tous : « **Ces éléments n'ont pas été conçus comme des alternatives aux versions industrielles, mais plutôt comme une sorte d'exercice critique sur le design. C'est la raison pour laquelle cette expérimentation a été appelée "home design" et non "home production"** »<sup>69</sup>. Il pourra alors adapter ces formes à d'autres configurations et prendre conscience des enjeux tangibles dans ses objets. « **Après tout, c'est bien le meilleur moyen d'éviter d'être "designé" soi même** »<sup>70</sup> disait un critique d'art de l'époque à propos de cette initiative.

Ces instigateurs n'ont bien entendu pas été les seuls mais les plus reconnus à traiter la question, et il y en a eu beaucoup d'autres depuis.

68. Alexandra MIDAL, *op. cit.*, p. 28.

69. Enzo MARI, *Autoprogettazione ?*, Mantova, ed. Corraini, 2010 (1974), p. 45.

70. *ibid.*, p. 35.



L'association d'architectes Bellastock, pour ne citer qu'eux, s'est fait connaître ces dernières années pour leur maîtrise du réemploi des matériaux issus de démontage de chantiers publics (leur première source de matière première) s'obligeant à composer avec les types de produits récupérés en permanence. De plus, ils optent souvent pour des chantiers participatifs, incluant autant les futurs usagers du lieu que des élèves architectes en formation, rendant obsolète toute division du travail puisque nécessitant une adaptation permanente tant humaine que matérielle. Mais alors, comment, dans ce contexte, définir un semblant de projet partagé par les différents acteurs ?

### De la pratique à la fonction

Pour Mathiew Crawford, nous devrions, contre toute attente, peut-être moins nous préoccuper de la fin que des moyens, le but prenant forme naturellement en cours de route. Il prend l'exemple des cabrioles du dauphin ou de la construction du nid d'un oiseau, que l'on aurait tendance à percevoir comme des activités de loisir et qui pourtant s'apparentent en un sens à du *travail, modifiant les formes de la nature à des fins utilitaires*. Il cite Hobbes qui constate que **« ce qui différencie l'être humain [des animaux], c'est que [ceux-ci] partent de l'effet désiré et découvrent l'instrument adéquat, tandis que nous sommes capables de percevoir n'importe quel objet comme un outil potentiel et d'imaginer tous les usages possibles auxquels il pourrait servir »**<sup>71</sup>. Nous devrions donc prendre exemple sur l'oiseau pour laisser advenir le projet au cours de son élaboration. Nous reformulerons donc la question de *Que faire avec ?* en *Comment faire avec ?* La *fonction* ou *l'utilité* de notre production ne doit pas être figée dès le départ et peut-être devrions-nous laisser émerger les usages au fur et à mesure.

Certains penseurs sont allés dans le sens d'un anti fonctionnalisme prescrit en amont de la pratique. Selon Pierre Bourdieu par exemple **« on ne peut à peu près rien conclure concernant les usages sociaux à partir des propriétés techniques des objets. En effet, chaque consommateur, détenteur et usager d'un objet, effec-**

71. Matthew B. CRAWFORD, *op. cit.*, p. 222.

**« tue sur celui-ci un travail d'appropriation par lequel s'établit la frontière entre les propriétés utiles et les usages réels »**<sup>72</sup>. De cette façon, on ne peut admettre qu'un objet soit *ontologiquement attaché à sa fonction* depuis sa création, cette dernière évoluant dans le temps, presque comme la vie sociale d'une personne<sup>73</sup>. En conséquence **« Il ne peut donc y avoir (...) d'objet intrinsèquement utilitaire, mais des objets initialement destinés à être utilisés »**<sup>74</sup>. Ivan Illich renchérit dans *La convivialité* en affirmant que notre idéal utilitariste détruit l'autonomie de la personne et qu'il faudrait lui préférer une conception du bien comme **« la capacité de chacun de façonner l'image de son propre devenir »**<sup>75</sup>. Thierry Bonnot, dans son ouvrage d'anthropologie sociale *La vie des objets*, cite l'exemple de ces fabriques de poteries dont les artisans témoignaient ainsi : **« Nous, on fabriquait, après les gens ils faisaient ce qu'ils voulaient. Ce pot par exemple, on y mettait de l'eau ou de la crème, même du vin, n'importe quoi. C'était des pichets, pas pour mettre un liquide particulier »**<sup>76</sup>. Le film *Les dieux nous sont tombés sur la tête* retrace également l'histoire d'un chef de tribu souhaitant rendre aux dieux la bouteille de *Coca-Cola* vide qui est tombée d'un avion dans son village et qui attire trop la convoitise entre les gens par les multiples usages qu'il recelle. Finalement, le bon usage de cette bouteille revient à celui qui ne connaît pas sa provenance, qui perçoit un volume et des propriétés comme des possibles actions sur le monde. Mais si la fonction n'est plus déterminée par

72. Thierry BONNOT, *La vie des objets*, Paris, ed. de la *Maison des sciences de l'homme*, 2002, p. 172.

73. *ibid.*, p. 5.

74. *ibid.*, p. 150.

75. Ivan ILLICH, *La convivialité*, Paris, Seuil, 2003 (1973), p. 31.

76. Thierry BONNOT, *op. cit.*, p. 169.

une entité conceptrice supérieure prescrivant ses fonctions en amont, quelles formes peut prendre aujourd'hui cette prosommatation ?

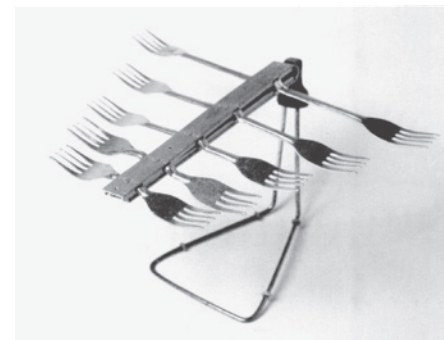
## Bricolage

En 1972, l'historien de l'architecture Charles Jencks évoque un nouveau mode de production basé sur l'improvisation et la résolution des problèmes au fur et à mesure : nous l'avons depuis appelé le *bricolage*. A la différence du concepteur-ingénieur, le *bricoleur* ne subordonne pas ses tâches à l'obtention de matières premières et d'outils, conçus et procurés à la mesure de son projet : « *son univers instrumental est clos, et la règle de son jeu est de toujours s'arranger avec les moyens du bord, c'est-à-dire un ensemble à chaque instant d'outils et de matériaux, hétéroclites (...), éléments recueillis ou conservés en vertu du principe que ça peut toujours servir* »<sup>77</sup>. Le *bricoleur* voit donc toujours une situation sous l'angle des possibles (*what if*) et non des problèmes. Dans le même sens, l'introduction de Marleen Stikker de l'article *Open Design* (2011) oppose le *Realitarian* (réalitariste ?), qui opère dans un contexte aux règles préétablies, suivant les conditions que l'institution lui donne, au *Possibilitarian*<sup>78</sup> (possibilitariste ?), qui lui ne voit que les possibilités sans savoir où celles-ci le mèneront, désireux de prendre part au processus pour trouver des réponses à un problème donné, et qui n'est pourtant pas utopiste puisque très ancré dans la réalité des choses. Michel de Certeau enfin, dans *l'Invention du quotidien* va plus loin et étend la non passivité du bricoleur à l'homme ordinaire. Selon lui, l'homme ordinaire invente son quotidien grâce aux arts de faire. « *A une production rationalisée (...) et spectaculaire, correspond une autre production, qualifiée de "consommation" : celle-ci est rusée, elle est dispersée, mais elle s'insinue partout, silencieuse et quasi invisible, puisqu'elle ne se signale pas avec les produits propres mais en "manière d'employer" les produits*

77. Claude LEVI-STRAUSS, *La pensée sauvage*, Paris, Pocket, 1990 (1962), p. 27.

78. s. n. « Toward Eudaimnic possibilitarian design(ing) » in Window874 (site internet), 9 fevr. 2013.

RUSSIAN FOLK ARTEFACTS.  
Vladimir Arkhipov, 2006.  
Recueil d'inventions bricolées en Russie,  
durant la période d'embargo.



MASQUE À GAZ DE FORTUNE.  
s.n., mai 2013, lors des manifestations  
turques. Extrait du site Micro design, collectant  
les inventions ad hoc.



*imposés par un ordre économique dominant* »<sup>79</sup>. Chacun est *bricoleur* malgré lui, détournant et adaptant tout système, objets ou règles imposées à ses besoins et par l'usage qu'il en fait.

Aujourd'hui, le bricolage apparaît comme l'une des solutions pour se prémunir d'une attitude passive et dépendante du système de consommation. En dénudant nos appareils quotidiens de leur carapace mystifiante, nous les faisons nôtres<sup>80</sup>. Car « *transformer l'objet ou s'en servir de façon incongrue, c'est se l'approprier encore un peu plus et lier plus étroitement sa propre existence à celle des choses* »<sup>81</sup>. De plus, l'activité de réparateur, qu'il s'agisse de médecin ou de mécanicien, est étroitement liée à l'expérience de l'échec. « *Être un réparateur c'est peut être aussi une forme de cure contre le narcissisme* »<sup>82</sup> soutient Mathiew Crawford, car à l'inverse du concepteur ou architecte, le réparateur se doit d'être humble et d'appréhender le monde comme une entité qui lui échappe. Cette inter-relation homme-objet-environnement en tant qu'un seul et même système, où les éléments interagissent respectivement les uns envers les autres, nous responsabilise et permet aux individus de prendre conscience de l'impact de leurs choix, pour éventuellement choisir de s'extraire du modèle établi.

Pour offrir la possibilité aux individus de s'émanciper du système productif, il ne s'agit donc pas d'imaginer uniquement de nouveaux outils, sans quoi cela reviendrait à proposer un kit à tout faire qui satisferait avant tout l'égo associé au pouvoir d'action de l'ingénieur-concepteur. Au contraire, le philosophe Bernard Steigler défend l'idée que désormais « *le destinataire doit être économiquement conçu comme récepteur et producteur, c'est-à-dire destinataire et destinataire (...), praticien, et non usager, une sorte d'amateur* »<sup>83</sup>. Car limiter l'utilisateur à l'usage ou l'utilisation d'un produit ne l'impliquerait que partiellement. C'est le cas par exemple des œuvres dite *ouvertes*

79. Michel de CERTEAU, *L'invention du quotidien. Tome 1: arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990, p. 37.

