



EXPÉRIMENTER

Une approche de la conception par le sensible

LE RÉEL



ÉTUDE ÉCRITE PAR CHARLES SAADE

Sous la direction de Caroline Bougourd

ENSci
LES ATELIERS

*Mastère spécialisé Création et
Technologie Contemporaine*

2019

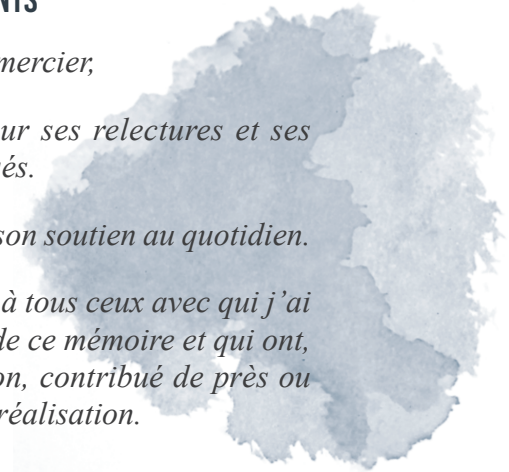
REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier,

Caroline pour ses relectures et ses conseils avisés.

Olivia pour son soutien au quotidien.

Enfin, merci à tous ceux avec qui j'ai pu discuter de ce mémoire et qui ont, de cette façon, contribué de près ou de loin à sa réalisation.





SOMMAIRE

AVANT PROPOS

INTRODUCTION – SENSIBILITÉ & CURIOSITÉ

I / APPRÉHENDER LA CONCEPTION

A / Une méthodologie générale

B / La dynamique de groupe

II / L'EXPÉRIENCE DU PROJET

A / En immersion

B / Par absorption

III / LA DÉMARCHE EMPATHIQUE

A / De vrais bénéfices

B / Dans ses extrémités

CONCLUSION – LE JUSTE ÉQUILIBRE

AVANT PROPOS

Après le Bac, j'ai étudié pendant quatre ans le droit à Besançon. C'est à l'âge de vingt-trois ans que j'ai opéré une réorientation dans mes études pour me lancer dans l'univers des arts appliqués. Après avoir déménagé à Paris, j'ai intégré LISAA (L'institut supérieur des arts appliqués) pour suivre des études en architecture d'intérieur et design global. Pour la première fois de ma vie d'étudiant, je me suis senti épanoui professionnellement dans mes études.

Après l'obtention de mon Master à LISAA, j'ai souhaité intégrer l'ENSCI pour suivre une dernière année de formation en Master spécialisé Création et Technologie Contemporaine.

Si cette année sera résolument tournée vers le design, je ne délaisse pas pour autant l'architecture, car je conçois le design comme une discipline totale et transversale, libérée des simples notions d'échelle et englobant ainsi une multiplicité de savoirs et de pratiques.

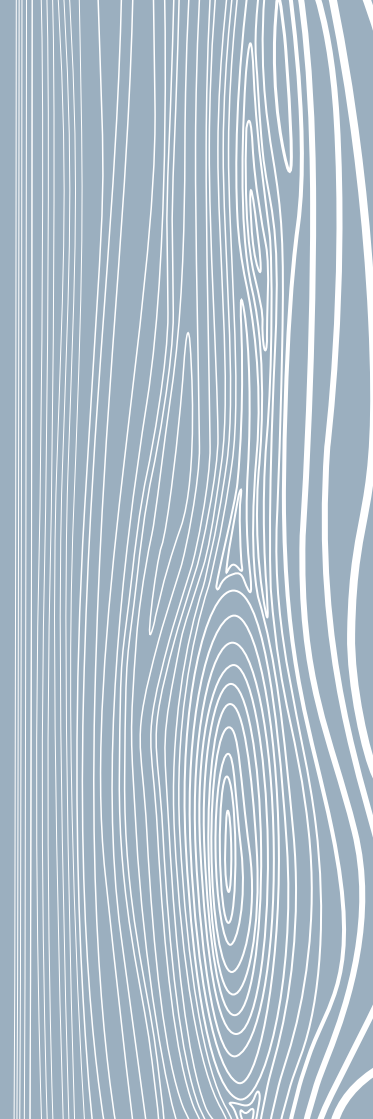
Je perçois cette année d'étude comme un moment charnière dans ma formation de designer. Un temps pour penser, dédié à l'introspection et à une quête de sens dans ma pratique. Car j'aspire à développer un design éthique basé sur l'innovation technique et technologique. Très sensible aux problématiques environnementales et sociales contemporaines, je souhaite devenir un designer

de conviction, porteur de projets vertueux issus d'une réflexion à la fois artistique et scientifique.

Ce qui m'a particulièrement séduit dans la perspective de cette année, c'est l'importance que l'école accorde au chemin et à la culture de projet de ses étudiants. Plus que le résultat final formalisé, ce sont les recherches et les expérimentations qui font la richesse d'un projet.

Je vois donc dans cette année de formation l'occasion d'expérimenter et de développer un projet personnel novateur autour des thèmes du développement durable. À travers l'étude du vivant, l'éco-conception et le biomimétisme, l'homme a beaucoup à apprendre de la nature

en matière d'innovation. Grâce à cette formation résolument portée sur la pratique personnelle, je souhaite mieux appréhender les nouvelles techniques et technologies écologiques émergentes pour les intégrer dans mes futurs projets professionnels.



INTRODUCTION

Sensibilité & Curiosité

« Un adulte créatif est un enfant qui a survécu. »

Ursula K. Le Guin

Créer des choses qui ont du sens me rend heureux. J'éprouve un réel plaisir à pouvoir imaginer, concevoir et réaliser les objets qui rythment et facilitent notre quotidien. Ce sentiment est une chance, je n'ai jamais ressenti la création comme une injonction à travailler. Cela explique peut-être pourquoi j'ai autant de mal à mettre à distance mes projets professionnels de ma vie personnelle.

Dans l'émission de radio *A voix nue*¹, la designer Matali Crasset reçoit les journalistes directement dans son appartement, qui est aussi son bureau. Elle lui confie que cela n'est pas un hasard, sa vie personnelle est « imbriquée » très fortement avec son métier, héritage du mode de vie de son père

agriculteur. Elle ne conçoit pas sa pratique autrement. Je me retrouve beaucoup dans ces mots, car il m'est difficile de dissocier mon travail de ma vie privée. Le design est une pratique chronophage, avec des temps de réflexion importants et nécessitant beaucoup d'investissement personnel. S'il est impossible d'arrêter de penser, il en est de même pour la création et c'est là que tout s'entremêle.

Depuis tout petit, chaque nouvelle passion a tendance à devenir omniprésente dans mon quotidien. Lorsque j'aime, je ne compte pas le temps qui passe et l'investissement personnel que j'y mets. Est-ce le résultat de ma curiosité ? Il est vrai que j'ai

¹ *Matali Crasset (1/5) : De la Marne à Berlin : s'échapper ! - A voix nue*, Camille Juza, Émission de radio, France Culture - <https://www.franceculture.fr/emissions/a-voix-nue/matali-crasset-15-de-la-marne-a-berlin-sechapper>

² *Paradoxe sur le comédien* -
Denis Diderot, Gallimard, 1994

constamment soif d'apprendre et le design a cela de fascinant qu'il m'offre à chaque nouveau projet son lot de découvertes. Quelle autre profession peut prétendre d'associer les problématiques humaines (sociales et morales) aux conditions de fabrication, d'usages et d'expériences des objets et du bâti ? Quel autre métier conjugue science et art, associant les domaines de l'ingénierie, de la construction et de la création, ou encore en passant par la biologie, la sociologie, l'anthropologie ? C'est pour sa nature éclectique que je ressens le design comme une aventure intellectuelle, humaine et surtout émotionnelle.

Héritage de mon enfance, j'ai ce besoin de m'immerger corps et

âme dans les sujets que j'ai à traiter, d'éprouver par moi-même le contexte duquel naissent mes futures idées. À l'inverse du comédien² qui ne doit pas être possédé par son rôle, je me laisse petit à petit absorber par mes explorations. Avec le temps, c'est l'inverse qui se produit et je finis par me les approprier. C'est de ces expériences singulières que je me construis. Elles résonnent en moi, m'influencent et me guident, laissant leurs reliquats dans les projets suivants. Ce rapport particulier à ma pratique m'amène à m'interroger sur la place du sensible, au partage des émotions et au rôle de l'empathie dans mes projets. Mais qu'est ce que l'empathie au juste ? Et à quoi sert concrètement l'empathie dans le processus de

création du designer ?

L'empathie c'est une sorte de « 6ème sens³ », un comportement instinctif et intuitif qui me pousse à comprendre les intentions de l'autre et partager ses émotions. D'ailleurs, quand je parle de l'autre, il ne s'agit pas seulement de l'utilisateur final, mais bien de toutes les personnes qui gravitent de près ou de loin autour du projet. Cela peut-être aussi l'environnement matériel et immatériel, les écosystèmes qui y sont liés, la faune et la flore... En somme, c'est le vivant⁴ avec toutes ses particularités culturelles. Faire l'expérience de toute cette complexité et tenter de la comprendre pour apporter des solutions innovantes et durables,

voilà tout l'enjeu qui se présente à moi à chaque projet.

Lors de la conception d'un projet, l'empathie permet au designer de saisir avec plus de sensibilité les problématiques en jeu. Par différentes méthodes, il tente de se mettre à la place de l'utilisateur et d'intégrer ces considérations dans la façon de concevoir des produits ou services. Cette démarche se caractérise par un processus qui jumelle à l'approche créative traditionnelle du design des observations, des expériences dans des contextes réels et une analyse des motivations et des besoins latents.

Quand est ce que l'empathie s'avère utile et bénéfique dans la démarche créative ?

