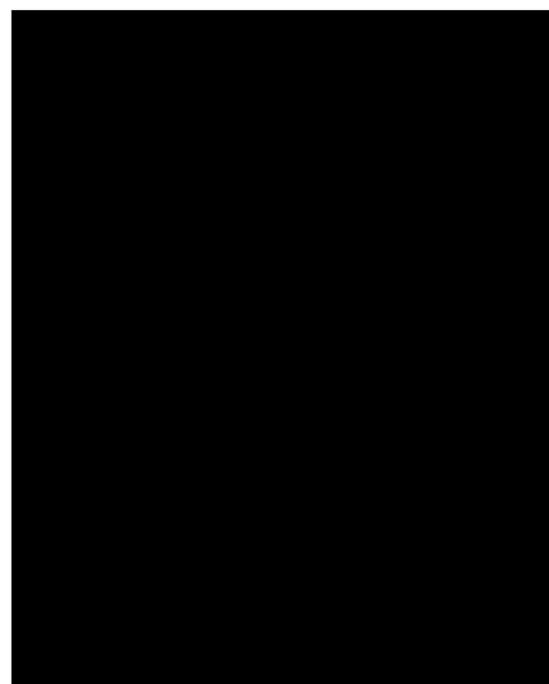
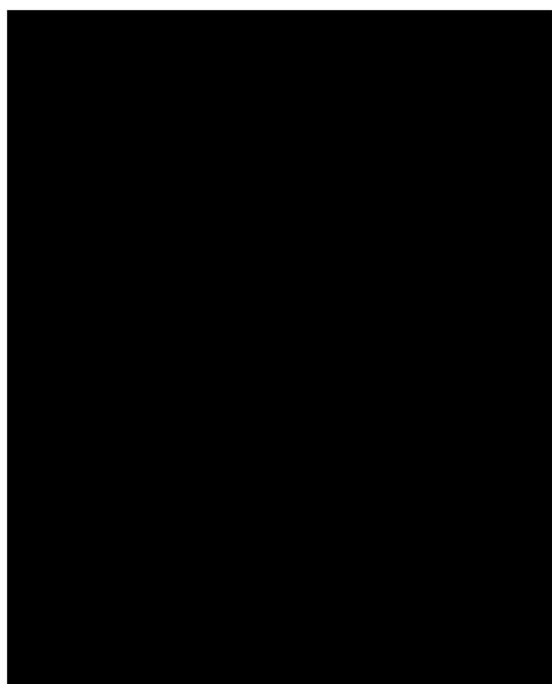
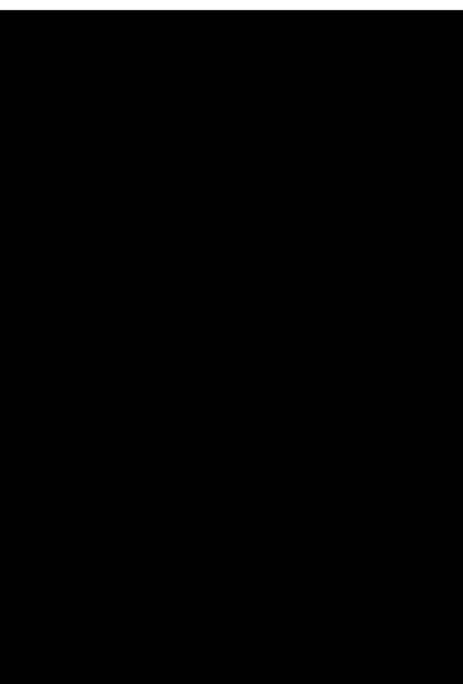


LE DESIGN  
SOCIAL,  
PROCESSUS  
DE CRÉATION  
CONTEXTUEL  
OU LANGAGE  
POLITIQUE?