80. Matthew B. CRAWFORD, *op. cit.*, p. 8.

81. Thierry BONNOT, *op. cit.*, p. 168.

82. Matthew B. CRAWFORD, *op. cit.*, p. 100.

83. Brigitte FLAMAND, *op. cit.*, p. 353.

impliquant la participation du public. Le visiteur participant, si on lui propose certes de réagir à l'impulsion initiale fournie par l'auteur, n'en n'est pas pour autant inclus dans l'acte de conception-crédation lui-même. « *Participer, c'était compléter le schéma proposé, (...) parapher le contrat esthétique que l'artiste se réserve le droit de signer* »<sup>84</sup> dit Nicolas Bourriaud. Et en effet, la prescription d'usage inhibe nécessairement l'usager, elle induit une attitude passive de l'utilisateur-spectateur, tandis que le praticien se réserve lui le droit de s'affranchir de celle-ci car il participe à la définition des possibles. Une langue par exemple (ou un instrument de musique) ne s'utilise pas mais se pratique et offre ainsi un pouvoir d'agir sur le monde. « *On est constitué par elle et l'on en est par la même constituant* »<sup>85</sup>. La conception 2.0 ou *prosommation* peut donc consister à offrir des pratiques possibles et non plus imaginer des usages définis<sup>86</sup>. Ce sera alors sûrement la tâche la plus délicate à venir pour le design: donner matières, outils et formes à penser par soi-même et accepter de se désengager d'une partie de son rôle actuel pour le laisser être pris en main par les praticiens. Nous verrons dans la partie 3 dans quelle mesure certains designers ont su ou non s'adapter à ces nouveaux enjeux.

84. Nicolas BOURRIAUD, *op. cit.*, p. 87.

85. *ibid.* p. 362.

86. Brigitte FLAMAND, *op. cit.*, p. 354.

Design,  
methodes,  
et outils

3.

Dans ce contexte de mutation socio-économique, le designer qui ne souhaite plus répondre à la demande croissante de gadgets mais contribuer à nous rendre plus indépendants de la société de consommation, est, de fait, amené à repenser sa place dans le processus de consommation. Nous verrons dans ce chapitre comment le design a su s'emparer ou non d'une partie des enjeux soulevés dans la partie précédente, notamment de gain d'autonomie du *prosoma-teur* et d'une forme de *lâché prise* du designer, en mettant en œuvre diverses méthodes et outils de conception et production alternatifs.

### 3.1. OBSERVATIONS

Le designer, parce qu'il participe à l'élaboration d'un objet, et que celui-ci est porteur de multiples possibles (symbole de classe, outil émancipateur, gadget...) aux conséquences impactantes, est, consciemment ou non, engagé. Notamment vis-à-vis de la planète lorsqu'il choisit tel ou tel processus de fabrication, matériau, transport, pour ses propriétés de durabilité ou réemployabilité, ainsi que lorsqu'il conçoit un objet pour être démontable ou non, résistant ou éphémère... Car s'efforcer d'étendre sa sphère d'autonomie - et donc de liberté - ne signifie pas pour autant décider tout seul indépendamment du contexte et de son environnement<sup>87</sup>. S'il s'agit bien d'une activité *autonome* (par opposition à celle, *hétéronome*, imposée par autrui) où les fins sont définies par le sujet lui-même, cette décision n'a en revanche rien d'arbitraire ou de strictement privé. « **Elle découle plutôt de l'appréhension de caractéristiques réelles de son environnement** »<sup>88</sup>. Mais il est aussi responsable humainement de s'appuyer sur les liens qui nous unissent. « **En reconquérant de l'autonomie, il ne s'agit pas de nous isoler, de créer un univers autarcique où nous planterions nos pommes de terre, fabriquerions les murs de notre maison tout-e seul-e et nous soignerions avec des herbes médicinales de notre cru** »<sup>89</sup>. Il s'agit plutôt de s'appuyer sur les liens existants pour faire émerger des communautés de pratiques.

87. André GORZ, *op. cit.*, p. 100.

88. Matthew B. CRAWFORD, *op. cit.*, p. 237.

89. OFFENSIVE, *Construire l'autonomie*, Montreuil, ed. L'échappée, 2013, p. 13.

Le travail du designer peut modifier la vie de personnes aussi bien matériellement, parce qu'il rentre dans leur espace privé, que psychologiquement, parce qu'il leur a ouvert des possibles et fait prendre conscience d'un enjeu social qu'il avait oublié par exemple. Par voie de conséquence, les interactions entre le designer et le contexte de son projet évoluent progressivement.

Il n'est plus seul et isolé des gens pour lesquels il conçoit comme il a pu l'être par le passé. Le travail collaboratif bouscule les rôles et les attributions de chacun. Beaucoup travaillent en équipes pluridisciplinaires. Certains amateurs deviennent designers ou l'inverse, et la frontière entre le produit d'un designer disponible en open source et la dernière publication sur son blog d'un bricoleur s'estompe. Par ailleurs, faire de l'usager un *partenaire* du projet est pointé comme un potentiel depuis longtemps. « **Anticiper les projections que les individus ne manquent pas d'ajouter à l'usage du produit acheté, maximiser les chances de réussite et d'adoption d'un produit, capter et développer une idée géniale que l'on n'aurait jamais eu seul** »<sup>90</sup> sont autant de facteurs séduisants, et ce pour satisfaire des ambitions différentes. Pour certains, la pratique du design doit alors se transformer pour être plus à même d'échanger avec les usagers, amateurs, praticiens, utilisateurs ou toute personne concernée par le projet.

Le processus de création dit *centré usager* ou *centré utilisateur* participe en un sens à cette transformation. *Le Guide de l'innovation centrée usager*, édité par la Fondation Internet Nouvelle Génération (FING), suggère le processus suivant :

1. *Anticipation*: Identifier des valeurs économiques et sociales de nouveaux objets ou services pour les usagers, en fonction des modes de vie et des habitudes de production et consommation.
2. *Conception*: Favoriser la conception d'artefacts sociotechniques et explorer leurs fonctionnalités, à travers la coordination entre concepteur et utilisateur.
3. *Adaptation*: Améliorer un dispositif sociotechnique, en fonction de la manière dont les utilisateurs l'adaptent à leurs besoins.
4. *Adoption*: Mise à l'épreuve du potentiel d'appropriation des nouveaux produits ou services, à partir d'une mise en contexte des acti-

90. Fabien LABARTE et Renaud FRANCOU, *op. cit.*, pp. 18-35.

vités et des pratiques quotidiennes en situation naturelle et diffusion scientifique des travaux de recherche.

Chacune de ces étapes est jalonnée de représentations des propositions sous la forme de scénarios d'usage et de maquettes, et implique des équipes pluridisciplinaires. Les usagers peuvent être impliqués dès la phase d'anticipation où sont sollicités ça et là, au cours du processus, mais le plus souvent leur rôle est celui de juges expérimentateurs. Les collectifs travaillant dans le domaine de l'espace public ont développé pour cela de nombreux outils pédagogiques : cartographies subjectives géantes, étalages de post-it, *brainstorming* créatifs avec sessions pâte à modeler, aides à la génération d'idées, *makestorming* etc.

Il existe de nombreux outils permettant au designer de s'instruire sur les modes de vie des usagers, déceler ce qui fait leur force, leur spécificité, ou leur savoir-faire. Les plus courants sont les entretiens ou le photo-reportage/ documentaire. Celui des *Probes*, plus atypique, renverse le regard et propose aux usagers de raconter eux-mêmes leur quotidien. Le designer conçoit et prête pour cela un kit de collecte d'informations, que la personne ciblée emporte chez elle et documente pendant environ une semaine (il peut comporter appareil photo jetable, tableau de bord journalier, boîte à idées...). De cette façon, celui-ci peut apprendre sur son contexte de travail de façon moins intrusive et forcée, celui-ci modifiant on le sait, énormément l'ouverture et la sincérité des individus.

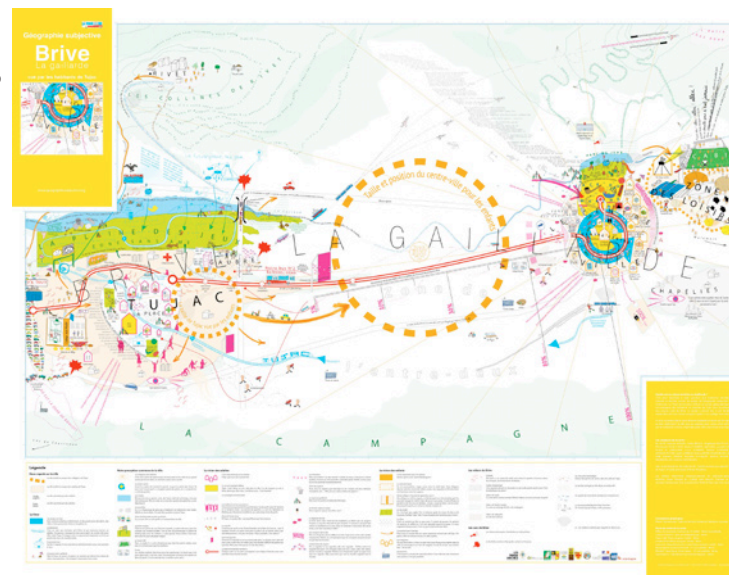
Une autre méthode, cousine, celle de l'agence Strategic Design Scenario<sup>91</sup>, propose de partir d'observations sur place et de mettre en valeur la réalité du terrain. Les participants vivent alors sur place quelques temps, en résidence, pour à la fois simplifier les échanges, observer sur la durée, et établir une relation de confiance avec les partenaires. Le processus est dit à la fois *bottom-up* (de bas en haut) et *top-down* (de haut en bas). Il croise d'une part une collecte de pratiques de terrain, entre autres à partir du réseau d'associations déjà installé (souvent inconnu ou mal mis en valeur). Et d'autre part, il met en place des espaces de rencontres entre les divers acteurs

91. Site internet de *Strategy Design Scenario*:  
<http://www.strategicdesignscenarios.net/>

VOYONS VOIR.  
 Collectif ETC, 2011.  
 Projet de signalétique urbaine constituée d'anecdotes  
 vécues ou rêvées d'habitants.



PORTRAIT GEO-POÉTIQUES.  
 Géographie subjective, 2012.  
 Atelier de cartographies sensibles et personnelles du  
 territoire autour du Musée d'Art Moderne du Luxembourg



du projet (représentants, élus, industriels, designers, administratifs etc.) et les partenaires de terrain (associations, usagers...) pour favoriser les échanges. Ceci permet de décrypter les transformations naissantes mais aussi de les amener à la conscience autant des praticiens futurs que des décideurs. « **La conception de notre futur ne peut s'envisager aujourd'hui que dans une relation partagée qui engage les différents acteurs d'un même processus: concepteurs, fabricants, distributeurs, usagers-consommateurs, pouvoirs publics** »<sup>92</sup>, dit Matthew Crawford. On oublie trop souvent que l'étymologie du mot *idiot* renvoie au repli sur soi et à la sphère privée... L'intelligence et la réussite d'un projet reposeraient donc sur sa capacité à faire collaborer les bons acteurs ?