³ *L'empathie. Un sixième sens* - Marie-Lise Brunel, Jacques Cosnier, Presses universitaires de Lyon, 2012

⁴ J'apprécie particulièrement la définition qu'en fait Jean-Christophe Bailly : « *Le vivant, c'est en quelque sorte le plan d'immanence lui-même, en tant qu'il est la surface d'apparitions et d'enchevêtrement des apparitions. Le vivant est immédiat à lui-même, il ne résulte pas mais avance, trie, déploie, redistribue, longe, ronge, envahit, s'envahit lui-même : vivants nous sommes enveloppés dans le vivant, dans ses écarts, ses élans, ses replis.* » - *Le Parti pris des animaux* - Jean-Christophe Bailly, Christian Bourgois Editeur, 2013

PREMIÈREMENT

Appréhender la conception

« Il n'y a pas une méthode unique pour étudier les choses. »

Aristote

UNE MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE

À mes débuts à LISAA, un processus créatif général nous a été enseigné pour être mis en pratique par la suite lors des nombreux sujets que nous allons avoir à traiter. Il s'agissait d'assimiler et mettre en pratique les différentes étapes entre un sujet donné et le rendu final. Le projet était ainsi constitué de l'ensemble des étapes de recherches et de développement.

Globalement, cette démarche scolaire se composait de six étapes :

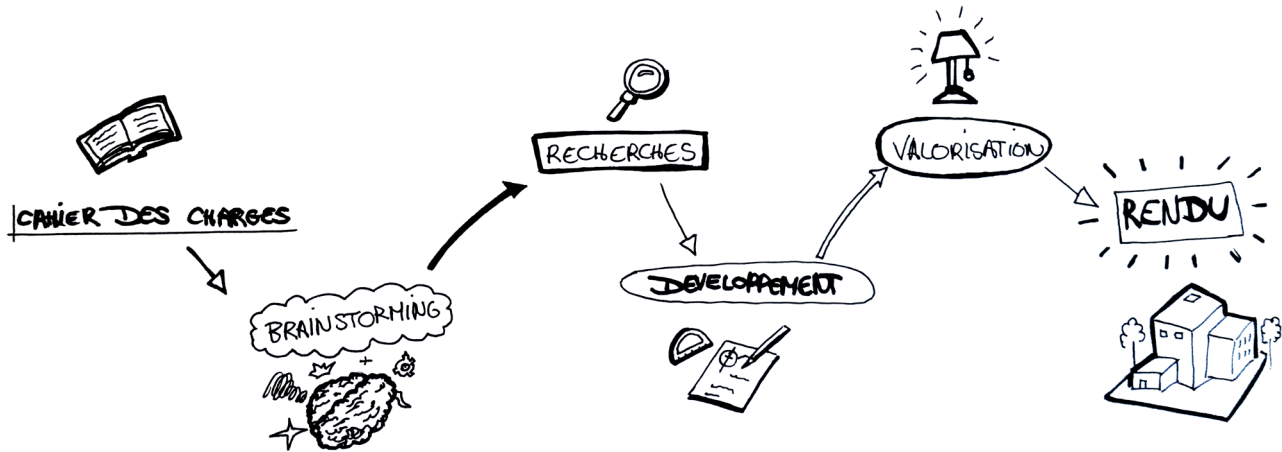
1. Le sujet ou thème avec son cahier des charges ;
2. Le brainstorming ;
3. La recherche et documentation ;
4. Le développement par le dessin ou des expérimentations plastiques ;
5. La valorisation : Perfectionnement des meilleures propositions ;
6. Le rendu.

L'objectif principal d'une telle méthodologie était de nous permettre d'organiser nos recherches, nos productions et donc notre temps. Ces bases m'ont permis de gagner en autonomie, en acquies et par la suite d'exploiter au mieux

tous mes apprentissages pour développer une démarche de travail personnelle.

Un bon exemple de mise en pratique de cette méthode est l'un de mes tous premiers projets en design produit baptisé *Hide*. Le sujet était le suivant : *Création d'un packaging de bouteille pour une occasion choisie*. Volontairement large et succinct, il nous laissait une grande liberté quant à la définition du cahier des charges.

J'ai tout d'abord réalisé un brainstorming en passant par l'écrit et le dessin, après avoir effectué des recherches globales sur l'univers du packaging de bouteille.



Puis, j'ai précisé mon sujet avec pour intention de créer un contenant à bouteille de vin destiné aux dégustations à l'aveugle. Je me suis donc intéressé au rituel particulier que suivent les amateurs de vin lors d'une dégustation à l'aveugle. Par chance, j'avais une amie étudiante en œnologie que j'ai pu interviewer et qui m'a fait découvrir le temps d'une journée les rudiments de ce type d'évènement. Suite à cela j'ai pu dresser un cahier des charges très précis des besoins et attentes des amateurs de vin.

S'en est suivi une phase de recherches en la matière, composée de références de pro-

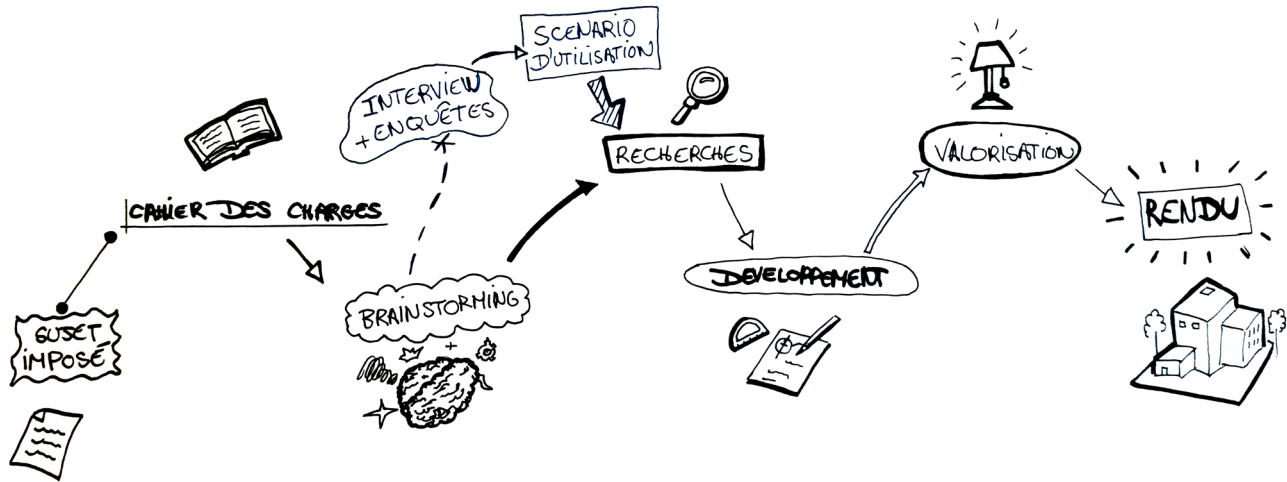
duits similaires, de types de bouteilles de vin avec leurs dimensions, leurs étiquetages, leur température de conservation et bien d'autres conditions de production et d'utilisation.

Fort de toutes ces informations, je me suis alors attelé à croquer, dessiner, maquetter une série de formes de contenants et de scénarios d'usage. C'est de loin la phase que je préfère car c'est le moment où le designer bénéficie d'une grande liberté dans la création.

J'ai alors sélectionné les meilleures propositions pour en faire émerger la plus pertinente. Un travail de sélection de matériaux et process de fa-

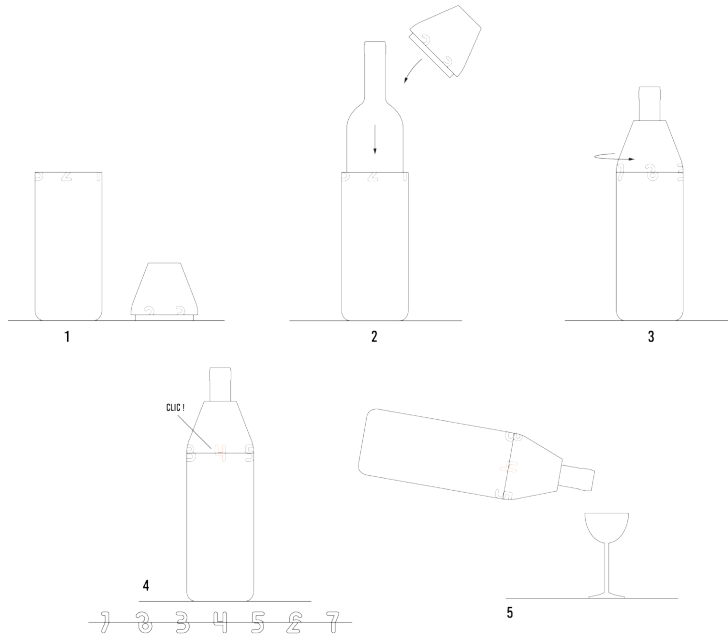
brication fut nécessaire avant la production des éléments de rendu.

S'il n'y a rien d'exceptionnel dans la mise en pratique de ce protocole de travail, je souhaitais tout de même le mentionner. Car il m'a servi de base générale sur laquelle j'ai, par la suite, greffé mes nouvelles découvertes, expérimentations et créations. C'est en partant de cette méthode, alliée à la pédagogie de mes anciens enseignants, que j'ai pu construire ma propre identité et démarche créative en tant que designer.



Méthodologie suivie pour le projet Hide

Hide est un contenant destiné à accompagner la dégustation de vin à l'aveugle. Il dissimule l'intégralité de la bouteille en laissant seulement apparaître le goulot pour le service. Il se ferme facilement et permet de distinguer les différentes bouteilles en leur assignant un chiffre gravé sur le pack. Suite à la divulgation de la bouteille, il est réutilisable puisque ses pièces sont lavables.