JULIETTE ROUSSEL -  
SOUS LA DIRECTION DE DELPHINE GAULY & ANNE MORTAL



**LE DESIGN SOCIAL,  
PROCESSUS DE CRÉATION  
CONTEXTUEL OU LANGAGE  
POLITIQUE?**

**JULIETTE ROUSSEL -**  
SOUS LA DIRECTION DE DELPHINE GAULY & ANNE MORTAL

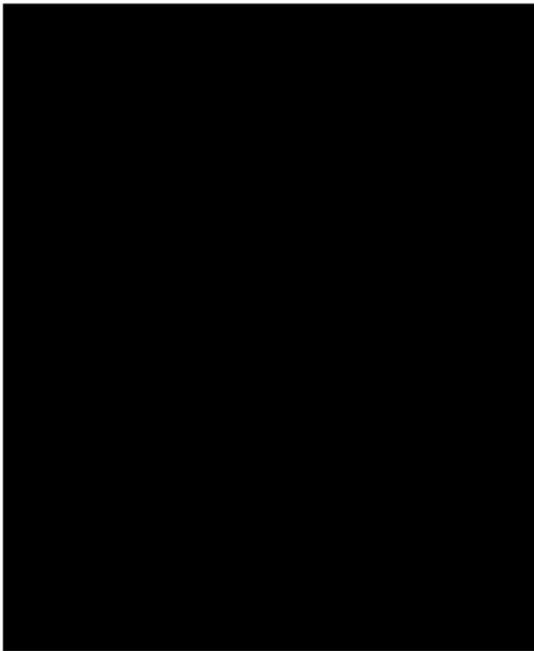
# Remerciements

Je tiens tout d'abord à exprimer mes remerciements à mes tutrices Delphine Gauly et Anne Mortal pour leur soutien et pour avoir dirigé et suivi mes recherches. Je remercie également Alexia De Oliveira, Boris du Boullay et Benjamin Sergent pour leurs conseils et leur encadrement.

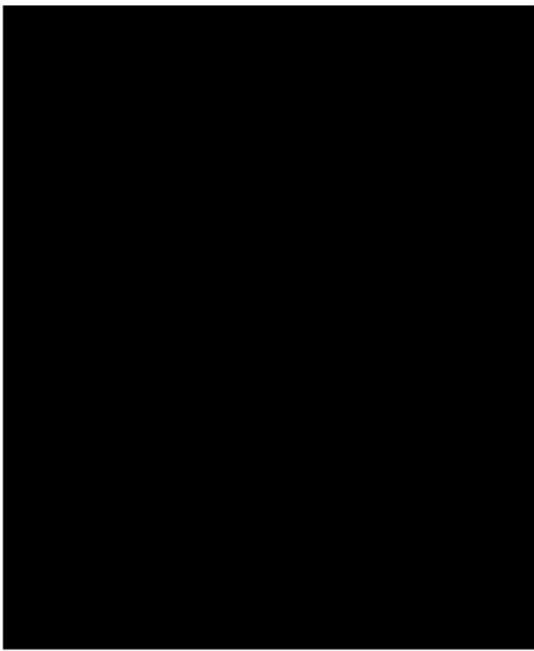
J'adresse également ma reconnaissance à la promotion 2020 du DSAA pour l'entraide et le soutien qui nous a permis d'avancer ensemble. Enfin, je témoigne toute ma reconnaissance à mes proches ainsi qu'à toutes les personnes qui, par leur soutien, leurs conseils et leurs critiques, ont guidé ma progression et mon écriture.

« Le design social se caractérise par une production écrite considérable : essais, manuels, catalogues et rapports cherchent à proposer la photographie d'un phénomène instable et dynamique [...]. Ils distinguent entre les cas, éclairent des tendances particulières, relatent des processus [...] À l'inverse, on constate la minceur quantitative du corpus théorique visant à définir ce "design social", et surtout à le distinguer des "autres designs".<sup>1</sup> »

<sup>1</sup> Cristian Campagnaro. « Projets interdisciplinaires et participatifs pour/avec les sans-abri ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018.



# Sommaire



# 1.

Le design, entre **production industrielle** et **critique** du monde qui l'entoure

**A.** La notion de design

p.16

**B.** Le design, une pratique liée à son contexte

p.20

Des designs tournés vers **l'humain**

# 2.

**A.** La multiplication des formes de prise en compte de l'humain à travers le design

p.30

**B.** Le sens du « social » dans le travail de design

p.38

**C.** Le design « social », un design d'actualité

p.46

# 3.

Le *design social*, **espaces** et **communs**

**A.** La pratique du *design social*

p.56

**B.** Renommer le *design social* pour mieux l'identifier

p.64

# Introduction

« Quel est le sens du “social” pour le design ? [...] la question paraît inutile puisque le design est nécessairement “social” dans la mesure où il propose des produits et des services qui visent à rendre la vie quotidienne plus commode à tous les individus qui composent une société.<sup>2</sup> »

C'est le débat que soulève Ludovic Duhem dans son ouvrage *Design écosocial-convivialités, pratiques situées et nouveaux communs* en 2018. Ce débat est issu de la pluralité des pratiques et des opinions englobées sous la terminologie de design social. En effet, le grand nombre de pratiques liées au design social ne nous permet pas de dissocier cette forme de design d'un travail de design à proprement parler, qui est déjà conduit par une volonté que l'on pourrait considérer comme « sociale » puisqu'il vise à répondre aux besoins des usagers dans le but de rendre plus pratique leurs usages quotidiens. Il y a donc une première confusion sur ce qu'est, précisément, le design social ainsi que sur la nécessité de le dissocier du design à proprement parler et de toutes les formes de design qui, conscients, se tournent vers l'Humain et travaillent à des questions qui rejoignent des problématiques « sociales » (telles que des questions d'éthique ou encore d'utilité publique dans la société).