Pas seulement bien sûr, et le projet de type *centré usager* a aussi ses écueils. Tout d'abord, bon nombre de projets se contentent d'organiser des tests utilisateurs, l'utilisateur-consommateur étant alors consulté pour sa capacité à prescrire. Ils pensent s'assurer ainsi de la viabilité de la proposition en la soumettant au jugement des habitants. Plébiscitée par l'industrie traditionnelle, c'est malheureusement une manière efficace de justifier une absence de considération des usagers lors de la conception. J'ai moi-même à l'UTC été initiée à une méthode relativement proche : le *design thinking*. Développée à Stanford dans les années 80, ses étapes sont : définir, imaginer, synthétiser, prototyper, et tester. Chaque proposition est évaluée selon une certaine grille par les utilisateurs et tous les choix ou combinaisons sont justifiés quantitativement par des calculs statistiques. Cette méthode se situe donc au croisement de la pensée analytique et de la pensée intuitive. Dans la pratique, elle semble souvent un moyen de rassurer le client en balayant le spectre des options pour revenir très rapidement à la solution que l'on avait en tête initialement. L'utilisateur est consulté mais ne participe pas réellement à la conception, dans la mesure où marketing, designers, et sociologues de l'usage, revendiquent leur expertise sur les usages. Les innovations qu'ils font quotidiennement sont donc naturellement écartées. Lorsqu'il n'est pas physiquement présent, il est stigmatisé par des *profils utilisateurs* caricaturaux. Par ailleurs, il serait naïf de croire qu'il n'y a jamais de sélection des personnes censées représenter les usagers, et cela pas seulement à cause d'une mauvaise volonté des

92. Matthew B. CRAWFORD, *op. cit.*, p. 116.

acteurs mais aussi parce que beaucoup de citoyens-usagers n'osent pas ou ne se sentent pas légitimes pour donner leur avis sur un projet d'envergure. Leur donner des outils pour documenter eux-même leur mode de vie est un premier pas, mais la prise de conscience et l'engagement sur la durée apparaissent comme la clé de voûte conditionnant la réussite d'un projet.

## 3.2. LAISSER ADVENIR

Le design nous engage sur le plan humain, dans notre relation à l'autre. Vous avez pu le constater, ce mémoire est ponctué de témoignages ou d'histoires de rencontres. A chaque projet, les rencontres impactent naturellement mes projets. Je devais donc porter ce mémoire à cette image : un travail de recherche alimenté d'histoires d'apparence anecdotiques mais qui témoignent de ma volonté de travailler avec et non pour les gens. Comme disait Vilém Flusser dans son essai *Petite philosophie du design*, « **Design est (...) synonyme de destin. Poser des questions c'est tenter de prendre en main le destin, avec les autres, de le façonner en commun avec eux** »<sup>93</sup>. Le design est donc un processus de fabrication collective de formes et idées au sens large, et il n'y a de territoire commun que dès lors qu'il y a observation et compréhension réciproque et construction d'une relation. Or établir une relation de confiance prend du temps et s'établit sur la durée. De la même façon, co-construire un projet demande des allers-retours permanents sur le terrain avec les usagers-praticiens. Le designer doit savoir s'appuyer sur les évolutions et adaptations permanentes réalisées par ces derniers, sans quoi le projet n'appartiendra jamais à d'autres. C'est peut être là l'un des enjeux les plus importants qui incombe au design : être capable de bâtir ces destins collectifs sur la base de ce qui est *déjà là*.

Pour cela, le designer doit admettre que tout projet demande une pluralité d'interprétations et d'adaptations nécessaires avec la réalité sociale où elle s'intègre. Comme le dit Ezio Manzini, « **C'est sur le terrain, et en fonction de ces impératifs, que la culture industrielle rencontre la culture du projet** »<sup>94</sup>. Il est entendu ici que la culture du projet est l'interprétation de la société qui exprime le point de vue du consommateur. En d'autres termes, c'est la réalité du terrain qui permet de sélectionner les projets industriels et les amener vers les besoins réels des gens. Les projets industriels doivent être par conséquent suffisamment ouverts pour permettre cette (ré?)appropriation *sympraxique*, invitant à faire avec, et pas

93. Vilém FLUSSER, *Petite philosophie du design*, Belfort, ed. Circé, 2002, p. 93.

94. Ezio MANZINI, *op. cit.*, p. 91.

seulement *sympathique* (sentir avec)<sup>95</sup>. Or les projets *open-ended*, où de fait l'usage fait partie intégrante du processus de conception de l'objet-service, sont souvent considérés par la communauté des designers comme *non aboutis*. J'ai pu échanger cette année avec le philosophe et chercheur en sciences cognitives Charles Lenay sur l'une de ses applications de suppléance perceptive. Son approche m'a interpellée en ce qu'elle se situe à l'extrême opposé de ce que l'on nous apprend en design. La priorité selon lui était de mettre en place le plus rapidement possible des prototypes et les prêter plusieurs jours à ses étudiants. Bien qu'il ait imaginé par ailleurs des scénarios possibles, les usages selon lui naîtraient de ce que ces derniers feraient advenir. C'est par la pratique et l'expérimentation que les potentiels de son produit se donneraient à voir, et non par des usages qu'il aurait pu imaginer en amont, la préconisation limitant naturellement le champ des possibles.

Selon Norbert Alter, ce qui caractérise une innovation, par opposition à l'invention, c'est précisément que l'innovation est déjà l'intégration de l'invention par et dans un milieu social. « **Ce qui permet l'innovation n'est donc pas le potentiel abstrait représenté par la nouveauté mais la possibilité de lui affecter un usage compte tenu du système social dans lequel elle intervient** »<sup>96</sup>. L'adaptation est donc non seulement inévitable mais surtout nécessaire à l'intégration d'une innovation à un contexte social donné. Norbert Alter insiste également sur le fait que le processus de *mise sur le marché* de l'invention n'est pas rectiligne et procède de multiples découvertes intermédiaires imprévues et de la capacité des utilisateurs à tirer des leçons de cette mise en œuvre. Les usagers d'une découverte « **introduisent des procédures nouvelles, inconnues, et porteuses d'innovations** »<sup>97</sup>. La curatrice d'exposition Monica Gaspar Mallol les nomme des *Non Intentional Design*<sup>98</sup>. Peut-être pourrions-nous parler aussi de *Design Serendipitique* ou *Fortuit* comme l'usage d'artefacts existants en tant que matière première à

95. OFFENSIVE, *op. cit.*, p. 70.

96. Norbert ALTER, *op. cit.*, p. 18.

97. *ibid.* p. 109.

98. Monica GASPAR MALLOL, « Displaying f(r)ictions. Design as cultural form of dissent » in *the 6th Swiss Design Network Conference Basel*, Suisse, 29 oct. 2010.



travers un processus de désorganisation et réorganisation. Or si ces procédures ne sont pas observées et rapportées, ces découvertes disparaissent avec leur concepteur. Collectées au fur et à mesure, ces informations renseignent sur les nouveaux usages, sur les demandes des habitants, sur leurs modes de vie, et « **constituent les marques de changements à venir** »<sup>99</sup>.

Pour échanger tout au long de ce processus et laisser advenir le projet, il paraît nécessaire d'adapter la pratique du designer pour ne pas créer cette distance intimidante entre l'expert et l'amateur. Cela passe aussi par des outils de dialogue. Laura Pandelle, designer auprès de l'association la 27<sup>e</sup> région, qui explore de nouvelles façons d'améliorer la conception et la mise en œuvre des politiques publiques, m'exposait combien il était essentiel de ralentir le processus de formalisation des idées pour permettre aux personnes impliquées de manipuler et prendre en main les propositions. L'attitude de l'association est en effet d'accompagner les institutions dans la transformation de leur pratique (vers davantage de co-conception) et en aucun cas de se substituer à elles: elle propose le cadre, les méthodes et les outils. Si les pistes de réflexions sont présentées sous la forme de séduisants photomontages, il y a de grandes chances pour que les avis soient dans le jugement, peu constructifs, alors que si ce sont des maquettes en carton, les participants auront moins de difficulté à franchir le pas de mûrir des propositions alternatives en déplaçant les éléments eux-mêmes, et participeront sûrement en engageant leur corps.

Cela passe aussi par l'apprentissage et la formation. Beaucoup de collectifs et associations vivent aujourd'hui des ateliers qu'ils proposent auprès des municipalités: bricolage, sérigraphie, robots et arduino, vidéo, construction d'un potager... Le projet *Eat My Dust* de la réalisatrice Delphine de Blic, en plus de prêter matériel de tournage et de projection, propose un cadre pédagogique d'apprentissage de la création vidéo au sein des bidonvilles de Kliptown (Afrique du Sud). Les participants acquièrent le savoir-faire leur permettant de tourner, monter un film et exercer leur regard critique sur leur

99. Marie-Haude CARAËS et Philippe COMTE, *Vers un design des flux: une recherche sur l'innovation familiale*, Saint Etienne, ed. Cité du Design, 2009, p. 10.

EAT MY DUST PROJECT.  
Delphine de Blic, 2013.  
Affiche d'invitation à l'une des projections.



MAKERBOX.  
Usbek et Rika, 2014  
Coffrets cadeaux pour fabriquer  
soi-même divers objets



environnement par le biais de la fiction. Les courts-métrages créés abordent naturellement les questions de racisme, de sexisme, de pauvreté, de sida... On trouvera aussi une notion de partage et d'apprentissage, dans une moindre mesure, dans les ateliers d'*Open-bidouille*, qui semblent participer à la démocratisation de l'électronique et peuvent sensibiliser à la réparation de nos objets électroniques par une première initiation. Mais l'esprit communautaire ne semble pas totalement suffisant. La quantité infinie de tutoriels en ligne, permettant à chacun de contribuer à augmenter les capacités de tous, ne peut avoir la même valeur que la transmission du savoir-faire d'un expert. Conscient de cela, l'entreprise Makerbox portée par le magazine *Usbek et Rika*, propose des boîtes du type coffret cadeau pour apprendre à fabriquer tel ou tel objet dans un de ces *tiers lieux* de fabrication. L'objectif est d'inciter le consommateur *lambda* à mettre un pied dans la fabrication et dans ces lieux de façon ludique, tout en insistant sur l'importance de la reconnaissance du savoir-faire de chacun. Ils s'attachent donc à former une communauté de tiers-lieux où chacun est reconnu pour sa spécificité et pas seulement pour sa mise à disposition d'outils de bricolage.

De la même manière que le designer n'est plus un concepteur tenu hors de la réalité du terrain mais bien un citoyen engagé, son implication s'ancre aussi dans l'espace, public, du projet. C'est pourquoi on a vu ces dernières années se multiplier les collectifs développant des projets participatifs, collaboratifs, co-conçus ou co-fabriqués. Plusieurs défendent une pratique participative, directement sur le terrain. Le plus connu, le Collectif ETC, est une agence nomade qui se déplace à vélo, vit sur le lieu-même de chacun de ses projets et engage le plus souvent les habitants dans des chantiers participatifs.

Pour autant, ces méthodes étant guidées et encadrées par les designers ou architectes experts, peu dépassent le contexte de l'atelier. Certains se diront qu'ils n'ont pas les bons outils, d'autres qu'ils ne savent pas comment adapter la méthode. Il est extrêmement difficile de sortir ces ateliers ou chantiers participatifs de leur aspect événementiel pour construire des choses durablement et inciter les gens à prendre les choses en main. Cela dépend de beaucoup de facteurs,

et entre autres de la capacité et la volonté des acteurs à fédérer les énergies de ces communautés émergentes.