LA DYNAMIQUE DE GROUPE

Lorsque l'on évolue dans l'univers de l'architecture d'intérieur et du design, même en tant qu'indépendant, on se rend vite compte qu'on travaille rarement seul. De fait, mon apprentissage à l'école comprenait dès la première année des travaux à mener par équipe. Avoir fait l'expérience du travail en groupe me paraît aujourd'hui essentielle dans ma pratique et a été extrêmement formateur dans

mon rapport aux autres. En se confrontant au collectif, on apprend non seulement à mieux communiquer, mais aussi à mieux se connaître. Mon tout premier projet en groupe fut aussi mon premier projet concret d'architecture d'intérieur, la création et l'agence-ment d'une chambre d'hôtel. Le sujet portait sur l'analyse et l'interprétation d'un film choisi dans une liste donnée pour ensuite le transposer dans l'architecture et le scénario d'usage de la chambre. Je n'avais jusque là jamais collaboré avec quelqu'un sur un projet et je n'étais pas sûr d'avoir le caractère et la méthode pour. Toutefois, je me suis lancé dans cette expé-

rience nouvelle avec beaucoup d'enthousiasme et de curiosité. Ma partenaire pour ce projet fut Olivia, un esprit créatif avec une véritable force de caractère.

Suite à plusieurs visionnages et à une analyse approfondie du film, notre problématique de transposition fut la suivante : *Comment le visiteur lors de son arrivée dans la chambre peut-il s'approprier l'espace grâce à un agencement et un ameublement modulable et réglable ?* À ce stade, le premier avantage notable du travail en équipe a été une meilleure compréhension de la problématique à traiter. Elle nous a permis de mieux



Notre choix de film s'est porté sur *Playtime*, long métrage réalisé par Jacques Tati en 1967. On y suit le quotidien de Monsieur Hulot dans un Paris ultra-moderne à l'allure presque inhumaine. Tout y est standardisé et sans âme.

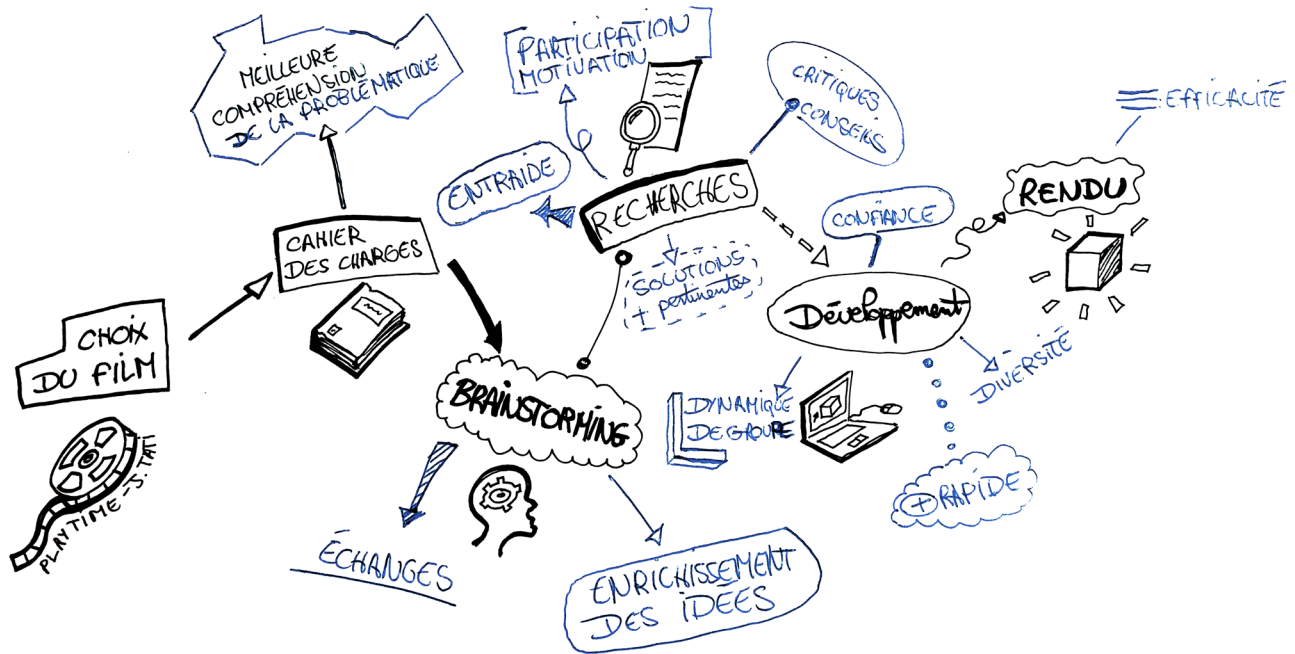
appréhender les questions sous-jacentes du film et saisir les enjeux valables en termes d'architecture intérieure.

Aussi, la phase de brainstorming s'est révélée bien plus efficace à deux. La possibilité d'échanger avec Olivia qui a porté un regard singulier sur le film, autre que le mien, nous a permis d'enrichir notre collecte d'idées et d'en effectuer une sélection plus rapidement. Dans cet acte de communication, notre réflexion créative s'est vue dédoublée. J'ai pu réaliser à quel point être sincère, clair et attentif à l'autre était décisif dans un travail en équipe. Il est clair que les difficultés à transmettre correcte-

ment ses idées, les situations de quiproquos, les malentendus vont influencer négativement sur l'harmonie et la cohésion du groupe.

Lors de nos recherches et expérimentations par le dessin ou la maquette, j'ai parfois accordé trop peu d'importance à certaines remarques de ma camarade sur mes propositions en les considérant comme inadaptés. Quand j'y repense, je le regrette car ce sont les critiques qui nous font avancer et affinent la pertinence du projet. L'équation est difficile, il faut accepter les jugements avec patience lorsqu'ils viennent des autres et faire preuve de retenue dans leur formulation

envers autrui. En y arrivant, on a tout à y gagner, car lorsque des équipiers d'expériences et de perspectives diverses discutent des avantages et inconvénients d'un ensemble de solutions, c'est souvent la meilleure qui tend à l'emporter. D'autre part, il est évident que le nombre permet, la plupart du temps, de dégager plus de participations à une recherche donnée que ne peut le faire un individu seul.



Méthodologie suivie pour le projet *Playtime* et bénéfices du travail en groupe

Lors de la production des éléments de rendu, le travail a été deux fois plus rapide. La dynamique de groupe couplée à une répartition judicieuse des tâches, s'est traduite inévitablement par une rapidité d'exécution. Après avoir bien cerné nos forces et faiblesses réciproques, il fut plus aisé de tirer parti du meilleur de nos compétences singulières. Au fur et à mesure de l'avancement dans le projet, un climat de confiance s'est installé, créant une synergie au sein du duo et augmentant notre efficacité.

Il est clair qu'à l'inverse, si Olivia et moi n'avions pas eu un minimum d'affinités,

l'émulation au sein du groupe aurait pu se transformer en rivalité malsaine. La divergence des intérêts, l'absence de motivation et la mauvaise gestion émotionnelle sont autant de difficultés à ne pas négliger au risque de niveler l'ensemble du groupe vers le bas. C'est ce qu'il m'est arrivé l'année suivante, lors de la conception d'un projet où je me suis mis en groupe avec un autre camarade de classe. Le manque d'investissement de ce dernier a généré une mauvaise répartition des tâches et du temps de travail. Malgré ma bonne volonté et mes tentatives pour le motiver, il n'a jamais fait d'efforts et je me suis retrouvé à finir le travail seul. Je retiens

de cette mauvaise expérience que l'empathie dans un groupe ne fait pas tout.

Le rendu du projet de notre chambre d'hôtel *Playtime* fut très bien accueilli par nos professeurs et nous avons eu de très bons retours de nos camarades de classe. Je suis encore surpris de voir, alors que nous n'avions pas encore à cette époque de grandes compétences techniques, à quel point la conception de ce projet était aboutie et cohérente. Il m'apparaît maintenant clairement que la puissance du groupe est d'une efficacité indéniable.

La cohésion et la confiance qui s'installent progressivement lors de l'expérience du groupe, sont des leviers fabuleux pour créer et innover. La motivation de chacun naît de la bonne ambiance et de l'entraide qui règnent au sein de l'équipe. Quand les objectifs communs sont clairs et que les egos sont laissés de côté, chacun est prêt à donner le meilleur de soi pour atteindre le but fixé. La force du collectif ne se révèle qu'à ceux qui s'immergent complètement dans le groupe. Elle se trouve dans l'expérience singulière que l'on fait de chacun de ses membres, de leur diversité et de la richesse de leurs expériences.



Visuel 3D de la chambre d'hotel *Playtime*

DEUXIÈMEMENT

L'expérience du projet

« Deux choses instruisent l'homme de toute sa nature : l'instinct et l'expérience. »

Blaise Pascal



EN IMMERSION

Lorsque je débute un projet, je m'attache en premier lieu à bien comprendre son contexte, l'environnement dans lequel je vais le faire évoluer et avec lequel il va interagir. Classiquement, cela passe par des recherches, des références, des observations. Pour de nombreux projets, ce type d'approche se suffit à elle-même. Mais lorsque le sujet invite à l'innovation, s'inscrivant à la croisée d'autres disciplines et me conduisant sur des ter-

rains qui me sont inconnus, un manque se fait sentir. Il me faut aller bien plus loin, me confronter aux réalités multiples et souvent complexes du projet, pour ne pas s'arrêter à mon simple imaginaire de références.