De plus, pris séparément, ces deux termes, que sont « design » et « social » renvoient à des contextes mais aussi à des actes bien différents : l'un étant assimilé, pour le plus grand nombre, à la création d'objets et de formes dans un contexte industriel et le second plutôt à des questions critiques et politiques mais aussi, et par définition, au fonctionnement de la société et des relations entre les Hommes. Pourtant, la réunion, non pas de ces deux termes, mais de ces deux idées - c'est-à-dire la réunion de la création d'objets et de formes avec une volonté de penser le fonctionnement de la société et les relations entre les êtres vivants - n'est pas récente.

Déjà, lorsque le design a pris son essor avec l'expansion de l'industrie et qu'il s'est mis en place comme un outil de production et de vente de masse, des mouvements critiques, tels que les Arts and Crafts, sont apparus. Ces mouvements ont apporté l'idée d'une pensée sociale et critique dans le processus de conception en design. La pensée du design et de la question sociale dans une seule et même pratique

<sup>2</sup> Ludovic Duhem. « Le sens du social pour le design ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018.

<sup>3</sup> Malte Martin. « Réinventer l'agora ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018.

s'inscrit alors dans un « processus de conception contextuelle<sup>3</sup> » qui entraîne un va-et-vient du design entre une pratique au service de l'industrie et de la production de masse, et une pratique qui se positionne comme critique vis-à-vis des conditions qui lui sont contemporaines. Par exemple, lorsque le design est devenu l'outil permettant aux industriels de créer des objets jugés beaux et de plus en plus fonctionnels, le mouvement des *Arts and Crafts* s'est positionné comme critique vis-à-vis de l'industrie notamment à cause de son impact jugé nocif sur la vie des ouvriers et des populations.

C'est cette diversification, ce va-et-vient constant dans la vision et la pratique du design qui nous amène, aujourd'hui, à ce que nous appelons le design social et à ses multiples applications. Le *design social* pose alors de nombreuses questions, les premières se situant au niveau des deux termes qui composent cette terminologie, de leur histoire, de leur évolution ainsi que de leur lien qui peut se révéler à la fois compliqué et intime. Au-delà de sa terminologie, le *design social*, pratique de conception, qui par sa volonté critique et sociale s'inscrit dans le champ de la politique et est donc en lien avec l'actualité, est une pratique à analyser. En effet, comme nous l'avons évoqué précédemment, le *design social* regroupe de nombreuses typologies de projets. L'analyser permettrait alors de mieux le cerner, de comprendre ce à quoi il se rattache, ses héritages ainsi que ses volontés. Il s'agirait particulièrement de comprendre l'apport que peut représenter le design dans un projet social mais également la place que peut tenir le « social » dans un projet de design - et, par conséquent, de déterminer si ce terme est le plus approprié ou s'il s'agit d'un langage politique ou encore générique -.

Le design,

entre

production

industrielle,

et critique

du monde

qui l'entoure



# A ■ La notion de design

Le design est une discipline de projet qui apparaît au XX<sup>e</sup> siècle, d'abord en tant que *design industriel*. Cependant, la notion de design me semble plus ancienne et remonter à la Renaissance. C'est ce qui en ferait alors sa complexité mais également sa richesse. En effet, à la Renaissance, le design est en fait une méthodologie de conception, de projet. De plus, on peut assimiler la naissance du design à celle du projet dans la mesure où celui-ci semble particulièrement lié à la notion de projet architectural, qui voit lui-même le jour à la Renaissance italienne. En effet, le projet architectural a été inventé à Florence au XV<sup>e</sup> siècle, vers 1420, par l'architecte Brunelleschi et permet de distinguer deux phases du travail : la conception et la réalisation. L'apparition de ces deux phases de travail permet donc de diviser les tâches et de limiter la marge d'erreur inhérente au projet. En effet, la division du projet en ces deux phases intervient au moment où la complexité technique s'accroît, il n'est donc plus possible de laisser place à l'improvisation dans le processus de construction. C'est grâce à la méthodologie que les concepteurs parviennent à faire face à la complexité, ainsi qu'à la diversité des matériaux liée à la croissance du nombre de corps de métiers de plus en plus spécialisés. Cette volonté d'une gestion rationnelle du monde est alors nouvelle et marque la naissance de la méthode dans le domaine de la conception. Et, par extension, celle du design.