Pour pouvoir rendre possible cette nouvelle façon de concevoir par aller-retour permanent avec le terrain, il est impératif de repenser les espaces de chacun lors de l'élaboration du projet. On a vu se développer ces dernières années une multitude de nouveaux lieux semi-publics de création, destinés à briser la barrière entre l'espace de conception et celui de l'implantation. La démarche la plus plébiscitée est celle des tiers-lieux, davantage ouverts à l'intégration des usagers *lambda*, proposant des salles modulables selon les acteurs et activités qui y prennent place. Il s'agit des FabLabs, Maker-spaces, Hacker-spaces, espaces partagés, etc. On y met à disposition de tous, des machines de fabrication numérique destinées à accélérer le processus de développement des projets, parmi lesquelles l'imprimante 3D semble désormais incontournable.

Mais de sérieux doutes sont émis quant à la pertinence de recréer de nouvelles formes d'agences, déplaçant le souci d'implication citoyenne collective sans le résoudre. En effet, comme le soulignait Christopher Santerre dans son mémoire *L'objet de la production*, soutenu l'an passé à l'ENSCI-Les Ateliers, « **On peut tout faire dans un fablab (si possible avec un peu ou beaucoup de numérique), on peut tous y aller, mais on ne sait toujours pas pourquoi on aurait envie d'y aller ni même ce qu'on y ferait vraiment** »<sup>100</sup>. Est-il nécessaire de recréer une nouvelle *bulle à créateurs* ou ne faudrait-il pas faire projet directement sur le territoire ? Est-il vraiment pertinent d'imaginer des lieux ou services qui créent des conditions de création uniques où l'on demande au *petit consommateur* de se mettre dans la peau d'un designer l'espace d'un instant ?

Moins exposées médiatiquement, d'autres espaces, aux démarches peut être plus ancrées sur leur territoire, voient le jour. Le Ferry est par exemple un lieu de vie et de création situé à Palaiseau, où se mêlent associations, artistes en résidence et habitants. Sont mis à disposition de tous des outils de menuiserie, ainsi que le

100. Christopher SANTERRE, *L'objet de la production*, mémoire sous la direction de J-F. Marchandise, ENSCI les ateliers, 2014, p. 23.

savoir-faire d'une communauté de bricoleurs-récupérateurs de palettes, permettant par exemple de fabriquer le mobilier nécessaire à la mise en place d'un festival ou d'autres projets culturels (ateliers scolaires, exposition, projection de film...) mais surtout d'impliquer le badaud naturellement dans des projets collectifs et citoyens, jouant parfois aussi le rôle de médiateur social.

Enfin, l'*Université Foraine* est un projet de résidence initié par Patrick Bouchain qui se propose d'intervenir sur des sites inoccupés, sans programme prédéfini, et de faire émerger un projet par la participation, l'ouverture au public, en travaillant sur l'appropriation. L'espace, une fois ouvert, héberge autant des résidences artistiques que des initiatives d'habitants ou encore des travaux pratiques de l'école voisine : **« Les étudiants de l'école du Théâtre National de Bretagne cherchaient à expérimenter la théâtralité de lieux non théâtraux. Ils sont venus tester leurs hypothèses en improvisant dans cette ancienne faculté, loin d'une représentation quadrifrontale ni bifrontale, sans scène ni gradins. Le centre social préparait quant à lui un parcours de santé pour des personnes en grande précarité, avec des socio-esthéticiennes »**<sup>101</sup>. Sophie Ricard, responsable de l'Université Foraine à Rennes, s'exprimait ainsi en octobre 2014 dans le magazine web *Strabic*: **« Dans la ville telle qu'elle est construite aujourd'hui par les institutions publiques classiques, les gens n'arrivent pas à faire émerger leurs désirs et leurs envies de faire. Nous manquons d'endroits pour se redonner une liberté d'action. Pourquoi ne pas donner confiance à toutes ces personnes qui portent des projets pour la chose publique? »**<sup>102</sup> Veiller à ce que les projets émergent réellement des habitants demande une vigilance constante. Un architecte me confiait que l'une de ces expérimentations avait selon lui tourné au fiasco par manque d'implication des habitants, les responsables étant du coup contraints à faire appel à des artistes non locaux pour « animer » le lieux. Ces pratiques questionnent de fait la capacité du designer (ou concepteur au sens large) à faire advenir les projets des habitants dans l'espace de tout un chacun.

101. Edith HALLAUER, « L'Université foraine, la chose publique » in *Strabic*, oct. 2014.

102. *ibid.*

UNIVERSITÉ FORAINE DE BOULOGNE SUR MER.  
Atelier d'architecture Construire  
de Patrick Bouchain, 2014.



SANS TITRE.  
Le Ferry (Pataiseau), 2014.  
Photographie de l'atelier de construction  
plein air pour le festival Aoutside.



### 3.3. INTERPELLER

Comment, en tant que designer, accompagner une prise de conscience des individus sur un sujet, et les inviter à participer à réinterroger leur quotidien ou leurs rêves ?

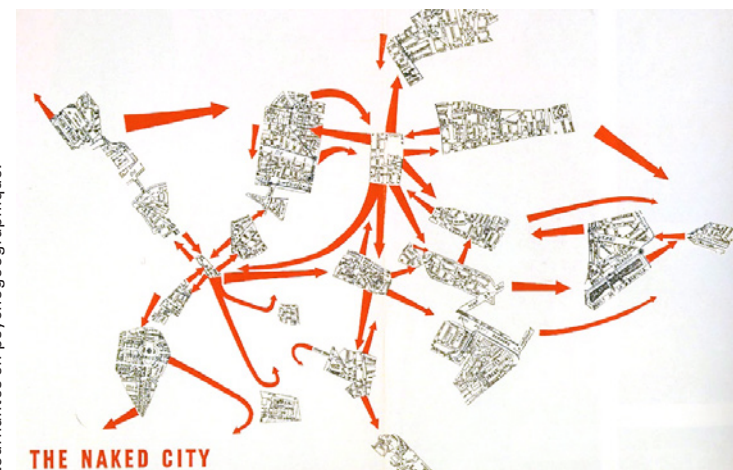
Plusieurs approches sont possibles. La *prospectivité du présent* fait partie des moyens pour questionner et redécouvrir nos modes de vie. Traditionnellement, la *prospectivité* est une discipline qui explore les signaux faibles, soit « **des émergences, des germes du futur qu'on ne voit pas nécessairement mais qui, dès lors qu'on sait les détecter, peuvent constituer des faits porteurs d'avenir** »<sup>103</sup> et permettent d'imaginer des futurs possibles. Plus récemment, une variante, la prospectivité dite *du présent*, au parti pris éthique, a vu le jour. Elle souhaite participer à la construction de *futurs souhaitables*, œuvrant pour de nouvelles manières d'être au monde. Cette dernière veut « **alimenter le débat public pour promouvoir dans la société un quatrième pouvoir (...): celui des gens** »<sup>104</sup>. Elle défend la capacité d'invention culturelle des individus rendant possible la construction de la question humaine en question politique. Mais cette nouvelle façon d'être au monde n'est rendue possible que par l'observation et le développement d'une « **capacité raisonnée et sensible à voir l'invisible déjà là dans les comportements des gens ordinaires** »<sup>105</sup>. Serge Tisseron écrit dans *Comment l'esprit vient aux objets* la chose suivante : « **La meilleure façon de nous préparer au monde de demain ne consiste pas à faire de la science fiction ni tenter d'imaginer ce que sera notre relation à des techniques dont nous ignorons encore tout. Elle est de porter un regard nouveau sur les relations que nous entretenons déjà avec le moindre de nos objets quotidiens** »<sup>106</sup> Pour faire naître ces initiatives, la première étape serait donc d'inciter les gens à prendre du recul et regarder différemment ce qui est sous leurs yeux quotidiennement. Les Situationnistes pratiquaient, pour porter de nouveau

103. Brigitte FLAMAND, *op. cit.*, p. 299.

104. *ibid.*, p. 302.

105. *ibid.*, p. 296.

106. Serge TISSERON, *Comment l'esprit vient aux objets*, Paris, ed. Aubier Montaigne, 1999, p. 11.



THE NAKED CITY.  
Guy Debord, 1957.  
Illustration de l'hypothèse des plaques  
tournantes en psychogéographie.



ALL THAT I AM.  
Koby Barhad, 2012.  
Projet-fiction de souris prétendument clonées à  
partir de cheveux d'Elvis et vendues aux enchères.

leur regard sur l'ordinaire, l'art de la dérive, se laissant par exemple conduire par un guide aux yeux bandés. Jean-Philippe Domecq en a même conceptualisé une discipline du regard: la *banalisticque*. **« Le banal n'est pas dans la masse du réel, il n'est que dans notre tête, dans la masse des préconceptions et préjugés dont elle est farcie et en vertu desquels nous regardons là et pas ailleurs »**<sup>107</sup>. L'approche maieutique faussement naïve du designer venu d'ailleurs peut aussi parfois contribuer à ce pas de côté.

Le design spéculatif s'efforce lui aussi d'interpeller le grand public sur des enjeux de société. Il interroge souvent les dérives potentielles de certaines technologies par la construction de scénarios fictionnels. Le rôle autrefois tenu par les associations de défense des consommateurs pourrait être amené à se transformer et le design comme l'art pourraient devenir de nouveaux facteurs de sensibilisation des consommateurs (d'autant plus que le design est souvent directement confronté aux méthodes employées par l'industrie). Les médias utilisés sont divers. Il peut s'agir d'une installation, d'un article scientifique, d'une vidéo, d'un objet. L'essentiel est que ce qui est représenté interroge le *regardeur* et lui permette de radicaliser son opinion sur la question soulevée (isolement social, biotechnologies, médecine, OGM...).

L'attitude du designer est, pour ce courant, celle d'un agitateur de conscience. Indépendant des commandes industrielles et ouvrant le champ des possibles, il est parfois même l'initiateur de recherches. C'est ainsi que de grands groupes comme Philips, Samsung, Electrolux, ou EDF se sont respectivement dotés d'équipes de design prospectives. D'autres choisissent de proposer leurs services de défricheurs à un plus large éventail d'entreprises, ou même de s'adresser directement aux citoyens, pratiquant **« une politique de promotion et de légitimation telle qu'elle se fait dans l'art contemporain »**<sup>108</sup>. C'est le cas de Droog design, et plus récemment de plusieurs designers londoniens issus du département *Interaction Design* du *Royal College of Art*, et en tête de file, le duo Anthony Dune et Fiona Raby. La designer Sputniko, par exemple,

107. Jean-Philippe DOMECCQ, *Traité de banalisticque*, Paris, ed. Mille et une nuits, p. 142.

108. Alexandra MIDAL, *op. cit.*, p. 182.

utilise le clip musical pour y introduire et interroger ses projets via ce média populaire. Son dernier clip<sup>109</sup> présente une machine recréant la sensation du cycle menstruel, questionnant tant notre corps prothétique de plus en plus assisté que notre capacité d'empathie à l'égard d'autrui. L'artiste Noam Toran, dans sa dernière création *Accessories for a Lonely Man*, propose quant à lui une série d'objets supposés reproduire la présence (et ses désagréments) d'un être aimé (pieds froids, tirage de couette, casseur d'assiette etc). Il nous interroge: serions-nous si déconnectés les uns des autres que le confort n'a que peu d'importance face à la simple présence d'un être humain ?