J'ai compris cela lors de ma troisième année en travaillant sur la notion de biophilie. Je m'intéressais au bien-être qu'apporte le végétal sur l'Homme en milieu professionnel. J'avais imaginé faire rentrer le végétal dans l'entreprise en incitant les collaborateurs à co-créeer un jardin suspendu à l'envers et à consommer les produits biologiques récoltés. L'objectif était double : D'une

part créer chez les collaborateurs un bien-être profitable pour plus d'efficacité au travail et plus de convivialité ; Et d'autre part, sensibiliser les collaborateurs à l'agriculture biologique et à la consommation de produits bio.

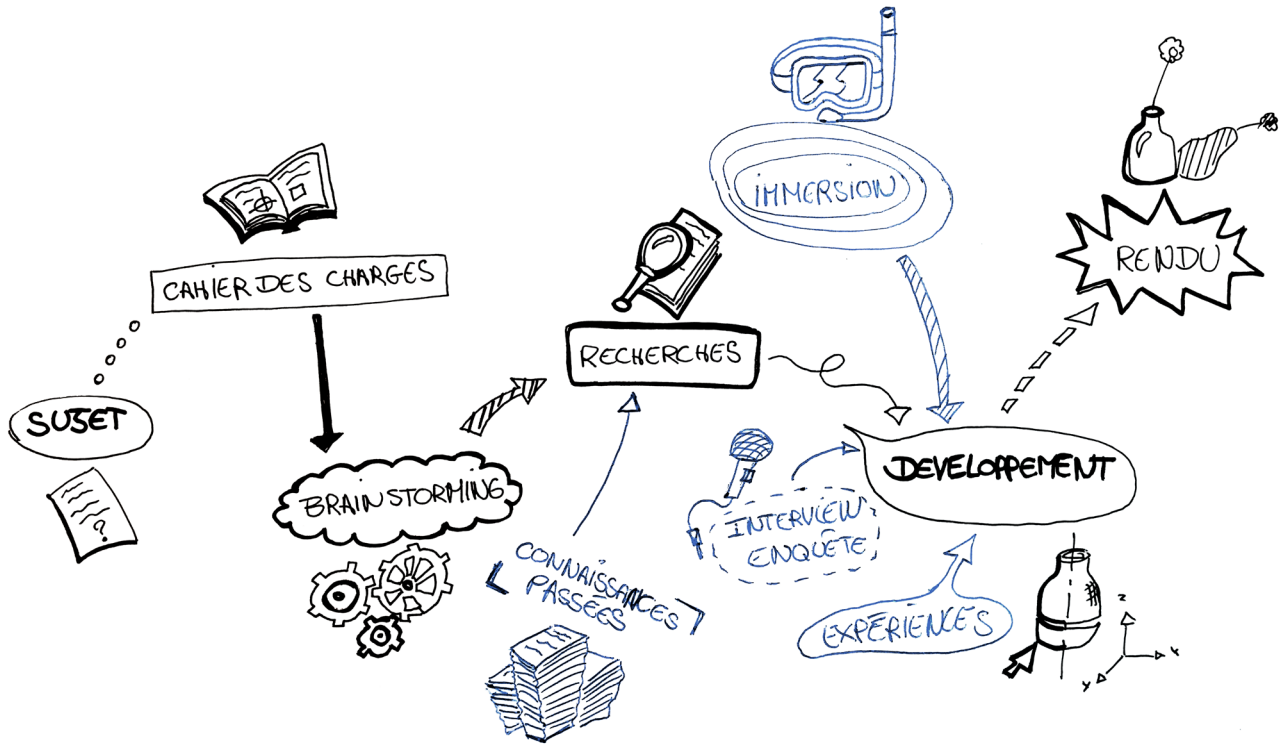
Lors de précédents projets, mes connaissances acquises sur l'univers du végétal et les processus naturels à l'œuvre m'ont beaucoup aidé lors de la phase de recherche. Après avoir bien cerné les notions relatives à la biophilie, c'est par une expérience immersive que j'ai pu apprivoiser les enjeux réels d'une telle démarche et me constituer une véritable culture de projet.



C'est la première fois que je débutais mes investigations en me mettant véritablement dans la peau de l'autre, à savoir l'utilisateur de mon futur produit. En l'occurrence, il s'agissait ici de s'immerger dans les conditions de vie d'un travailleur au bureau. Notre situation de travail à l'école n'étant pas bien différente de mon cas d'étude d'un point de vue spatial, j'ai eu tout le loisir d'expérimenter sa situation. À ce moment-là, cela faisait trois ans que l'on étudiait dans les locaux de notre école. Loin de créer un bien-être profitable aux étudiants, l'architecture et l'aménagement du lieu se résumaient à des murs blancs et froids, peu de lumière natu-

relle, des salles de classe avec aucune fenêtre et une absence de végétation. Après avoir interviewé mes camarades et professeurs, expérimenté les manques et observé en condition réelle l'effet d'un tel cadre de travail, j'en ai conclu que l'aménagement et la décoration des bureaux sont souvent délaissés lors de l'installation d'entreprises dans des locaux et que l'atmosphère n'a pas pour vocation d'être conviviale. À tort, car ce sont pourtant des éléments importants pour se sentir bien et pouvoir travailler en toute sérénité. Un bon agencement de l'espace de travail est un facteur de productivité des salariés.

Pour remédier à ces problèmes, je me suis référé au principe biophilique de la nature dans l'espace. Il y est démontré que les végétaux ont des bienfaits directs sur le bien-être et la santé des travailleurs. Pour constater ces effets par moi-même, j'ai décidé d'acheter de nouvelles plantes et de les placer dans notre salle de classe. Les autres étudiants se sont prêtés au jeu et ont commencé à prendre soin par eux-mêmes des plantes installées. Je me suis rendu compte qu'effectivement, le vert aide à la concentration, la mémoire, la créativité, la capacité à réfléchir, favorise le repos des yeux et diminue le stress. Mieux, ces plantes étaient devenues vec-



Méthodologie suivie pour le projet Bio Ceiling

teur d'échange et de convivialité au sein de la classe. En m'immergeant dans le quotidien de l'usager, puis en expérimentant et en observant les ressentis au contact des plantes, je me rends compte que cela a grandement aidé à la pertinence de ma solution.

Durant ce projet, j'ai pour la première fois fait l'effort de comprendre quels sont les besoins physiques et émotionnels des usagers, comment ils voient le monde et ce qui est significatif pour eux. Je retiens que cette immersion instinctive, à travers le partage du quotidien et des émotions de l'usager, a fait émerger une réelle contribution créative, par des pistes de design éclairées et nettement plus humaines.

Cette démarche par l'expérience, Mathieu Lehaneur l'a mise en application au sein de l'hôpital pour son projet de diplôme⁵, baptisé *Les objets thérapeutiques*. Cette immersion dans la vie d'un patient avait pour objectif de l'amener à repenser les traitements médicaux et leur rapport au malade. Pour lui : « *le médicament est à réinventer, non en termes chimiques mais sur le plan du message qu'il transmet et des comportements qu'il induit. Ce, afin d'intégrer le patient dans son traitement et faire de lui un véritable allié de sa guérison* ».

C'est en se mettant à la place du malade, dans le quotidien de son combat face à la maladie, que Mathieu Lehaneur a pu cerner

⁵ Suite à cette immersion dans l'univers hospitalier, il a également réalisé *Demain est un autre jour*. Objet contemplatif représentant le ciel météorologique du lendemain pour l'unité de soins palliatifs du groupe hospitalier Diaconesses Croix-Saint-Simon à Paris.

⁶ Si ce projet est une réponse pertinente et empathique à une attente réelle, les laboratoires pharmaceutiques ont sérieusement douté de la crédibilité de ces propositions en cas de commercialisation, limitant ces derniers à l'état de projet. De la même manière, lorsque le designer présenta ces propositions à d'éventuels utilisateurs, les réactions des patients furent plutôt négatives, aucun d'entre eux pensait que sa maladie y était prise au sérieux. Poétiser la relation thérapeutique retirerait-il le sérieux de l'acte de soin scientifique ?

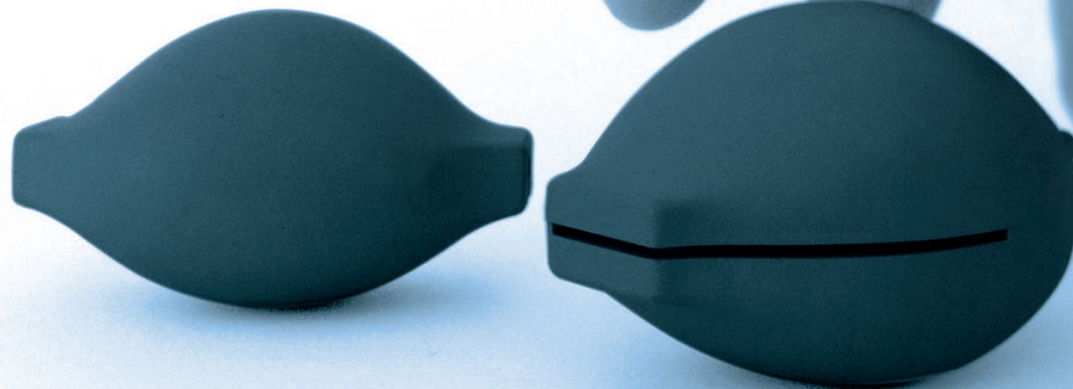
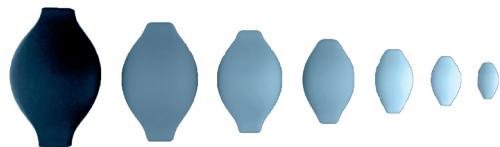
les besoins latents des patients par rapport à leur traitement. Cette démarche empathique, lui a permis de comprendre les paramètres psychologiques qui conditionnent le patient vis-à-vis de sa maladie, allant jusqu'à interférer avec le soin. Cela l'a aidé à définir quatre types de relation à la maladie : la maladie imaginaire, la cohabitation, la lutte et le refus. Le designer a ensuite imaginé différents *objets thérapeutiques*⁶ en cohérence avec chacun de ces états d'esprit.