De plus, la langue française distingue les deux phases évoquées plus haut (la conception et la réalisation) par les termes de *dessein* (but, visée) pour la conception et de *dessin* (forme, croquis) pour la réalisation. Ces deux termes français se retrouvent mêlés dans l'italien *disegno*, ainsi que dans l'anglais *design*. Le terme design, à l'origine, regroupe donc les deux phases de travail incluses dans la notion de projet qui voit le jour à la Renaissance. C'est à partir de ce constat que l'on peut identifier la naissance du design à celle du projet architectural et non pas à celle de l'industrie.

Cependant, c'est avec l'arrivée de la production de masse à l'ère de l'industrie, que le design prend le sens que nous lui associons souvent et devient synonyme de création industrielle. L'industrie se caractérise par deux critères qui sont le recours à la machine ainsi que la production en série

« Dans les années 1890, le design graphique est l'un des fruits et acteurs de la construction d'un système d'exploitation, de régulation sociale et économique, d'un nouveau paysage de la pensée où se structurent, pour longtemps les sciences humaines dans lesquelles l'histoire occupe très rapidement une place et un statut privilégié. <sup>6</sup> »

et, même si le terme « industrie » apparaît en 1760, il signifie alors plus le « machinisme » que la production en série. Le premier usage du terme *design* dans un contexte industriel date de 1849 lorsque le premier numéro du *Journal of design and Manufactures* dirigé par Henry Cole<sup>4</sup> paraît en Angleterre. Toutefois, nous ne pouvons pas parler de cet événement comme de celui qui marquera le début de l'essor du *design industriel*. En effet, l'Angleterre (tout comme l'Europe en général) n'est pas encore prête pour une pratique de l'ordre du *design industriel* comme le démontre l'apparition de mouvements tels que les *Arts and Crafts*<sup>5</sup>, qui cherche à revitaliser les Arts décoratifs en réhabilitant le travail de l'artiste-artisan avec une volonté d'améliorer la vie quotidienne grâce à un artisanat de qualité. Cependant, le design prend tout de même de l'ampleur et participe de la construction à la fois industrielle et économique mais également à l'échelle de la société.

Après les premiers balbutiements et l'acceptation grandissante du terme de *design* dans un contexte industriel, c'est seulement quelques années plus tard, en 1907, qu'un double événement, qui se produit en Allemagne, lance véritablement la pratique de *design industriel*.

D'un côté, un groupe d'artistes, artisans et architectes, toujours influencés par la pensée de William Morris se regroupent à Munich et fondent la *Deutscher Werkbund*<sup>7</sup>. Cette alliance a pour objectif d'anoblir le travail professionnel par l'alliance de l'art, de l'artisanat et de l'industrie. À la tête de cette alliance : Hermann Muthesius, qui prône la production de masse tout en insistant sur la nécessité d'une alliance entre les Arts décoratifs et le standard industriel mais aussi Henry Van de Velde, qui lui, prône le rassemblement des arts contre la standardisation et se tourne vers la volonté de l'expression artistique individuelle. La *Deutscher Werkbund* est alors un mouvement qui tend vers l'industrie et le mode de production qu'elle propose mais qui oscille encore entre celle-ci et la volonté de promouvoir l'expression artistique et d'appuyer les Arts décoratifs pour aller à l'encontre des principes de production industriels.

De l'autre côté, l'architecte Peter Behrens<sup>8</sup>, membre également de la *Deutscher Werkbund*, devient le directeur artistique (terme encore nouveau au début du XX<sup>e</sup> siècle) de l'entreprise AEG. Pour elle, il va réaliser image de marque, logo, papier à lettre, produit, emballage, nouvelles usines et même les logements des salariés. C'est la première grande collaboration entre un artiste et une entreprise industrielle, considérée comme le premier projet de *design industriel*, et plus largement, comme le premier projet de *design global*. Ce projet a un rayonnement considérable puisque, en plus d'être considéré comme le premier projet de *design industriel*, de nombreux designers - tels que Walter Gropius, Mies Van Der Rohe ou encore Le Corbusier - vont passer par l'agence de Peter Behrens et être influencés par sa vision du design et son travail. Mais, par dessus tout, cette première alliance entre un artiste et une industrie signe le succès des idées d'Hermann Muthesius qui sont alors officiellement adoptées par la *Deutscher Werkbund* en 1914. Dans le même temps,

<sup>4</sup> Henry Cole (1808-1882) est un fonctionnaire Britannique qui va promouvoir, au cours de sa vie, de nombreuses innovations dans les domaines de l'industrie et de l'éducation. Dans les années 1830-1850, il joue un rôle majeur dans le débat sur l'enseignement du dessin. Il milite pour la création d'une école de dessin industriel susceptible de fournir des modèles à l'industrie. Après avoir été l'un des responsables de l'organisation de l'Exposition Universelle de Londres en 1851, il est nommé surintendant général du *Department of Practical Art* qui vient d'être créé au sein du *Board of Trade*. Grâce à ce poste, il va instaurer les nouvelles bases de l'enseignement du dessin industriel en Angleterre.