Pour parvenir à toucher les gens, ces créateurs d'édition activistes doivent passer maîtres dans la manipulation des images. La force du design spéculatif est en effet de toucher le regardeur par la prégnance et l'apparence bien réelle et plausible de ses représentations. Lors d'une rencontre avec le designer londonien David Benqué l'an passé à l'ENSCI<sup>110</sup>, celui-ci nous confiait que l'aspect séduisant des images ou objets produits était extrêmement important pour saisir le visiteur, dans l'optique où le projet est destiné à être exposé. La fiction doit happer le visiteur dans un univers, comme lorsque celui-ci est sous l'emprise d'un film de Science Fiction. Un exemple historique est celui des *12 villes idéales* de Superstudio. L'architecte Gianni Péttena décrit ces projets utopiques de l'Architecture radicale comme assumant **« le double rôle d'une vision différente et désacralisante (...) traduisant celle-ci dans la contemporanéité en termes visuels »**<sup>111</sup>. La fiction agit ici **« comme un outil puissant de réfutation. En plus de pousser à leurs limites les contradictions de la société sous des faux-semblants prétendument naïfs, elle permet au lecteur de se mettre à la place des protagonistes et d'en mesurer plus intimement les effets sur sa vie »**<sup>112</sup>. Une fois capté par l'expérience, notre regard, porté sur ce qu'on oubliait, peut changer par ce nouveau point de vue. C'est là aussi la force de la fiction :

109. Sputniko!, *Menstruation Machine* (clip vidéo), 2010. <https://www.youtube.com/watch?v=gmb-rdGbm6s>

110. Dans le cadre du workshop *Biotechnologies*, animé par Marine Royer et Sitraka Rakatoniana, à l'ENSCI les ateliers, avril 2013.

111. Alexandra MIDAL, *op. cit.*, pp. 27-78.

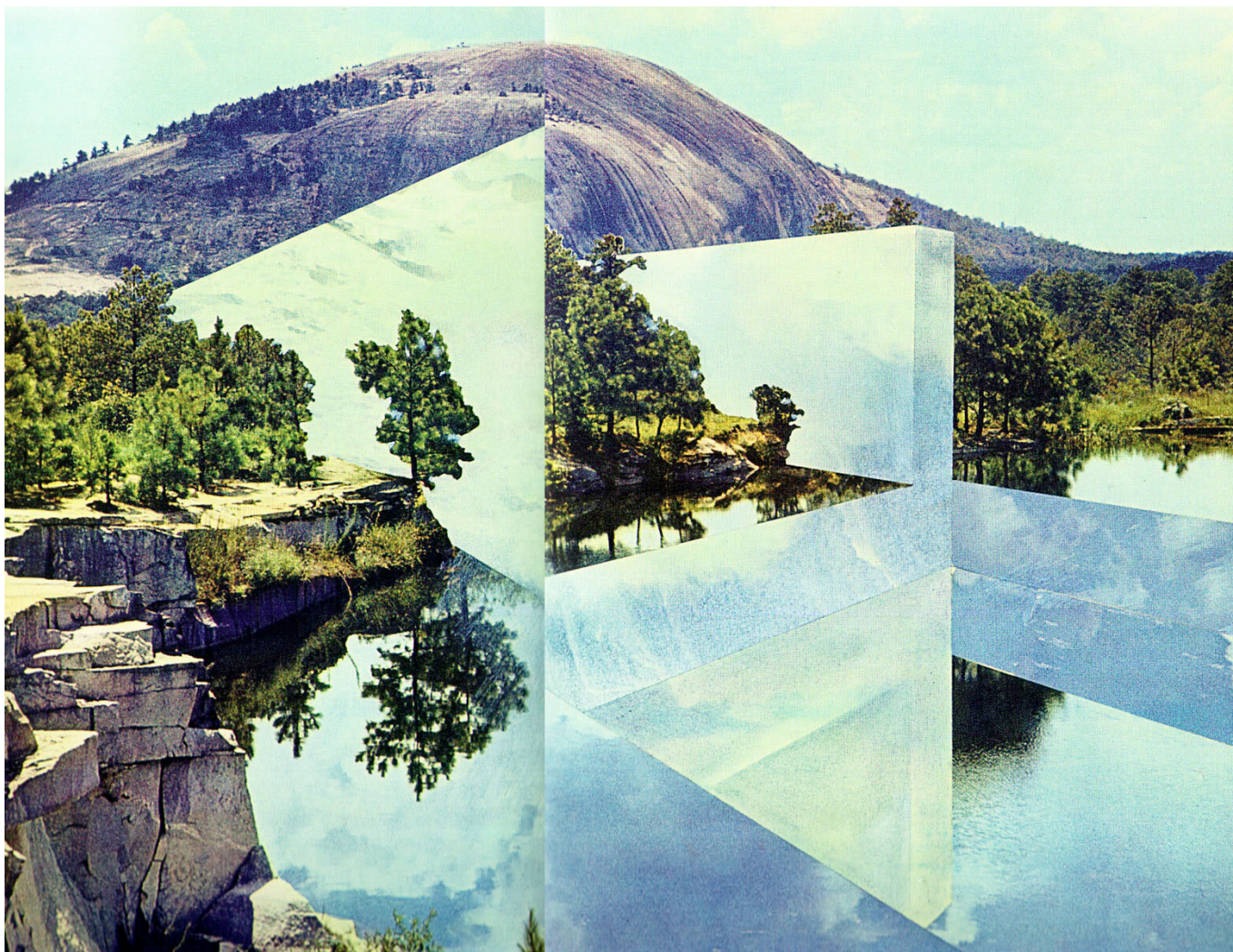
112. Alexandra MIDAL, *op. cit.*, p. 162.

nous faire prendre conscience de ce que l'on a sous les yeux mais qu'on ne voit plus. Le dernier film de Riad Satouf, *Jacky au royaume des filles* raconte par exemple l'histoire d'un pays où les hommes sont soumis au règne dictatorial de la colonnelle, où les *plantins* (des carottes) sont devenus des mets rares lorsque toute la population mange de la *bouillie* et où les *chevalins* (des poneys) sont vénérés comme des dieux. Le malaise créé par certaines scènes nous permet hélas de prendre conscience de certaines déviations de l'humanité instaurées par quelques régimes politiques. De même, l'artiste Pierre Huygues, en refilant *Fenêtre sur cour* d'Alfred Hitchcock dans le cadre d'une HLM parisienne avec des acteurs inconnus, nous invite indirectement - au-delà du questionnement vu plus haut de la pertinence du concept d'œuvre originale - à regarder autrement le travail des ouvriers juste devant notre fenêtre<sup>113</sup>. C'est alors la friction par le malaise opéré qui fait sens, permet de prendre du recul et pourquoi pas de modifier intentionnellement son comportement.

Mais comment dépasser le stade du constat? Il y a un monde entre le visiteur interpellé qui prend conscience d'un enjeu socio-politique et le bricoleur autoproducteur engagé qui participe à la construction d'une communauté. Comment le designer peut-il trouver sa place dans cet écosystème?

113. Nicolas BOURRIAUD, *op. cit.*, p. 49.

LES 12 VILLES IDÉALES.  
Piero Frassinelli ( Superstudio, groupe d'architectes radicaux x  
italien), 1971. Illustrations d'utopies architecturales critiques.



### 3.4. LACHER PRISE

A mesure que le design s'oriente vers les champs de l'innovation sociale, nous devons nous assurer, dit Alistair Fuad Luke, pionnier du *slow design*<sup>114</sup> que les modes de participation engagent les individus et communautés vers une émancipation collective et individuelle, et par là-même encourage l'émancipation du design lui-même<sup>115</sup>. Le risque d'un *pharmaca-design* grandit à mesure que la crise propulse le design vers des enjeux sociaux. *Pharmakon* en grec, signifie à la fois *médicament* et *poison*. Le *Design Pharmaca* a donc « **le potentiel d'être stimulant, palliatif, sédatif, toxique et placebo** »<sup>116</sup>. Or il est essentiel qu'à la fin du processus de création, toutes les parties prenantes soient indépendantes les unes des autres autant que du système qui les contraignait et de ne surtout pas recréer de nouveaux outils de dépendance. Pour juger si un outil est *juste*, ou *convivial* selon son expression, Ivan Illich définit trois critères. D'abord, l'outil ne doit pas dégrader l'autonomie personnelle en se rendant indispensable. Il doit ensuite ne pas susciter la désignation d'un *esclave* et d'un *maître*, et enfin, il doit permettre d'élargir le rayon d'action personnelle.

#### Accompagnateur ?

Dans ce contexte, un certains nombre de designers commencent à se repositionner et imaginer des outils ou objets destinés à être pris en main par d'autres. Le terme d'*outil* est utilisé ici dans une acception très large, c'est-à-dire tout instrument, objet ou institution mis au service d'une intentionnalité ou comme moyen d'une fin (tournevis, téléviseur, usine, autoroutes, langage, éducation, lois, etc). Le rôle d'un designer devient davantage celui d'un *accompagnateur*, coor-

114. Approche holistique cherchant le bien-être des individus et sociétés dans le respect de l'environnement.

115. s. n., « The emancipation of Design(-ing)...for the nourishment of all », in *Window874* (site internet), fevr. 2013.

116. s. n., « Toward Eudaimnic possibilitarian design(ing) », in *Window874* (site internet), fevr. 2013.

donant la production des usagers grâce à une méthode ou sorte de règle du jeu dans laquelle c'est l'intervention de l'utilisateur et les aléas des événements qui construisent et garantissent la pertinence des objets produits. Ce qu'il crée, c'est l'idée de l'objet, qui est ensuite affinée par les usagers.

C'est sur ce modèle que le designer Thomas Lommée, fondateur de l'agence Infrastructure, a imaginé OpenStructure. Son champ d'action est défini comme « **un studio de design utopique et pragmatique qui génère des modèles, des outils et des produits pour une reconstruction sociale et environnementale** »<sup>117</sup>. Le projet OpenStructure porte un idéal, formalisé par une grille. Cet idéal peut se formuler ainsi : et si tous nos objets étaient inter-compatibles ? Il invite tout un chacun à concevoir des pièces, des composants, des objets dont les éléments de jonctions et de dimensionnement s'alignent sur cette grille, devenant par ce biais assemblables les uns aux autres. Une fois conçus et fabriqués, ces éléments sont commercialisables via le site internet d'OpenStructure. Industriels, artisans, amateurs, designers sont tous mis sur le même plan s'ils suivent certaines règles : respecter la grille, favoriser des assemblages démontables et, dans la mesure du possible, privilégier des matériaux recyclables. Ces règles influent bien évidemment sur l'esthétique des objets générés. Ils sont comme éclatés, mis à nus, leurs fonctions semblent plus lisibles et ils paraissent plus simplement démontables et donc réparables.