En analysant le processus créatif suivi par Mathieu Lehanneur pour ce projet, je constate que sa démarche empathique en début de recherche a nécessité qu'il sorte de sa zone de confort et de son

monde référentiel en termes d'expérience. Son immersion dans le monde hospitalier lui a demandé de se méfier de son égo dans son protocole de création et à davantage faire preuve d'humilité et d'écoute. Introduire une dimension empathique en design permet aux designers de comprendre la diversité des expériences humaines et de réduire les jugements de valeur sur celles-ci ainsi que la projection de modèles de référence stéréotypés. Cela est d'autant plus vrai quand il s'agit de considérer des usagers malades et vulnérables, avec des handicaps ou vivant des situations plus extrêmes.

Antibiotics In Layers, Les objets thérapeutiques - Mathieu Lehanneur

Le principe de ce médicament est de s'effeuiller comme un oignon. On en consomme une couche par jour, de la couche la plus sombre à la plus claire, jusqu'à arriver au coeur, à la dernière gélule, celle de la guérison.





PAR ABSORPTION

Comme je l'ai énoncé préalablement, ma démarche débute par une immersion dans le contexte du projet, qui s'appuie sur mes rencontres avec les autres, individus comme disciplines. Les intersections, les résonances, mais aussi les frictions participent tout autant à cette expérience. Parfois, pour les projets les plus forts de sens, un bouleversement intime s'opère, pouvant remettre en question toutes mes

certitudes. Dans ces moments, la frontière est mince entre engagement professionnel et convictions personnelles à tel point que les connaissances et découvertes assimilées enrichissent mon vécu et forgent ma vision de la vie. Cette force de l'expérience me fait penser que mon métier créatif est bien plus qu'un simple emploi. C'est un choix de vie plus global où le renouvellement est perpétuel.

Dans ce sens, le projet qui a le plus bouleversé mon rapport aux objets et par le même temps, à ma pratique, est sans hésitation *Felto*. C'était en 2017, dans le cadre du Concours *Design Zero Dé-*

chet, organisé par le *Syctom*, l'agence métropolitaine des déchets ménagers. Cette édition avait pour thème *les déchets textiles* et mon projet a remporté le 1er prix.

Nous étions invité à réfléchir à des solutions innovantes et durables, pour réduire la quantité des déchets textiles à traiter. Il était donc question d'éco conception, de recyclage et de protection de l'environnement. Nous devions développer une démarche globale et innovante intégrant un certain nombre de critères écologiques dès la phase de conception du produit (bien ou service). L'objectif était de limiter les impacts environnementaux

Felto vise à contribuer efficacement au recyclage des vêtements et autres textiles sous forme de blocs pour l'aménagement et l'insonorisation des espaces. C'est un bloc de feutre empilable et modulable réalisé à partir de fibres de textiles recyclés. Pour un bloc, c'est 3 kilos de déchets textiles qui sont ainsi valorisés. En fin de vie, les blocs et les pièces en plastique recyclées sont facilement séparés pour être réutilisés ou recyclés.



Prototype 1 de *Felto* exposé à *Now! Le Off* lors de la *Paris Design Week*, 2017 - Cité de la Mode et du Design

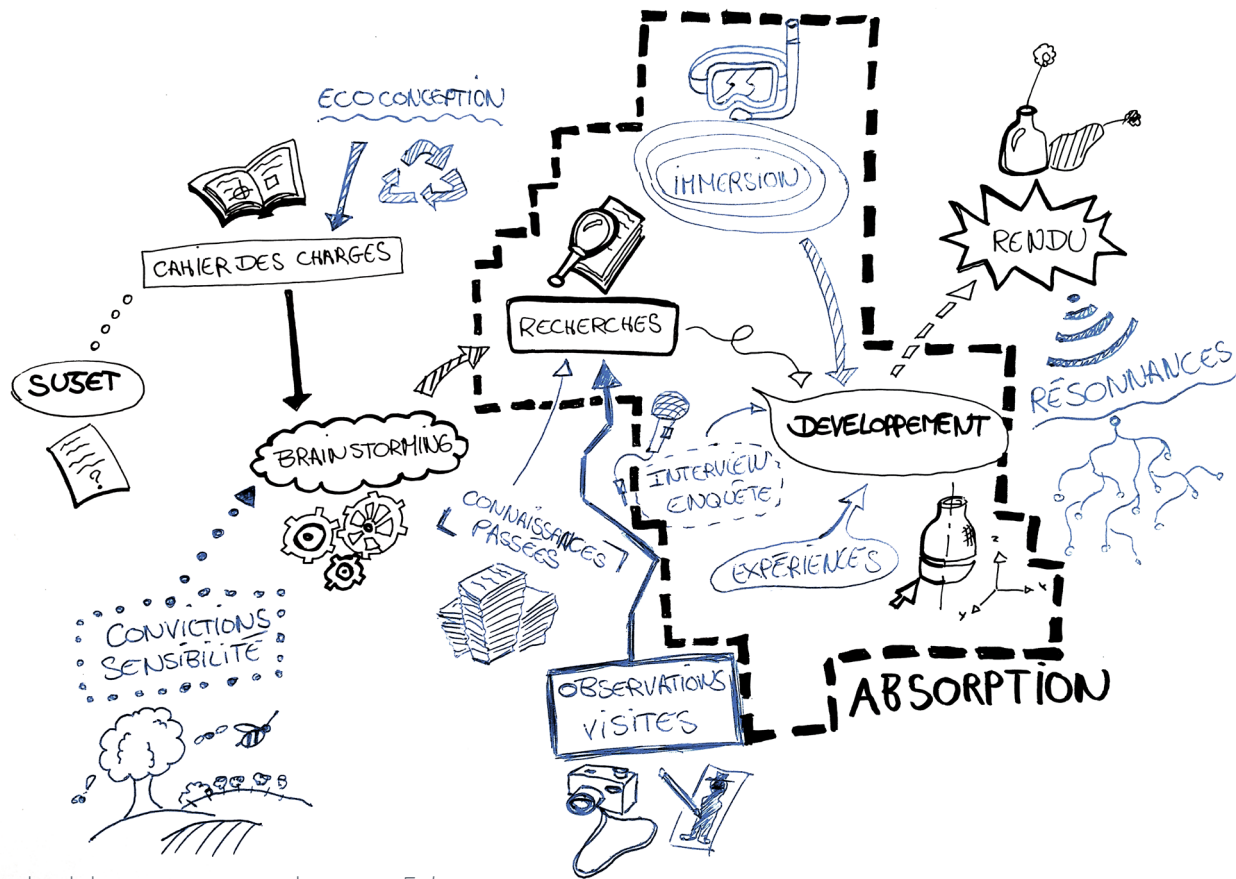
tout au long du cycle de vie de ce dernier (de l'extraction des matières premières jusqu'à sa fin de vie).

Lors de la redéfinition du sujet, mon attention s'est d'abord portée sur la question de la surconsommation des produits textiles, du gaspillage et de l'obsolescence de ce genre de produits. J'ai été marqué de voir à quel point nos habitudes de consommation et la conception de nos produits peuvent être polluants. Dans la nature, rien ne se perd et tout se transforme. Pourquoi ne pas récupérer ces déchets et les transformer en une nouvelle matière, source de nouveaux produits ? Lors de ces

recherches, le projet m'a offert un champ d'exploration très large, ouvert sur d'autres disciplines. Autant de nouveaux terrains de recherche apportant à chaque fois son lot de découvertes.

Au fur et à mesure de mon avancée, mon regard a changé sur notre mode de vie et l'impact de nos objets. Déjà sensibilisé aux notions d'écologie, j'ai pris conscience de la grande responsabilité morale du designer face à ses créations. Un objet doit se penser tout au long de son cycle de vie et peut avoir des impacts désastreux sur la planète s'il n'a pas été éco-conçu.

J'ai vu naître en moi un sentiment de responsabilité morale, d'engagement social profond envers les utilisateurs de mon futur produit. La prise de conscience de ces enjeux a grandement renforcé ma motivation à aboutir à un projet concret et impactant. Mon investissement total dans le projet m'a conduit à rentrer dans une sorte d'empathie avec ce dernier. L'expérience que j'ai acquise lors de la conception de *Felto* a eu sur ma pratique une influence très importante. Mes projets suivants ont tous été pensés selon les principes de l'éco conception et du développement durable. Ces thèmes me sont devenu si chers que j'ai totalement revu



Méthodologie suivie pour le projet Felto

⁷ Patrick Bouchain à Sophie Ricard avant le début des travaux : « *Si tu n'y habites pas, Sophie, tu seras trop éloignée du besoin, de la commande, et surtout tu n'arriveras pas à comprendre quelles sont les personnes qui y habitent, quels sont leurs savoirs. Peut-être d'ailleurs qu'il y a très peu à faire pour redonner quelque chose à cette rue. Si tu veux que nous y arrivions, il faut que tu y habites.* » - Issu de l'interview de Sophie Ricard par Sylvia Fredriksson pour *Note(s)*, la Sucrière, Lyon, 2017.

ma façon de consommer et gérer mes déchets. Je me rends compte à quel point le niveau de porosité est important entre mes valeurs et ma pratique du design. Mes expériences passées et mes passions personnelles ont très souvent guidées le cheminement de mes travaux. Par manque de recul et d'expérience, je n'en avais pas pris conscience à l'époque. Pourtant, il m'apparaît clairement aujourd'hui que ce qui définit et fait la particularité d'un créateur, c'est bien son histoire, sa sensibilité et ses influences.