<sup>5</sup> Littéralement « Arts et Artisanats », le mouvement *Arts and Crafts* apparaît dans les années 1860 sous l'impulsion de William Morris.

<sup>6</sup> Annick Lantenois. *Le vertige du funambule Design graphique entre économie et morale*. B42 éd., 2013.

<sup>7</sup> Union de l'oeuvre Allemande

<sup>8</sup> Peter Behrens (1868-1940) est un architecte, peintre, graveur, designer et typographe allemand. Il est l'un des cofondateurs de la *Deutscher Werkbund* et multiplie ses créations au sein de l'entreprise AEG. Il est connu pour son rôle de pionnier au sein du *design industriel* et est même considéré comme l'archétype du designer industriel en tant que concepteur et inventeur du design d'entreprise.

celle-ci cesse d'être symptomatique d'une hésitation entre l'art et l'industrie.

La deuxième personnalité à l'origine de la fondation de la *Deutscher Werkbund*, Henry Van de Velde, fonde alors l'École des Arts appliqués à Weimar. C'est le début du *Bauhaus*. En effet, Van de Velde, lorsqu'il crée l'École des Arts appliqués, pressent Walter Gropius pour être son successeur. Et c'est lui qui va réussir une synthèse sans équivalent entre les idées d'Hermann Muthesius et d'Henry Van de Velde pour créer l'École du Bauhaus en 1919, qui me semble être le lieu de l'expansion du *design industriel*, même si, à ses débuts, elle reste assez étrangère à la profession de designer industriel telle qu'elle apparaît, au même moment, aux États-Unis<sup>9</sup>. Walter Gropius définit alors l'École du Bauhaus comme « un établissement d'enseignement, conseiller artistique de l'industrie, des métiers d'art et de l'artisanat ». Ainsi, l'École du Bauhaus forme ses élèves en trois parties : un enseignement technique (qui correspond à l'artisanat), un enseignement formel (qui correspond au langage plastique) et un enseignement scientifique (qui correspond à un enseignement théorique). Les principaux ateliers qui constituent les différents enseignements dispensés par l'école sont tous artisanaux, on y compte la reliure, le textile, l'imprimerie, le métal, le bois, la pierre, la menuiserie, la céramique ainsi que la couleur. L'atelier d'architecture, auquel nous ramenons souvent l'École du Bauhaus, n'ouvrira ses portes que dans ses dernières années. Les étudiants progressent, après avoir suivi un temps de cours préliminaires, selon les grades d'apprenti, de compagnon puis de maître et sont donc formés au *design global*, comme de véritables touche à tout. Ce qui caractérise particulièrement la philosophie de l'école est cette alliance de l'art, de la technique et de la science. Cependant, au-delà de l'école, cette alliance caractérise la tradition du *Bauhaus*, qui a plus largement pour but d'édifier un homme nouveau.

Il semble que c'est cette volonté qui va, après la fermeture brutale de l'école à cause de la montée du nazisme en 1933, entraîner de nombreuses tentatives de renaissance<sup>10</sup>. La raison de l'influence qu'a le *Bauhaus* sur de nombreuses écoles et institutions et des tentatives de renaissance du mouvement réside dans le fait qu'il soit un projet idéaliste présent, encore aujourd'hui, « dans l'imaginaire de nombreux étudiants en design<sup>11</sup> ». Il s'inscrit dans la tradition humaniste issue du projet de William Morris qui a pour but de donner des fondements philosophiques au design, et cette pensée humaniste peut s'inscrire dans les différentes sociétés et y prendre un sens nouveau. En effet, la pensée humaniste est une idéologie politique<sup>12</sup>, optimiste et idéaliste, qui place l'Homme au centre de ses préoccupations, du monde. Il en ressort une volonté, pour l'Humain comme pour la société, de tendre vers une existence toujours plus haute. C'est pourquoi cette pensée humaniste, issue du projet de William Morris et qui a traversé les mouvements d'arts et de design, se retrouve encore aujourd'hui dans la pensée de concepteurs, praticiens et étudiants.