Malheureusement, ce projet n'est encore qu'au stade du démonstrateur, et à ce jour, il n'est pas encore possible d'acheter les pièces visibles sur le site. Il est présenté dans des galeries ou expositions reconnues en tant que prototype, et Infrastructure peut ainsi se rendre compte des possibles *mécaniques du système*, mais il ne prend pas encore corps dans l'économie réelle. Pourquoi ? Thomas Lommée m'a répondu comme suit. Tout d'abord, il n'y a pas de communication en tant que telle sur le projet, les propositions visibles sont nées de rencontres fortuites de personnes souhaitant contribuer amicalement. Ensuite, la base de données n'est pas encore bien optimisée et la reconcevoir coûterait cher. Enfin, bien qu'une prise de conscience

117. Site internet de l'agence Infrastructure : <http://www.infrastructures.net/>



soit en marche, les composants et objets n'ont, selon lui, jamais été aussi peu chers. Il est donc très difficile de convaincre les gens de l'intérêt de réparer, quand la technique privilégiée de l'impression 3D est encore mal connue du grand public et qu'il est plus économique à court terme d'acheter un produit neuf. Pour finir, à l'exception de la cafetière, les objets *complets* aujourd'hui proposés ne concernent pas assez d'usages de la vie de tous les jours, et leur esthétique brute peut rebuter certaines personnes accoutumées à l'apparence lisse et opaque de nos objets quotidiens. Un objet formellement *ouvert* laisse peut-être davantage de possibilités à l'appréciation du praticien, mais il peut aussi le perdre en chemin, lui demandant une appropriation double, conceptuelle et formelle, donc plus riche mais plus longue.

Extrêmement lucide sur ce qu'il reste à accomplir (et visiblement en passe de le faire), les difficultés que rencontre Thomas Lommée et plus globalement la communauté des partisans du *design libre*<sup>118</sup> sont à la mesure des enjeux de sociétés qu'ils abordent. Comment se placer pour ne pas être mis en concurrence avec de gros groupes industriels aux prix imbattables (pour l'instant)? Mais surtout, comment sensibiliser les gens aux problématiques à long terme sous-tendues par les choix de fabrication, quand ils sont invisibles sur la plupart des objets industriels courants?

Utiliser des matières ou objets issus de déchetterie participe à rendre visible la provenance de ceux-ci. Le projet Re-done kettle de Gaspard Tine-Beres et Tristan Kopp souhaite redonner une seconde vie aux électroménagers partiellement détruits ou abimés. Elle propose un système de récupération et d'assemblage à partir des éléments de base que l'on peut extraire des produits jetés et les maintenir ensemble en créant des pièces en liège sur mesure.

La fabrique Polyfloss, imaginée par Nick Paget, Audrey Gaulard, Christophe Machet et Emile de Visscher, est pour sa part une machine et un set d'outils permettant de transformer un plastique largement présent dans nos déchets, le polypropylène, en un matériau moulable et formable à souhait, semblable à une mousse de

118. Christophe ANDRE, « Vers un design libre » in *Strabic*, site internet, dec. 2011.



OPENSTRUCTURE.  
Thomas Lommée (Infrastructure), 2008.  
Bouilloire et éléments issus du site de fabrication collaborative et vente en direct OpenStructure.



**RE-DONE KETTLE.**  
 Gaspard Trine-Beres et Tristan Kopp, 2012.  
 Pièces d'électroménagers cassés, assemblées  
 et maintenues entre elles par des carters en liège.



**POLIFLOSS FACTORY PROJECT.**  
 N. Paget, A. Gaulard, C. Machet et E. de Visscher, 2013.  
 Machine transformant les déchets plastiques  
 en un matériau moulable à souhait.

barbe-à-papa de plastique. Leur objectif est de donner la capacité aux gens de créer des objets en plastique à une échelle locale, en utilisant des matériaux de récupération, et de développer ainsi une communauté de partage de savoirs et pratiques autour des possibles utilisations de ce matériau. J'ai interrogé l'un des concepteurs de la machine sur les difficultés qu'ils ont pu rencontrer en tant que designer. L'un des éléments qui m'a le plus interpellée est la difficulté de lâcher prise sur ce qui sort de l'outil imaginé. Il témoignait des débats internes qui avaient eu lieu lorsqu'une start-up les avait contactés pour fabriquer avec leur machine des chaises pour bébé au goût douteux. La plupart du temps, les designers de la fabrique devaient en effet assurer à la personne désireuse d'utiliser la machine la faisabilité de son objectif. Ils furent en un sens soulagés d'annoncer à l'entrepreneur que ce qu'il souhaitait faire ne serait pas assez résistant, tant ils craignaient que leur machine soit utilisée pour des objets qu'ils jugeaient affreux et patisse de la communication autour de cette réalisation.

Cette anecdote traduit un malaise dans le statut du designer d'outils. La machine étant mal reconnue comme un objet en soi, la production qui en découle a beaucoup d'impact sur son jugement. Par ailleurs, cela pointe également la variabilité des objets issus d'initiatives individuelles. De la même façon que l'imprimante 3D permet aussi bien d'imprimer une arme à feu qu'une figurine de Pokémon ou une pièce pour se construire un vélo de récup', toute machine rend possible beaucoup d'extrêmes. Plus les contributions se font alors variées plus le risque de décrédibilisation de la technologie s'efface pour rendre visible le spectre des possibles, quand bien même le design peut ainsi perdre la maîtrise éthique et/ou esthétique de celui-ci. L'enjeu est au fond de parvenir à constituer des communautés de pratiques et polliniser ainsi le domaine ciblé par l'échange entre pairs. Pour Polifloss comme OpenStructure ou d'autres, il serait réducteur de s'arrêter au démonstrateur manifeste quand on a vu les possibili-

tés offertes. Ce serait même prendre le risque que ce qui sort de ces outils soit érigé en icône.

### Designer to prosumer?

La rentabilité dirige la production industrielle. Quelques designers sont bien porteurs d'initiatives mais beaucoup ne trouvent pas de marché en dehors des galeries. Depuis quelques années, le développement des économies alternatives et des pratiques allant directement du producteur au consommateur inspire certains d'entre eux, qui décident grâce au web de s'adresser directement au grand public. Le chercheur et designer Johathan Olivares a nommé cette pratique le *designer-to-consumer* (D2C), englobant aussi bien l'auto-production, l'autopromotion que l'autodistribution. C'est alors sans concession qu'ils peuvent aller jusqu'au bout de leur démarche et mettre directement leurs produits à l'épreuve du monde. Dans sa conférence à l'ENSCI en 2014, François Jegou citait l'exemple de ce stand de l'école Politechnico de Milan dans le marché bio de la ville. Les étudiants s'étaient vu offrir un espace pour vendre leurs projets et les confronter directement aux réactions des Milanais. De même, le collectif Label Famille propose à des artistes ou designers de produire le temps d'une exposition (un espace-temps) une petite série d'objets, de les exposer et de les vendre directement, ouvrant une fenêtre sur le processus de création, sans pour autant que soit imposé de faire participer le public aux œuvres produites. Mais là encore, on pourrait dire que ce modèle maintient l'utilisateur dans une posture de consommateur. Et la volonté de désacralisation s'estompe devant la staticité du spectateur.

L'association grenobloise pluridisciplinaire Entropie va plus loin. Elle propose notamment des ateliers d'*autoproduction accompagnée*, où elle guide la personne de la conception à la fabrication de l'objet qu'il souhaite fabriquer. L'initiative provient la plupart du temps de particuliers ou de structures associatives. La production s'est petit à petit spécialisée dans des objets dits *écologiques* (four solaire, éolienne etc.) mais il leur arrive toujours d'avoir des demandes surprenantes, comme cette femme souhaitant fabriquer un pupitre

PUPITRE DE LECTURE.  
Association Entropie, 2011.  
Mobilier réalisé par cette femme, lors d'un stage d'auto-production accompagné avec l'association Entropie.





FABPLACE.  
Les Saprophytes, 2012.  
Fabrication participative de mobiliers dans la rue.



RECYCLAB #2.  
Faubourg 132, 2014.  
Travail de revalorisation des meubles Emaüs.

de lecture lui permettant de lire tout en ayant son chat sur ses genoux. Les notices de fabrication des objets fabriqués sont ensuite mises à disposition de tous sur leur site internet sous une licence *Creative Common*. Pour toucher le public le plus large possible, ils cherchent le plus souvent des financements indépendamment de la demande (via la région etc.), ou bien s'appuient sur les droits à la formations des demandeurs (pour les chômeurs, les personnes en réinsertion, ou encore les formations professionnelles privées...). Ils peuvent ainsi limiter les frais de prestation voire les supprimer entièrement, et se permettre de ne pas commercialiser les plans de fabrication. En conséquence, ces designers-architectes-ingénieurs doivent finalement développer des compétences proches de celles d'entrepreneurs, il leur faut trouver des financements et réfléchir au mode de distribution des produits. Ils doivent aussi s'improviser pédagogues-enseignants puisqu'ils souhaitent transmettre leur savoir-faire. L'un des fondateurs de l'association me confessait que si la partie fabrication trouvait une réelle et sincère résonance chez les participants, la phase de co-conception était, elle, plus délicate dans la pratique. En effet, la majorité des particuliers se désengagent de la conception, soit parce qu'ils peuvent se sentir intimidés par la position du designer expert, soit parce que certaines demandes réclament des compétences techniques proches du bureau d'étude d'ingénierie. Comment dès lors s'assurer que la transmission et que la capacitation opèrent réellement et qu'il ne s'agit pas simplement pour ces personnes de nouveaux loisirs ? Cette question de l'effectivité des outils de capacitation est omniprésente dans les interrogations que soulèvent les politiques publiques telles qu'engage la 27<sup>e</sup> région. Mais n'est-ce pas revenir à une recherche de rentabilité immédiate, allant à contre-courant de l'approche sociale de construction de liens ou du développement de pratiques sur la durée ?

De même, le collectif pluridisciplinaire nordiste les Saprophytes, a fait le pari de se déplacer sur le territoire avec un atelier de fabrication mobile, grâce auquel ils proposent compétences et savoir-faire pour aider les gens à fabriquer eux-même les meubles dont ils ont besoin, au pied de chez eux. Ils mènent également des actions de type installations éphémères, construisent des objets urbains surprenants, plus proches des habitants, pour interroger les usages et le

sens des espaces publics, et lorsque c'est possible, ils montent des groupes d'habitants-constructeurs directement porteurs et responsables de projets collectifs pour leur quartier. On pourrait aussi citer les Manufactures d'Objets Mobiles de l'agence d'architecture YA+K, qui vont aussi dans le sens d'un atelier protéiforme de construction collective, à la différence que ceux-ci se placent à l'échelle de la construction d'espaces publics. Ou encore le collectif d'artistes et designers Faubourg 132 qui réalise des protocoles de revalorisation uniques, transmissibles, pérennes et créateurs d'économie circulaire au sein d'Emmaüs Forbach depuis plusieurs années. On ne peut que constater que ces démarches, bien que pour l'instant isolées, se multiplient.