Certains projets peuvent donc nous absorber, nous révéler à nous-mêmes et changer le rapport à notre pratique. C'est d'autant plus vrai lorsque les objectifs fixés

requièrent un engagement personnel de tous les instants, entremêlant des problématiques sociales, psychologiques et sanitaires. En 2010, Patrick Bouchain⁷ confie à Sophie Ricard, tout juste recrutée dans son agence d'architecture, un projet de permanence architecturale. Elle va alors emménager à Boulogne-sur-Mer pour partager le quotidien des habitants d'une rue délaissée.

Durant trois ans, elle va mener avec eux le chantier de réhabilitation de leurs logements. Depuis, cette façon de travailler en vivant *in situ* est devenue sa marque de fabrique : « *Je me révèle davantage dans l'autre, en étant sur le terrain. C'est d'ailleurs ce qui me posait problème dans mes études.*



Sophie Ricard en atelier peinture avec les enfants de la rue Delacroix à Boulogne-sur-Mer.

Être extérieure. Extérieure à la commande. Extérieure au besoin, à l'envie, à l'usage, à l'homme qui est confronté justement à un dessein, à une réalité directe ».

Ce que je trouve intéressant dans la démarche de Sophie Ricard, c'est qu'elle va faire siennes les problématiques et préoccupations quotidiennes des habitants. Après s'être installée et avoir été acceptée par la communauté, elle s'est faite totalement absorbée par sa nouvelle vie de quartier. Elle n'a mis aucune distance entre sa vie personnelle et ses engagements professionnels. Cette approche par l'expérience de la réalité du terrain lui a permis d'apporter une réponse singulière, propre à l'identité des habitants du quar-

tier et en accord avec leurs aspirations. Mieux encore, en leur donnant la possibilité de participer aux travaux de restauration de leurs maisons, elle leur a permis de se réapproprier leur lieu de vie.

On sent que ce projet a été une expérience charnière dans sa pratique et sa vision de l'architecture. Il a contribué à la construction de son identité et a été déterminant dans le choix de ses projets qui ont suivis⁸.

⁸ A la suite de cette permanence à Boulogne-sur-Mer, elle a effectué une autre permanence architecturale pour le premier projet de l'université Foraine à Rennes instigué par Patrick Bouchain. Depuis, elle est responsable de la permanence architecturale de l'Hôtel Pasteur à Rennes.



Grand ensemble - Sophie Ricard, Boulogne-sur-Mer, 2010

TROISIÈMEMENT

La démarche empathique

« C'est seulement dans l'effacement de soi, que l'on peut, par empathie, percevoir la réalité de l'autre. »

Jean Pierre Otte

DE VRAIS BÉNÉFICES

« *Good design makes a product understandable* ».

Ce principe⁹ de Dieter Rams, designer industriel allemand, implique que l'utilisation d'un produit soit compréhensible et prédispose l'utilisateur à utiliser ses fonctions de manière intuitive. Idéalement, le produit est intuitif pour toutes les catégories d'utilisateurs.

Selon Don Norman dans son ouvrage *The design of everyday*

*things*¹⁰ : « *Le Design est vraiment un acte de communication. Cela signifie que le designer doit avoir une parfaite compréhension de la personne à qui il s'adresse* ». Autrement dit, c'est uniquement par la compréhension des besoins réels de l'utilisateur que la solution apportée par un produit sera pertinente et fonctionnelle. En cela, le design n'est pas limité à une intervention créative, conjonction entre la forme et la fonction dans la conception des objets ou des espaces. Il renvoie à un champ plus vaste d'études, à une culture du design liée à la compréhension des conditions de transformation du monde matériel et des individus qui l'habitent et le façonnent.

¹⁰ *The design of everyday things*
- Don Norman, Basic Books ;
Revised, Expanded edition,
2013

⁹ *Ten principles for good design*
- Dieter Rams, Vitsoe - [https://
www.vitsoe.com/eu/about/
good-design](https://www.vitsoe.com/eu/about/good-design)

¹¹ « Peut-être avons-nous plus volontiers accès à la complexité des êtres et des choses par l'empathie que par une approche rationaliste. Il y a dans cette capacité quelque chose d'immédiat qui offre une rapidité de compréhension et qui apporte des réponses singulières à des problématiques complexes. L'écueil, ce serait d'en faire une recette ou une méthode avec le risque d'une prise de pouvoir sur les êtres. » - *L'empathie ou l'expérience de l'autre* - Elsa Francès, Biennale Internationale Design Saint-Étienne, Cité du Design, 2013

Le designer se doit d'intégrer les problématiques humaines aux conditions de fabrication, d'usages et d'expériences des objets et de l'environnement bâti. En mêlant le design à d'autres domaines tels que la sociologie, l'anthropologie et la psychologie, il dispose en amont de moyens efficaces pour cerner les véritables enjeux auxquels les utilisateurs sont confrontés. Par exemple, en plus des observations classiques dans des contextes réels, le designer peut intégrer à son processus créatif une démarche empathique¹¹ pour mieux analyser les motivations et les besoins latents. En se mettant à la place de l'utilisateur, le designer partage ses pensées et ses émotions. Cela lui permet de bien intégrer les pré-

occupations de ses futurs utilisateurs pour concevoir un produit adapté, fonctionnel, attrayant et signifiant.

Lors de la conférence *Democratic Design Days* à Sydney en septembre 2018, le directeur du design d'Ikea, Marcus Engman, est revenu sur l'un des pires fiascos de la marque : *A.I.R. Sofa*. Un meuble qui aurait pu faire partie des grands succès de la marque, puisqu'il remplissait tous les critères du géant suédois. Soit la forme, la fonction, la qualité, la résistance et le faible coût de production. Pourtant tout ne s'est pas passé comme prévu. L'ingénieur reconnaît être en partie responsable de cet échec : « *Il y a certaines choses auxquelles nous*



AIR Sofa - IKEA

n'avions pas pensé ».

Sur le papier, l'idée semblait géniale. *Ikea* proposait un revêtement plastique que le client gonflait chez lui à l'aide de son sèche-cheveux pour obtenir un canapé. Les designers avaient supposé que les acheteurs rempliraient le *A.I.R sofa* avec un sèche-cheveux réglé sur « froid ». Or dans la pratique, les usagers l'ont gonflé avec le réglage « chaud », ce qui a eu pour effet de faire fondre le plastique. Et les problèmes ne s'arrêtent pas là. La valve de gonflage laissait fuir de l'air après quelques jours d'utilisation. Les différentes parties du canapé, compartimentées, rendaient l'affaissement iné-

gal. Le plastique couinait à chaque fois que l'utilisateur bougeait. Pire, sa qualité d'être léger est devenue un défaut puisqu'elle entraînait une instabilité constante lorsque l'on s'asseyait dessus.

Ce projet est un cas d'école, un concept idéal en théorie qui se révèle être un véritable échec commercial en pratique. À mon sens, le problème vient du fait que les designers de chez *Ikea* n'ont pas assez anticipé les usages. Dans ce cas, l'intégration d'une démarche empathique dans le processus de création aurait été très utile pour valider leur concept. S'ils avaient eu recours à des observations et expérimenta-

tions du scénario d'utilisation de leur produit en conditions réelles, ils auraient pu identifier et corriger ces problèmes. Mais cela demande de sortir de son monde de référence, de valider ses idées par la preuve au contact des usagers et de la diversité de leurs réalités.

Car au-delà du problème relatif au sèche-cheveux, c'est l'absence de considération des différences physiologiques des utilisateurs qui a créé autant d'erreurs dans le choix du matériau, son assemblage, sa forme et même sa fonction première, qui est d'offrir un accueil confortable et stable. Selon moi, prendre du temps en amont du projet pour bien cer-

ner la typologie des futurs usagers et leurs attentes n'est pas du temps de perdu. Faire l'expérience de l'autre¹², par une immersion dans son quotidien, permet d'anticiper ses besoins réels et même de faire émerger des problèmes latents, impossibles à considérer si l'on reste à conceptualiser derrière son bureau.

Et cela, l'entreprise *Décathlon* l'a bien compris. C'est face au Mont-Blanc qu'elle a créé en 2014 son centre international de conception pour les sports de montagne. On y trouve un magasin dédié aux produits montagne et des bureaux qui abritent les équipes de conception. C'est là que, depuis l'idée d'un produit, celui-ci va être imaginé, dessiné, prototypé,

pour ensuite être testé sur les sentiers et pistes de ski à proximité. Un ensemble de services a également été mis à disposition des 300 collaborateurs travaillant sur le site, dont des aménagements facilitant la pratique du sport en montagne.

Ainsi, les designers de *Décathlon*, vivants sur place¹³, conçoivent leurs produits à l'aide d'une véritable démarche empathique intégrée. Ils pratiquent leurs sports, testent par eux-mêmes leurs prototypes, échangent avec les utilisateurs et peuvent les modifier en fonction de leurs ressentis personnels. Ce protocole de travail novateur révèle l'importance de l'empathie dans l'innovation par le design. Ce « laboratoire

¹² *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All* - Tom Kelley & David Kelley, Currency, 2013

¹³ *Métier Designer* - Decathlon, Youtube, 2018 - <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=9NuRAamHKco>



d'écoute clients » fonctionne ainsi comme une structure en immersion, totalement autonome, capable d'anticiper les usages et les problèmes éventuels par l'implantation de ses designers sur le terrain.