#### Le design, entre production industrielle et critique du monde qui l'entoure - La notion de design

<sup>9</sup> Au début du XXe siècle, aux États-Unis - et alors que l'Europe réfléchit à concilier l'esthétisme et l'industrie - le design industriel produit intensément sans se préoccuper de considérations philosophiques. « Il y avait une tendance générale et bien inutile au massif et au grossier. On ne percevait aucune économie rationnelle des moyens et des matériaux », comme le constate Raymond Loewe lorsqu'il arrive à New-York en 1919, ce qui va pousser certains designers à se lancer dans l'aventure du *design industriel* dans le but de reconsidérer son utilisation.

<sup>10</sup> En effet, après la fermeture de l'École du Bauhaus et la dispersion de ses différents membres, Laszlo Moholy-Nagy fonde le *New Bauhaus de Chicago* en 1937 qui subsiste aujourd'hui sous le nom de « Institute of design ». Plus tard, une nouvelle tentative émerge sous la forme de l'École d'Ulm fondée en 1953 par Max Bill, et qui fermera ses portes en 1968.

<sup>11</sup> Stéphane Vial. *Le design*. Puf. Que sais-je?, p. 20, 2017.

<sup>12</sup> Ici, la polysémie du terme est importante. En effet, on parle à la fois de politique en son sens large, c'est-à-dire celui de civilité, mais également en son le plus commun qui est relatif à l'organisation d'une organisation, d'un état, d'une société.

# B ■ Le design, une pratique **liée** **à son contexte**

« Le propre du design est d'être un processus de conception contextuelle.<sup>13</sup> »

La volonté de donner des fondements philosophiques au design est donc issue du projet de William Morris. Ces fondements, comme nous l'avons vu précédemment, sont issus de la tradition humaniste qui a pour but, rappelons le, de placer l'Homme au centre du monde et d'emmener l'Homme et la société toujours plus haut. Cependant, cette volonté humaniste dépend de la société qui lui est contemporaine, ce qui fait du design «un processus de conception contextuelle<sup>14</sup>», c'est-à-dire, une pratique qui vise à concevoir, à réfléchir et à proposer des projets et des solutions en réponse au contexte qui lui est contemporain ou auquel elle s'attache.

Chez William Morris et avec les *Arts and Crafts*, cette volonté humaniste est caractéristique de la conscience d'une responsabilité politique de l'artiste. Elle prend la forme d'un retour à l'artisanat et à la valorisation du projet personnel en rejetant l'idée de la production de masse d'objets «grossiers<sup>15</sup>». Au contraire, il s'agit d'utiliser la technique pour créer des objets à la fois utiles et esthétiques et mettant en avant la figure de l'artiste. À cette période, la tradition humaniste s'emploie donc à remettre en cause l'utilisation de l'industrie et à questionner la place de l'artiste. Elle met en avant l'Homme avant toute autre chose, l'Homme en tant qu'artiste mais aussi et plus simplement l'Homme en tant qu'Être Humain qui risque, dans l'esprit du mouvement, d'être malmené par la production industrielle de masse et ce qui en découlera. L'histoire du design, comme nous l'entendons, commence alors par une forme de rejet de l'industrie et de ce qui la caractérise.

C'est alors que commence une alternance dans la pratique de design entre un soutien à l'industrie, au système économique de production - qui permet l'évolution de la création industrielle et, par la même occasion, l'expansion du système capitaliste- et une posture critique du monde. La plupart des

« La grande majorité des avant-gardes adhèrent à ces idées (celles de W.Morris) en particulier celles qui structurèrent et rationalisèrent le champ des designs pendant les années 20. À ce titre, W.Morris est un précurseur car sa définition des Arts s'inscrit dans une réflexion globale sur les conditions de leur conception et celles de leur réception qui est une pensée sur la responsabilité politique de l'artiste.<sup>16</sup> »

<sup>13</sup> Malte Martin. « Réinventer l'agora ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018.

<sup>14</sup> *Ibidem*.

<sup>15</sup> Raymond Loewy, 1919.

<sup>16</sup> Annick Lantenois. *Le vertige du funambule. Design graphique entre économie et morale*. B42 éd., 2013.

Avant-gardes, celles qui adhèrent aux idées de William Morris, continuent à réfléchir le design par le prisme d'une pensée humaniste. De nombreux mouvements privilégient donc une réflexion « globale<sup>17</sup> » qui englobe la pensée technique, artisanale mais aussi les conditions de conception et de réception par le public. Ceci qui semble être en opposition directe avec la production industrielle de masse notamment caractérisée par la quantité et la rapidité de conception, de réalisation et de mise en vente. Le *Bauhaus*, comme nous l'avons étudié précédemment, poursuit les idées de William Morris tout en les ouvrant à la création industrielle. Pour ce faire, les artistes du *Bauhaus* forment des étudiants à réfléchir selon les trois axes que sont: l'aspect technique, l'aspect formel mais également l'aspect scientifique poussant les étudiants à avoir conscience de leur pratique, de leur influence mais également de ce que représente la production industrielle -et ses possibilités-. Dans tout un pan de l'histoire du design, la volonté humaniste est le reflet d'une inquiétude face à un changement majeur des conditions de production et de création. Chez la plupart des Avant-gardes, elle est, comme chez William Morris, caractéristique de cette inquiétude sur l'avenir mais également d'un souci particulier de l'Homme puisque la montée de l'industrialisation pourrait empêcher d'amener l'Homme et la société toujours plus haut, et engendrer, au contraire, leur chute.