J'avais la sensation, au début de ce mémoire, que la plupart des acteurs de terrain de ce domaine étaient scindés en deux groupes. Certains développent des méthodologies, des outils, des services capacitants, et d'autres fabriquent des structures, mobiliers, potagers, et éléments tangibles inscrit dans l'espace public, la plupart du temps éphémères et construits sous la forme d'ateliers participatifs. Cette dichotomie a progressivement fait place au constat qu'il existe bien des initiatives transversales souhaitant traiter de l'objet particulier via une démarche capacitante, et s'apparentant au design en un sens. Chacun avec ses difficultés et ses paradoxes place sa jauge de collaboration et de remise en cause, et tente de contribuer à la responsabilisation collective. Les exemples précédents illustrent à leur manière la diversité des initiatives sans pour autant donner de solution toute faite ou de démarche idéale.

# Conclusion

Le concept du progrès industriel a été porteur d'idéaux démocratiques. Bien que la réalité de son évolution n'ait toujours pas permis d'obtenir les résultats escomptés, l'espoir porté par la troisième révolution industrielle et le numérique a réveillé notre foi dans l'innovation comme une évidence prometteuse. Les conséquences sur notre rapport aux objets paraissent irréversibles. Ainsi, la société de l'obsolescence semble renouveler l'inessentiel, entretenant nos rapports sociaux en nous donnant l'illusion du choix et nous contraignant en réalité à choisir en permanence parmi une gamme d'objets normalisée. Et pour ceux qui souhaiteraient penser le système socio-économique lui-même, il offre une gamme de concepts dans l'air du temps, réduisant finalement le champ des possibles par la simplification et la limitation de ceux-ci.

Le designer, au service des intérêts de l'industrie, a pour mission de créer le besoin. S'extraire de ce système de pensée n'est pas simple car il apparaît qu'il faudrait pour cela abandonner le concept même de demande sociale, et repenser son rôle.

Néanmoins, en réaction à une certaine prise de conscience de notre servitude volontaire à l'innovation perpétuelle, de nombreuses initiatives ont vu le jour. Certains s'isolent totalement du système, et défendent un retour à un mode de vie indépendant du marché. D'autres tentent de concilier activité économique et utilité sociale. C'est le domaine de l'innovation sociale et de l'économie collaborative. Les personnes investies dans ces pratiques défendent que contribuer à un tel système s'accompagne d'un gain d'autonomie et de liberté. Mais ce processus d'*empowerment* ou d'émancipation par la prise de conscience a aussi ses paradoxes. Parfois, il contribue à nous faire rentabiliser la moindre valeur dormante sans assurance que la finalité de l'entreprise ne soit qu'un pur profit. Certains entendent la capacitation du grand public comme un moyen pour ce dernier d'être *entrepreneur de sa propre vie, self helped man*, comme en témoigne l'engouement connu par les communautés anti-état aux Etats-Unis, berceau du mouvement *Maker* ou *DIY*.

Ce nouveau système modifie les rapports entre les gens, et tend à abolir la séparation entre consommateur et producteur. Choisir et consommer deviennent désormais des actes de création

ou de production à part entière. Ne pouvant donc présupposer a priori de l'usage définitif ou de la fonction d'un objet, du fait des adaptations successives réalisées par les gens, le bricolage apparaît comme un mode de production nous prémunissant d'une attitude passive et dépendante du système. Dans ce contexte, le destinataire est invité à étendre son pouvoir d'action en participant à la définition de ses usages, en tant que destinataire, amateur et praticien. Parce qu'il fait partie de nos vies à tous, l'objet joue un rôle central dans notre construction tant personnelle que collective, et peut permettre d'ancrer des initiatives isolées dans une réalité concrète, partageable et appréhendable par tous.

Dès lors, quel rôle peut jouer le designer dans l'émancipation des gens vis-à-vis de leurs objets, sans recréer de nouvelles formes de dépendances ? De plus en plus de méthodes accordent beaucoup plus d'importance à l'observation des modes de vie, des signaux faibles, tant en amont que durant le processus de prise en main. Malheureusement, trop nombreuses sont celles qui ne voient dans l'usager qu'un prescripteur, et peu parviennent à engager celui-ci dans la conception en tant que telle. L'interpellation, que ce soit par la fiction ou le projet manifeste, semble insuffisante pour mettre le citoyen en action. Celui-ci peut se sentir étranger au problème qui lui est exposé, ou bien ne pas voir d'alternatives concrètes possibles. Il incombe par conséquent au designer de tendre des perches, laisser le bout de la pelote prête à être déroulée, pour proposer des pistes que chacun puisse s'approprier dès aujourd'hui. J'aime l'idée que nous soyons accompagnateur, non plus *faire pour* mais *faire avec*, autrement dit, ne pas expliquer aux gens ce qui serait supposé être bon pour eux, mais que, curieux, bienveillants et sans a priori, nous puissions aussi participer aux expérimentations et explorations, jusqu'à la réalisation d'un produit et pas seulement dans la mise en place. Mais dans quelle mesure le designer accepte-t-il de sacrifier son pouvoir de décision sur la forme à donner aux objets eux-même ? Je ne crois pas qu'il y ait une bonne réponse à la question *comment repenser notre rôle de designer d'objets*. Ce serait certainement naïf et elle deviendrait dans quelques années obsolète car la dynamique est en marche. Pour autant, je suis convaincue que le métier de designer ne disparaîtra pas

parce que nous étendons le spectre des acteurs du projet aux praticiens-amateurs, au contraire il s'enrichira et grandira de cette diversité intégrée.

Ce mémoire m'aura permis de me confronter à un vaste domaine où je situe mieux désormais ma place. Elle n'est pas seulement dans l'interpellation ou la genèse de la prise de conscience, ni uniquement dans la conduite méthodologique ou le service, elle est dans l'accompagnement capacitant à la conception et fabrication d'objets avec les gens, par le design d'outils tangibles permettant de faire soi-même. J'espère pouvoir à l'avenir jouer de la capacité du design à faire jaillir des histoires et les incarner dans des objets.



# Bibliographie

## BIBLIOGRAPHIE

Norbert ALTER, *L'innovation ordinaire*, Paris, PUF, 2013.

Hannah ARENDT, *Condition de l'homme moderne*, Paris, ed. Calmann-Lévy, 1983 (1958).

Vladimir ARKHIPOV, *Home made contemporary russian folk artifacts*, Londres, ed. Fuel, 2006.

Olivier ASSOULY, *L'Amateur : Juger, participer, et consommer*, sous la direction de Olivier Assouly, Paris, ed. IFM/Regard, 2010.

Marie Hélène BACQUÉ et Carole BIEWENER, *L'empowerment, une pratique émancipatrice*, Paris, ed. La Découverte, 2013.

Roland BARTHES, *Mythologies*, Paris, ed. Point, 2014 (1957).

Jean BAUDRILLARD, *Le système des objets*, Paris, Gallimard, 1978.

Bernard BLANDIN, *La construction du social par les objets*, Paris, PUF, 2002.

Lise BENINCA, *Les objets de rencontre, une saison chez Emmaüs*, Paris, Gallimard, 2014.

Nicolas BOURRIAUD, *Postproduction*, Dijon, ed. les Presses du réel, 2004.

Thierry BONNOT, *La vie des objets*, Paris, ed. de la Maison des sciences de l'homme, 2002.

Denis-Michel BOËLL, *Trésors du quotidien*, du Musée des arts et traditions populaires au musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, Paris, ed. Rmn-GP, 2005.

Pierre BOURDIEU, *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris, ed. Les Éditions de Minuit, 1979.

Pénélope de BOZZI et Ernesto OROZA, *Objets réinventés : la création populaire à Cuba*, Paris, ed. Alternatives, 2002.

Benoit BRÉVILLE, « La charité contre l'État » in *Le Monde Diplomatique* n°729, déc. 2014, pp. 1 et 10-11.

Marie-Haude CARAËS et Philippe COMTE, *Vers un design des flux : une recherche sur l'innovation familiale*, Saint-Étienne, ed. Cité du Design, 2009.

Michel de CERTEAU, *L'Invention du quotidien. Tome 1 : arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990 (1ère éd. 1980).

Denis CLAIR, « Ivan Illich et la critique radicale de la société industrielle » in *Alternatives Économiques* n°210, janv. 2003.

Matthew B. CRAWFORD, *Éloge du carburateur, Essai sur le sens et la valeur du travail*, Paris, ed. La Découverte, 2010.

Guy DEBORD, *Internationale situationniste*, article « Perspectives de modifications conscientes dans la vie quotidienne », Paris, ed. Librairie Arthème Fayard, 1997 (1961).

Jean-Philippe DOMECCO, *Traité de banalisticque*, Paris, ed. Mille et une nuits, 2004.

Marie-Anne DUJARIER, *Le Travail du consommateur : De McDo à eBay, comment nous coproduisons ce que nous achetons*, Paris, ed. La Découverte, 2008.

s. n., *Design for Change*, Saint-Just la Pendue, ed. Black Jack, 2011.

Brigitte FLAMAND, *Le design essai sur des théories et des pratiques*, Paris, ed. du Regard, 2006.

Vilém FLUSSER, *Petite philosophie du design*, Belfort, ed. Circé, 2002.

André GORZ, *Écologica*, Paris, ed. Galilée, 2008.

Joshua GLESS & Rob WALKER, *Significant objects*, Seattle (USA), ed. Fantagraphics Books, 2012.

Ivan ILLICH, *La Convivialité*, Paris, Seuil, 2003 (1973).

Karine LHÉMON, *Objets chomages*,  
Marseille, ed. Solidarités nouvelles contre le chômage et Le Bec en l'air, 2004.

s. n., *Matière grise*, catalogue de l'exposition, Paris, ed. Pavillon de l'Arsenal, 2014.

Germain MAGAT, *Tous designer ?*,  
mémoire sous la direction de Marie-Haude Caraës, ENSCI-les ateliers, 2013.

Marcel MAUSS, *Essai sur le don :  
forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Paris, PUF, 2012 (1974).

Monica GASPAR MALLOL, « Displaying f(r)ictions. Design as cultural form of dissent »  
in the *6th Swiss Design Network Conference Basel*, Suisse, 29 oct. 2010.

Ezio MANZINI, *Artefact, vers une nouvelle écologie de l'environnement artificiel*,  
Paris, ed. du centre Georges Pompidou, 1991.

Enzo MARI, *Autoprogettazione ?*, Mantova, ed. Corraini, 2010 (1974).

Alexandra MIDAL, *Design, Introduction à l'histoire d'une discipline*,  
Paris, ed. Pocket, 2009.

Pierre MUSSO, « De la socio-utopie à la techno-utopie »  
in *Manière de voir* n°112, aout-sept 2010.

OFFENSIVE, *Construire l'autonomie. Se réappropriier le travail, le commerce, la ruralité*,  
Montreuil, ed. l'Echappée, 2013.

Victor PAPANEK, *Design pour un monde réel*, Paris, Mercure de France, 1974 (1970).

George PERREC, *La vie mode d'emploi*, Paris, Gallimard, 2009 (1942).

Anders RYMAN, *Rites of Lifes*, Stockholm, ed. Evergreen, 2010.

Christopher SANTERRE, *L'objet de la production*,  
mémoire sous la direction de J-F. Marchandise, ENSCI-les ateliers, 2014.

Charles TAYLOR, *Le malaise de la modernité*, Paris, ed. du Cerf, 2010.

Serge TISSERON, *Comment l'esprit vient aux objets*,  
Paris, ed. Aubier Montaigne, 1999.