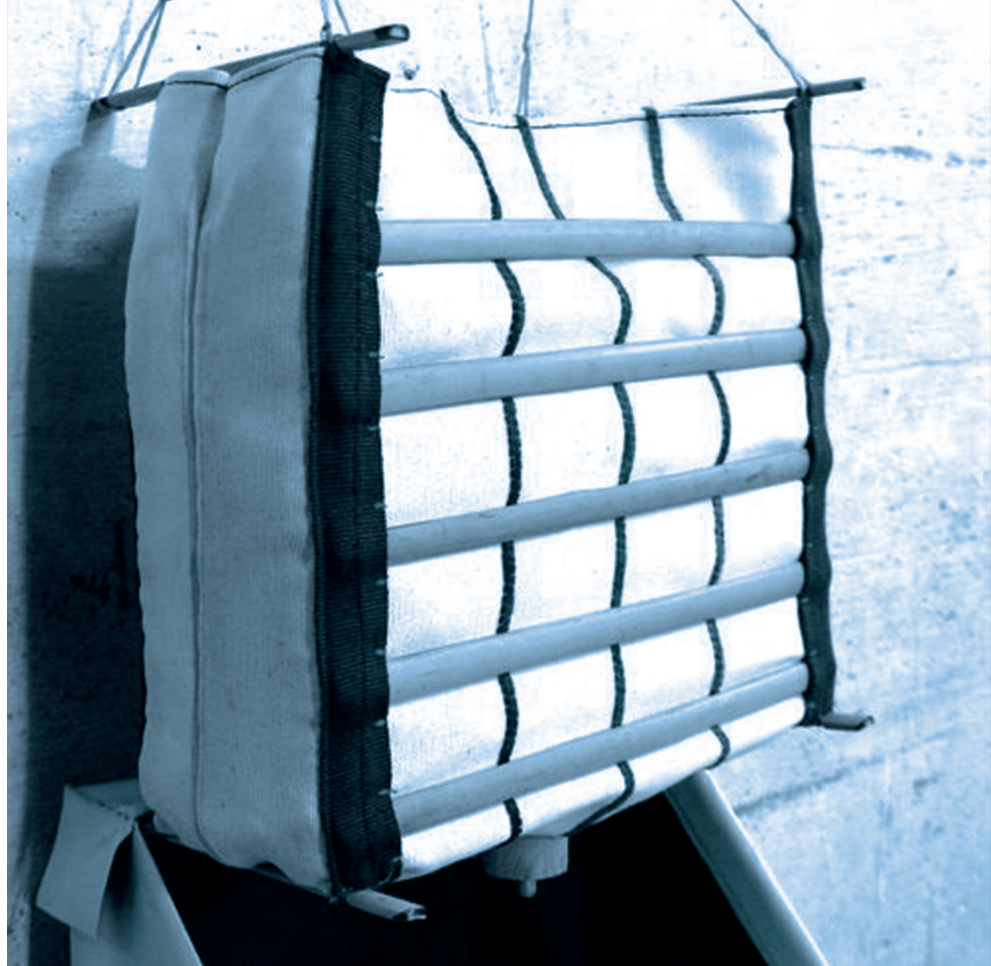
Dans certains cas plus extrêmes, des designers engagés n'hésitent pas à se rendre au plus près des populations vulnérables du monde pour repenser leurs objets et outils du quotidien et transmettre leur savoir. C'est le cas de l'entreprise *Demotech*¹⁴ qui développe une démarche de design durable au quotidien, tout autour du globe. Elle prône l'indépendance de production des pays en voie de développement, l'adaptation de démarches locales et le « re-de-

sign ». Ainsi, des solutions pratiques et concrètes sont créées, prêtes à l'emploi et à la portée de tous.

Par exemple le projet *Hy2U*, qui est une solution de design *lowtech* imaginée et testée en Afrique. Le dispositif est composé d'un sac stockant de l'eau propre et d'un robinet à fermeture automatique pour laisser s'écouler l'eau sans la gaspiller. Il est destiné à faciliter et encourager le lavage des mains au savon des populations vivants dans les zones rurales et urbaines pauvres. Plus de 800 enfants périssent chaque jour de la maladie en raison des services d'eau et d'hygiène défaillants d'après *l'OMS (l'Organisation mondiale de la santé)*.

¹⁴ Demotech, fondée par Reinder van Tijen, est une entreprise basée à Maastricht, aux Pays-Bas.

En se rendant en Ethiopie et au Kenya, l'équipe de *Demotech* a pu cerner les besoins réels des population locales. Ces milliers de personnes vivent sans accès à l'eau courante et sont très touchés par la maladie. Ils ont alors imaginé ce système de stockage, facile à fabriquer par les locaux et construit avec les matériaux disponibles. Partagé en *open source*, il peut donc être fabriqué par n'importe qui et à peu de frais. Suite aux tests en conditions réelles qui se sont avérés concluants, *Demotech* a lancé un programme éducatif pour sensibiliser les enfants à l'hygiène des mains et à former des gens sur place pour fabriquer *Hy2U*.





DANS SES EXTRÉMITÉS

Aujourd'hui, la notion de *design thinking*¹⁵ a envahi les entreprises. Pour tous, il semble indéniable que l'intégration d'une démarche empathique dans le processus créatif du designer enrichit la culture du projet et l'inscrit de façon plus pertinente et sensible dans son contexte. Toutefois, abuser d'une telle approche, par un engagement trop profond dans la peau de l'autre, peut fausser la perception que l'on se fait du réel, bien souvent plus complexe

qu'on ne le croit. On pourrait penser que le design est voué à être profondément humain et compréhensif vu de cette manière. Pourtant il faut s'en méfier. Le design peut aussi provoquer des contraintes volontaires et rendre l'environnement hostile pour certains « indésirables ».

Dans son livre *Disguised : A true story*, la designer industriel Patricia Moore raconte l'expérience empathique qu'elle a décidé de mener au milieu des années 1970. Après avoir travaillé au côté de Raymond Loewy en étant la seule femme de l'agence et lassée par le manque de considération pour les plus vulnérables dans le design, elle a décidé de se grimer en personne âgée afin de découvrir les

¹⁵ « *Design thinking is a human-centered approach to innovation that draws from the designer's toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success.* » - Tim Brown, President & CEO, IDEO, Californie, Etats-Unis.

réalités du quotidien d'une femme de quatre-vingts ans. Entre 1979 et 1982, Patricia Moore a joué son rôle dans plus d'une centaine de villes américaines, tentant d'appréhender le monde qui l'entourait, de découvrir les défis quotidiens auxquels les personnes âgées étaient confrontées et la manière dont elles étaient traitées.

Cette immersion totale a permis à Patricia Moore de concevoir toute une série de produits innovants pouvant être utilisés par les personnes âgées. Elle qualifie sa démarche de design universel¹⁶, une approche dans laquelle les produits sont conçus de manière non exclusive et destinés au plus grand nombre de consommateurs possible.

Je ne mets pas en doute la bonne volonté et les sentiments sincères qui ont poussé Patricia Moore à entreprendre cette expérience. Toutefois, il me semble juste de se questionner sur la véracité des interactions sociales vécues lors de cette démarche empathique poussée à l'extrême. Car en se mettant littéralement dans la peau de l'autre, la jeune designer a dupé son monde. Si les gens avec lesquels elle a interagi étaient certainement naturels dans leurs actes, il n'en est pas de même pour Patricia Moore. Sans même aborder les questions éthiques, force est de constater qu'elle n'a fait qu'imiter une personne âgée, comportements conditionnés par ses observations et son imaginaire de référence. Rien ne prouve donc

¹⁶ Aujourd'hui, on parle de *Design inclusif*, c'est à dire la conception de tout aménagement, produit, équipement, programme ou service qui puisse être utilisé par toute personne, sans nécessiter ni d'adaptation ni de conception spéciale, et ce quels que soient son sexe, son âge, sa situation ou son handicap.



This is a drawing made by Pat Moore years before she decided to go into character. But there is an uncanny resemblance to the character she later developed.



Pages issues du livre de Patricia Moore - *Disguised: A true story*, Word Books, 1985

Pat as the "wealthy lady."



Pat as a "middle income lady." (Photo by Bruce Byers.)

* Voir la Permanence architecturale de Sophie Ricard à Boulogne-sur-Mer, pages 38 à 41.

¹⁷ *Ce design qui contrôle* - Laurie Richard, Le Soleil, Article web, 2014 - <https://www.lesoleil.com/maison/ce-design-qui-controle-15b8c77ec-f97ee8b4255354b844abaed>

qu'elle n'ait pas, sans le vouloir, orienté ou biaisé les relations sociales qu'elle a pu expérimenter.

Cette démarche scénarisée et artificielle trouve sur ce point ses limites. Cette expérience sociale relève donc plus de la performance artistique que d'une véritable approche empathique du quotidien des seniors. Comparé à la permanence architecturale menée par Sophie Ricard*, où celle-ci vivait en immersion « à côté de », les interactions sociales expérimentées par Patricia Moore « dans la peau de » sont faussées, bien loin de celles qui animent le monde réel. Ce procédé empathique me semble donc excessif, trompeur et peu enrichissant pour la recherche et la culture projet.

D'autre part, les designers ne sont pas toujours au service de l'ensemble des utilisateurs potentiels d'un objet. Parfois, leur client leur demande de limiter¹⁷ la clientèle visée ou même de décourager certaines utilisations.

Le Camden bench, de *Factory Furniture Ltd*, est le parfait exemple de ce que peut être un anti-objet. On le décrit plus facilement par ce qu'il empêche de faire plutôt que par les fonctions qu'il offre. Installé dans les rues de Londres en 2012, ce banc a été conçu pour rendre impossible un certain nombre d'utilisations, ne laissant que la possibilité de s'y assoir pour une courte durée. Il rejoint la liste des nombreux dispositifs de l'espace public qui sont



Camden Bench - Factory Furniture Ltd, Londres, 2012

utilisés pour éloigner certaines catégories de personnes (itinérants, adolescents...) ou pour éviter que des gens s'attardent trop longtemps dans certains lieux : bancs publics sur lesquels on ne peut s'allonger, pics anti-SDF, chaises de cafétéria ancrées au sol...