Après une période pendant laquelle le modernisme est la méthode de conception dominante, les années 1950-60, en raison des bouleversements que la société connaît, sont le temps d'une tendance majeure à la contestation des usages établis. En effet, le modernisme est une pensée qui apparaît au temps du Bauhaus mais qui s'épanouit, grâce, entre autres, à la photographie, avec le Style Suisse<sup>18</sup> puis avec le Style international<sup>19</sup> en Europe et aux États-Unis.

En Allemagne, le *Style international* qui garde le souvenir de l'École du Bauhaus progressivement éteinte par la montée du nazisme, s'approprie les idées du design Suisse et fonde l'École d'Ulm, qui souhaite, dans un cadre pédagogique et pluridisciplinaire, « synthétiser les principes d'une rénovation fonctionnaliste<sup>20</sup> ». Rapidement, le *Style international* prend de l'importance et sert à la création d'images de marques (la refonte de l'identité visuelle de *Lufthansa* -compagnie aérienne- en 1962 est la première identité de marque réalisée entièrement sur les principes érigés alors). Il s'étend aux Pays-Bas, en Suisse, et au reste de l'Europe alors que d'anciens

**Le design, entre production industrielle et critique du monde qui l'entoure -**  
Le design, une pratique liée à son contexte

membres du *Bauhaus* sont à l'origine du même évènement aux États-Unis. Le monde occidental est alors au diapason du modernisme qui voit la rationalité comme une solution aux erreurs du passé permettant d'ériger un Homme et un monde nouveau. La volonté humaniste que l'on pouvait voir dans la pensée de William Morris est donc toujours présente mais bien différemment: il s'agit alors de protéger l'Homme en mettant en place des systèmes de production et de communication rationnels qui permettraient d'éviter de commettre des erreurs telles que les deux précédentes guerres, et notamment la seconde. Cependant, le système mis en place semble étouffant et fait disparaître toute subjectivité, ce qui est le propre de l'Homme. Cet engouement pour le modernisme est le reflet d'une alternance dans la pratique de design, comme nous l'évoquons plus tôt. Il est également le reflet du passage entre deux modes de fonctionnement dans le design, influencé par la société qui le voit naître. La communication et l'expression sont comme entravées par des règles trop strictes alors que les populations ont besoin de se libérer.

C'est ce besoin de liberté qui nous amène aux années 1950-1960, aux changements de mœurs et aux contestations qui y voient le jour face aux trop nombreux bouleversements vécus par le passé. La création industrielle est rejetée, pensée comme la cause des évènements passés puisqu'elle a créé des outils de tuerie de masse. Il y a une volonté croissante d'émancipation vis-à-vis de la machine pour revenir à l'expression et à la création artisanale. La création se libère alors avec l'*Éclectisme Américain* et la *Culture Pop* aux États-Unis. En Europe c'est la *Culture Pop* qui est en plein essor à partir des années 1960: en Angleterre, une fusion éclectique opère dans laquelle collaborent artistes, musiciens, acteurs, journalistes, stylistes, photographes, directeurs artistiques, etc. La diffusion du procédé Off-set et de la photocomposition permet alors, dans toute l'Europe, une véritable libération de la création dont une vague de « do-it-yourself » qui culmine particulièrement dans les années 1970 avec l'émergence du *mouvement Punk*. L'heure est à une esthétique libérée, un retour à la fabrication artisanale et aux modes de diffusion alternatifs qui sont le reflet d'une dimension critique voire révolutionnaire, qui doit beaucoup, notamment, aux évènements parisiens de 1968.

Les productions s'inscrivent majoritairement dans des commandes ou des besoins culturels, politiques ou sociaux. La pensée humaniste est alors particulièrement présente puisqu'il s'agit de mener des productions proches de la population, par leur esthétique libérée et plus approximative mais aussi de s'adapter aux révolutions sociales et culturelles en marche.