## CE QUE J'AURAI AIMÉ LIRE

Chris ANDERSSON, *Makers, La nouvelle révolution industrielle*, Montreuil, Pearson, 2012.

Hakim BEY, *TAZ - Zone Autonome Tempo-raire*, Arles, ed. L'éclat, 2011 (1997).

BOSTMAN & ROGER, *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption*, New-York, ed. HarperCollins Business, 2011.

Luc BOLTANSKI et Eve CHIAPELLO, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

Henri LEFEBVRE, *Critique de la vie quotidienne: de la modernité au modernisme (pour une métaphilosophie du quotidien)*, Paris, ed. L'Arche, 1997.

William Mc DONOUGH & Michael BRAUN- GART, *Cradle to cradle, créer et recycler à l'infini*, Paris, ed. Alternatives, 2011

Aldous HUXLEY, *Le meilleur des mondes*, Paris, ed. Pocket, 2002.

Bruno LATOUR, *Nous n'avons jamais été moderne*, Paris, ed. La Découverte, 1991.

Markus MIESEN, *The Nightmare of Participation*, Berlin, ed. Sternberg Press, 2011.

William MORRIS, *L'âge de l'ersatz et autres textes contre la civilisation moderne*, Saint-Front-sur- Nizonne, ed. de l'Encyclopédie des Nuisances, 1996 (Recueil de conférences données entre 1877 et 1894).

Francis PONGE, *Le parti pris des choses*, Paris, ed. Folio, 2009 (1942).

Jeremy RIFKIN, *L'Âge de l'accès, La nouvelle culture du capitalisme*, Paris, ed. La Découverte, 2005 (2000).

Joseph SCHUMPETER, *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*, Paris, ed. Payot, 1990 (1942).

Adam SMITH, *La richesse des nations*, Paris, Flammarion 1999 (1776).

Henry David THOREAU, *Walden*, Marseille, ed. Le mot et le reste, 2010, (1854).

Don TAPSCOTT et Anthony D. WILLIAMS, *Wikinomics: Wikipédia, Linux, YouTube, comment l'intelligence collaborative bouleverse l'économie*, Londres, ed. Pearson, 2007.

## WEBOGRAPHIE

Christophe ALIX, « Rifkin : Le modèle collaboratif va marginaliser le capitalisme » in *Liberation*, site internet, 19 oct. 2014.  
[http://www.liberation.fr/economie/2014/10/19/le-modele-collaboratif-va-marginaliser-le-capitalisme\\_1125202](http://www.liberation.fr/economie/2014/10/19/le-modele-collaboratif-va-marginaliser-le-capitalisme_1125202)  
(consulté le 24 nov. 2014).

Christophe ANDRE, « Vers un design libre » in *Strabac*, site internet, dec. 2011  
<http://strabac.fr/Vers-un-design-libre>  
(consulté le 12 fev. 2015).

Samuel BOLLENDORFF, *site internet*.  
<http://www.samuel-bollendorff.com/fr/ikealand-la-vie-en-kit/>  
(consulté le 22 janv. 2015).

Jean-Laurent CASSELY, « Ne prenons pas (tous) les scouts numériques de l'économie collaborative pour de naïfs altruistes » in *Slate*, site internet, juil. 2014.  
<http://www.slate.fr/story/90333/economie-collaborative-partage>  
(consulté le 24 nov. 2014).

Pascal CANFIN, « La définition de l'économie sociale et solidaire » in *Alternatives Economiques*, site internet, sept. 2008.  
[http://www.alternatives-economiques.fr/la-definition-de-l-economie-sociale-et-solidaire\\_fr\\_art\\_350\\_27927.html](http://www.alternatives-economiques.fr/la-definition-de-l-economie-sociale-et-solidaire_fr_art_350_27927.html)  
(consulté le 22 janv. 2015).

Florian DELEPINE, *l'Université Populaire du Bricolage*, site internet documentant le projet de diplôme du même nom, 2014.  
<http://univpopbricolage.blogspot.fr/>  
(consulté le 25 nov. 2014).

La Galerie des dons du Musée de l'histoire de l'immigration, site internet.  
<http://www.histoire-immigration.fr/musee/collections/galerie-des-dons>  
(consulté le 25 nov. 2014).

Edith HALLAUER, « L'Université foraine, la chose publique » in *Strabac*, oct. 2014.  
<http://strabac.fr/L-Universite-Foraine>  
(consulté le 12 fev. 2015).

Fabien LABARTE et Renaud FRANCOU, *Guide de l'innovation centrée usager*, document pdf, ed. Fondation Internet Nouvelle Génération (Fing), oct. 2014.  
<http://fing.org/?Guide-de-l-innovation-centree>

Xavier PAGES *Objets migrants*, site internet, 2008.  
<http://www.objetsmigrants.com/>  
(consulté le 10 oct. 2014).

Noam TORAN, *site internet*.  
<http://noamtoran.com/NT2009/projects/object-for-lonely-men>  
(consulté le 22 janvier 2015).

Olivier ZILBERTIN, « Déconnection choisie » in *Le Monde*, site internet, nov. 2011.  
[http://www.lemonde.fr/vous/article/2012/11/02/deconnexion-choisie\\_1784899\\_3238.html](http://www.lemonde.fr/vous/article/2012/11/02/deconnexion-choisie_1784899_3238.html)  
(consulté le 28 novembre 2014).

s. n., Ministère de l'économie et des finances, « Économie sociale et solidaire : de quoi parle-t-on ? » in *Le Portail de l'Économie et des finances*, site internet, juin 2012.  
<http://www.economie.gouv.fr/economie-sociale-et-solidaire-de-quoi-parle-t-on>  
(consultés le 17 nov. 2014).

s. n., « Toward Eudaimonic possibilitarian design(ing) » in *Window874*, site internet, fevr. 2013.  
<http://window874.com/2013/02/09/towards-eudaimonic-possibilitarian-design-ing/>  
(consulté le 25 novembre 2014).

s. n., « The emancipation of Design(-ing)...for the nourishment of all » in *Window874*, site internet, fevr. 2013.  
<http://window874.com/2013/02/06/the-emancipation-of-design-ing-for-the-nourishment-of-all/>  
(consulté le 25 novembre 2014).

s. n., « Co-design loop » in *Window874*, site internet, mars 2013.

<http://window874.com/2013/03/25/co-design-loop-2-0/>

(consulté le 25 novembre 2014).

s. n., « Amateur » in *Window874*, site internet, mai 2012.

<http://window874.com/2012/05/16/amateur/>

(consulté le 25 novembre 2014).

## CONFERENCES

Christophe ANDRE, *Vers un design libre...*,

conférence, Grenoble, janv. 2012.

<https://vimeo.com/59070443>

Rachel BOTSMAN, *A propo de la consommation collaborative*,

conférence TED, Sydney, mai 2010.

[http://www.ted.com/talks/rachel\\_botsman\\_the\\_case\\_for\\_collaborative\\_consumption?language=fr](http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption?language=fr)

William Mc DONOUGH, *Cradle to cradle design*,

conférence TED, Monterrey (USA), fevr. 2005.

<https://www.youtube.com/watch?v=IoRjz8iTVoo>

Yvan GRIMALDI, présentation publique de de son ouvrage

*De seconde main. Vendeurs de rue et travailleurs sociaux face à face dans la crise*,

conférence, Paris, dec. 2014.

Francois JEGOU et Thomas LOMMÉE, *Desis et l'innovation sociale*,

conférence, Paris, mars 2014.

<http://www.ensci.com/actualites/rencontres-des-ateliers/une-rencontre/article/19091/>

Frank LEPAGE, *Inculture*,

conférence « gesticulée », Paris, nov. 2009.

[https://www.youtube.com/watch?v=ACxRSSkYR\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=ACxRSSkYR_k)

Sugata MITRA, *Construire une école dans le cloud*,

conférence TED, Long Beach (USA), fevr. 2013.

[http://www.ted.com/talks/sugata\\_mitra\\_build\\_a\\_school\\_in\\_the\\_cloud?language=fr](http://www.ted.com/talks/sugata_mitra_build_a_school_in_the_cloud?language=fr)

## FILMS/DOCUMENTAIRES

Cosima DANNORITZER, *Prêt à jeter*,  
France, Arte production, documentaire, 74 min., 2010.

Jacques DOILLON, GÉBÉ, Alain RESNAIS et Jean ROUCH, *L'An 01*,  
France, UZ Production, film, 87 min., 1973.

Ron FRICKE, *Samsara*, Etats-Unis, Mark Magidson production, film, 99 min., 2011.

Jorge FURTADO, *L'île aux fleurs*,  
Brésil, Nora Goulart et Monica Schmiedt production, 12min, 1989.

Jörg-Daniel HISSSEN, *Echange, troc et partage*,  
Allemagne, Arte production, documentaire, 52 min., 2014.

Bruno NAHON et Ilan ZIV, *Capitalisme*,  
France, Arte production, documentaire en 6 volets, 2014.

Christian ROUAUD, *Les lips, l'imagination au pouvoir*,  
France, Richard Copans production, documentaire, 118 min., 2007.

Riad SATTOUF, *Jacky au royaume des filles*,  
France, Anne-Dominique Toussaint production, film, 90 min., 2014.

Juliette SENIK, *IKEA, à l'assaut du bonheur*,  
France, Arte production et la Générale de production, documentaire, 51 min., 2014.

Jacques TATI, *Playtime*,  
France et Italie, Specta Films et Jolly Films, film, 124 min., 1967.

## VIDEOS WEB

ADESIAS, *Si c'est gratuit vous êtes le produit*, Paris, 4 min 52, juil. 2013.  
<https://www.youtube.com/watch?v=8vLSf1i4E7A>

Norbert ALTER, *interview*, Paris, 8 min. 57, juin 2014.  
[https://www.youtube.com/watch?v=CkN2\\_MPO80Q](https://www.youtube.com/watch?v=CkN2_MPO80Q)

Piero FRASSINELLI/ Superstudio, *Les 12 villes idéales*, diaporama,  
Rome (Italie), x min., 1972.  
[http://www.monflux.org/?action=video&id\\_video=997](http://www.monflux.org/?action=video&id_video=997)

Boris VIAN, *La complainte du progrès*, France, clip musical, 3 min. 23, 1956.  
<https://www.youtube.com/watch?v=9PTqTjHs5c0>

SPUTNIKO! *Menstruation machine*, Japon, clip musical, 3 min. 23, juin 2010.  
<https://www.youtube.com/watch?v=gnb-rdGbm6s>

Nora MANDRAY, *DIY manifesto*, France, webdocumentaires en 3 volets, Fabienne  
Servan-Schreiber & David Bigiaoui production, 2012.  
<http://www.diy-manifesto.com/>

## RADIO

« Objets trouvés » in *Les nouveaux chemins de la connaissance*, France culture, parties 1, 2, 3, et 4 diffusées les 15, 16, 17, et 18 avril 2013.

« La consommation collaborative » in *Service public*, France inter, diffusé le 10 février 2014.

« Bricolare(r) » in *Les pieds sur terre*, France Culture, diffusé le 26 oct 2013.