On peut qualifier cela de design « hostile¹⁸ ». Dans ce contexte, l'intervention du designer est dénuée d'empathie pour l'utilisateur. Elle répond exclusivement à une problématique liée au client, ici la mairie de Londres. Cette dernière souhaite préserver la quiétude de l'espace public en excluant les indésirables au profit de certains privilégiés. Elle cherche à réduire les détériorations, les squatteurs et vols sans tenir compte de la di-

versité des besoins des citoyens. Cette démarche antipathique du design n'a vertu qu'à contrôler, orienter et limiter l'expérience d'utilisation de l'objet, en évitant tous détournements d'usage.

Toutefois, cette pratique renvoie à une réalité du design qui est de répondre à une commande. La liberté du designer est souvent mise à mal par sa condition de simple intermédiaire entre l'entreprise qui le paye et les utilisateurs qu'il est sensé aider. Dans les années 1970, le designer Julien Hébert¹⁹ avait dénoncé ce paradoxe, accusant le designer d'être le complice immoral d'une industrie hostile au bon développement de notre société : « *Le designer me semble engagé dans une voie douteuse :*

¹⁸ *Unpleasant Design* - Goran Savic & Selena Savic, G.L.O.R.I.A., 2013

¹⁹ *Julien Hébert ou le discours de l'âme* - Sophie Gironnay, Le Devoir, 1994

il se dit, et il l'est, responsable de la qualité du produit ; mais il est rémunéré par le producteur, et non par le consommateur qu'il entend servir. Sa complicité avec l'entreprise qui le commande le compromet gravement. À son insu, le designer en vient à accepter le jeu de l'industrie capitaliste pour réduire la valeur du produit, accélérer sa désuétude, le rendre facilement destructible et irréparable ».

En tant que designer, il n'est pas toujours aisé d'intégrer toute l'empathie et l'éthique²⁰ que l'on souhaiterait dans l'exercice de sa fonction. Si les réalités du marché limitent cette approche plus sensible du design, de nombreux exemples révèlent un changement

d'approche dans la conception des produits. Le designer bénéficie d'un plus grand investissement dans la définition de la commande, en pensant et concevant des objets avec l'humain au centre de ses préoccupations, et ce, dans une volonté de penser le monde plus durablement²¹.

²⁰ *Ethics for Design* - Gauthier Roussilhe, Vimeo, 2017 - <https://vimeo.com/232973887>

²¹ *Design pour un monde réel. Écologie humaine et changement social* - Victor Papanek, Collection Essais, Mercure de France, 1974

CONCLUSION

Le juste équilibre

« Ce qui fait l'Homme, c'est sa grande faculté d'adaptation. »

Socrate

Comme le médecin, le designer ne peut se contenter de résoudre un symptôme pour soigner son patient. Cette vision étreinte du design a pour effet de le réduire à une simple activité de conception, visant à fournir une solution rationnelle à un problème. Or, le travail de diagnostic est prépondérant. Il fait intervenir l'empathie plus que l'application de méthodologies.

Pour adopter cette approche, il faut être capable de s'immerger dans le vécu, la pensée et le ressenti de l'autre, plutôt que de projeter sa propre vision ou une grille préétablie d'analyse du besoin à satisfaire. À chaque nouveau projet son contexte. Loin d'être une méthode finie, avoir recours

à une compréhension sensible des forces en présence permet de révéler les besoins souvent latents. Il n'existe pas une seule bonne réponse, et de toute façon, le plus important est de formuler une bonne question.

À travers une démarche intellectuelle et sensible, j'aspire à une pratique hybride du design, entre la pensée et le faire, matérialisant le double sens du mot conception - connaissance et création. C'est au cœur de la dynamique du projet que je puise mon expérience, enrichissant les dimensions de mon vécu, pour les faire résonner dans mes futurs travaux.

Selon Michel de Certeau²², pour qu'une stratégie fonctionne, il

²² *L'invention du quotidien, 1. arts de faire* - Michel de Certeau, Folio essais, 1990

faut qu'elle établisse des éléments fixes sur lesquels faire reposer ses actions. Par opposition, user de tactique consiste en un jeu de circonstances, d'utilisations de moments qui ne peuvent être prévus par avance. En ce sens, je perçois ma démarche comme malléable, instinctive et humaine, relevant plus de la tactique que de la stratégie.

C'est cette intelligence de l'action, du faire, que je souhaite continuer de développer. Les grecs de l'Antiquité parlaient de la « mêtis », de l'intelligence rusée²³, pour qualifier cette qualité que nous avons tous en nous. Si ma pratique demande de la rationalité et des connaissances en amont, elle ne pourrait être mise

en œuvre sans faire également appel à une approche plus sensible de la conception.

Mener à bien un projet, c'est trouver ce juste équilibre, combiner les cinq sens, qui renseigne le sixième intuitif et empathique, mais également du bon sens et des savoirs antérieurs. C'est ce juste dosage, qui me permet de faire face aux imprévus et de m'adapter, de faire avec les propriétés du contexte et de les utiliser comme atouts plutôt que de lutter contre.

²³ *Les ruses de l'intelligence*
: *La mêtis des Grecs* - Marcel
Detienne & Jean-Pierre Vernant,
Champs essais, 2009



RESSOURCES

BIBLIOGRAPHIE

Paradoxe sur le comédien - Denis Diderot, Gallimard, 1994

L'empathie. Un sixième sens - Marie-Lise Brunel, Jacques Cosnier, Presses universitaires de Lyon, 2012

Le Parti pris des animaux - Jean-Christophe Bailly, Christian Bourgois Editeur, 2013

The design of everyday things - Don Norman, Basic Books ; Revised, Expanded edition, 2013

L'empathie ou l'expérience de l'autre - Elsa Francès, Biennale Internationale Design Saint-Étienne, Cité du Design, 2013

Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All - Tom Kelley & David Kelley, Currency, 2013

Disguised : A true story - Patricia Moore, Word Books, 1985

Unpleasant Design - Gordan Savicic & Selena Savic, G.L.O.R.I.A., 2013

Julien Hébert ou le discours de l'âme - Sophie Gironnay, Le Devoir, 1994

Design pour un monde réel. Écologie humaine et changement social - Victor Papanek, Collection Essais, Mercure de France, 1974

L'invention du quotidien, 1. arts de faire - Michel de Certeau, Folio essais, 1990

Les ruses de l'intelligence : La mètis des Grecs - Marcel Detienne & Jean-Pierre Vernant, Champs essais, 2009

L'entraide, l'autre loi de la jungle - Pablo Servigne & Gauthier Chappelle, Les liens qui libèrent éditions, 2017

L'âge de l'empathie : leçons de nature pour un monde en crise - Frans De Waal, Actes Sud, 2011

WEBOGRAPHIE

Matali Crasset (1/5) : De la Marne à Berlin : s'échapper ! - A voix nue, Camille Juza, Emission de radio, France Culture - <https://www.franceculture.fr/emissions/a-voix-nue/matali-crasset-15-de-la-marne-a-berlin-sechapper>

Ten principles for good design - Dieter Rams, Vitsoe - <https://www.vitsoe.com/eu/about/good-design>

Métier Designer - Decathlon, Youtube, 2018 - <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=9Nu-RAamHKco>

Ce design qui contrôle - Laurie Richard, Le Soleil, Article web, 2014 - <https://www.lesoleil.com/maison/ce-design-qui-controle-15b8c77ecf97ee8b4255354b8>

Ethics for Design - Gauthier Rous-silhe, Vimeo, 2017 - <https://vimeo.com/232973887>

Définition du design émotionnel, la place des émotions dans le design - Usabilis, conseil UX et ergonomie digitale - <https://www.usabilis.com/definition-design-emotionnel/#definitionemotional>

IDEO Global design company - <https://www.ideo.com/eu>

ICONOGRAPHIE

Méthodologie générale - Charles Saade, schéma, 2019

Méthodologie projet Hide - Charles Saade, schéma, 2019

Scenario d'utilisation & Illustration du projet Hide - Charles Saade, 2019

Image extraite de Playtime - Jacques Tati, long métrage, 1967

Méthodologie projet Playtime - Charles Saade, schéma, 2019

Chambre d'hôtel Playtime - Olivia Harnois & Charles Saade, visuel 3D, 2015

Le jardin suspendu Bio Ceiling - Olivia Harnois & Charles Saade, visuel 3D, 2016

Méthodologie projet Bio Ceiling - Charles Saade, schéma, 2019

Antibiotics In Layers, Les objets thérapeutiques - Mathieu Lehannour, prototype

Felto exposé à Now! Le Off lors de la Paris Design Week - Charles Saade, prototype, 2017

Méthodologie projet Felto - Charles Saade, schéma, 2019

Sophie Ricard en atelier peinture avec les enfants de la rue Delacroix à Boulogne-sur-Mer - photo

Grand ensemble – Sophie Ricard, Photo, Boulogne-sur-Mer, 2010

A.I.R Sofa - IKEA, photo

Mountain Store, Centre international de conception - Decathlon - MAP Architecture, photo, Passy (74), 2014

Hy2U (Hygiene to U) - Demotech, photo, 2007

Pages extraites de Disguised : A true story - Patricia Moore, livre, Word Books, 1985

Camden Bench - Factory Furniture Ltd, Photo, Londres, 2012

TYPOGRAPHIES

Bebas Kai

GeosansLight

Times New Roman

CONCEPTION

Écriture via Microsoft Word.

Retouche photos via Adobe Photoshop CC 2017.

Mise en page via Adobe InDesign CC 2017.