Nous pourrions également évoquer la *Révolution numérique* comme l'un des mouvements symptomatique de cette alternance dans les pratiques de design et comme preuve que le design est un processus de conception contextuelle puisqu'elle est un grand bouleversement, tout comme l'essor

**Le design, entre production industrielle et critique du monde qui l'entoure -**  
Le design, une pratique liée à son contexte



Fig.1



Fig.2



Fig.3



Fig.4

Fig.1 Mark Perry, *Sniffin' Glue* n°12, 1977, photocopie, 29,7x21 cm

Fig.2 Jamie Reid, *SEX PISTOLS God Save the Queen*, 1977, offset

Fig.3 Ateliers populaires de Mai 1968, *La police vous parle*, sérigraphie, 100x65 cm

Fig.4 Ateliers populaires de Mai 1968, *La chienlit, c'est lui*, sérigraphie, 37x29 cm

<sup>17</sup> Annick Lantenois. *Le vertige du funambule Design graphique entre économie et morale*. B42 éd., 2013.

<sup>18</sup> Dès la fin de la Seconde Guerre Mondiale, les idées qui avaient été synthétisées au *Bauhaus* connaissent un nouvel essor dans un pays resté à l'écart des conflits ayant pu causer des ruptures politiques, sociales, économiques, techniques et culturelles ailleurs: la Suisse. Influencé par les thèses modernistes de l'Allemagne d'entre deux guerres, l'un des acteurs essentiels du *Style Suisse* est Max Bill qui, après avoir été très brièvement élève de l'École du Bauhaus, en a retenu les principes fondamentaux et l'attitude volontairement synthétique.

<sup>19</sup> Le modernisme est devenu synonyme d'efficacité, de fiabilité et de contemporanéité et incarne un idéal face aux régimes totalitaires du passé. Il s'agit d'édifier un monde nouveau, ouvert et nettoyé du passé. Le *Style International* s'appuie sur la rationalité pour créer.

<sup>20</sup> Stéphane Darricau. *Culture graphique, une perspective de Gutenberg à nos jours*. Pyramyd, 2014.

de l'industrie près d'un siècle plus tôt. Elle est également le lieu d'une division des praticiens entre une utilisation du numérique pour servir le capitalisme et la consommation de masse, face à une utilisation de celui-ci comme outil à des fins humanistes et critique. Cette posture critique, alors symptomatique d'une période de troubles et d'hypothèses, est en fait une « stratégie de différenciation<sup>21</sup> » que l'on identifie aussi bien dans le travail de Tibor Kalman pour le magazine *Colors* que dans le travail, certes très différent, de Stephan Sagmeister.

Cependant, nous arrivons, en traitant des années 1970, à la période qui va nous intéresser, comme étant à l'origine de ce que l'on appelle le *design social* et, plus largement, des formes de design tournées vers l'Humain sur lesquels nous nous attarderons.

Dans les années 1970, en France, cette libération ainsi que la pensée humaniste qui l'accompagne sont marquées, dans le champ de la création graphique, par l'apparition de groupes tels que Grapus. Nous prendrons l'exemple du collectif Grapus car il est devenu un héritage culturel français, dans le champ du graphisme. Les modes de fabrication et le codes graphiques utilisés par ce collectif ont imprégnés les productions voulues sociales, politiques ou culturelles des décennies suivantes, comme l'incarnation du « graphisme d'auteur » à la Française. Cet exemple montre également que, même à l'échelle d'un collectif, le design peut être symptomatique d'une alternance entre une pratique critique et une pratique au service d'institutions, de commandes (et donc liée à un contexte économique). Il s'agit d'un comportement logique de la pratique de design, pratique de « conception contextuelle<sup>22</sup> » s'adaptant au contexte auquel elle s'intéresse. En effet, actifs au PCF<sup>23</sup>, les membres de Grapus réalisent de nombreux supports pour le parti mais aussi pour les structures qui lui sont associées. Habités aux commandes politiques et sociales, le collectif produit des supports hétérogènes et dynamiques qui renvoient immédiatement à une idée d'expression et d'humanité et donc à un engagement politique particulier. En effet, les codes graphiques restent inspirés des exemples que nous avons pu aborder précédemment et sont donc principalement composés de lettrages manuels qui sous-entendent l'expression et l'oralité. Plus spécifiquement, pour l'affiche *On y va / Tous à Ivry / Vers le changement !* réalisée en 1977, les couleurs choisies sont en lien direct avec le sujet (l'annonce d'une fête de quartier) mais attirent également le regard, l'attention, égayant l'ensemble en apportant de la couleur dans une atmosphère de revendication, comme le fait Tibor Kalman pour le magazine *Colors*.

Paradoxalement, et c'est là que le changement s'opère, la montée de la gauche au pouvoir en mai 1981, va modifier la position du collectif. Ayant défendu les idées du parti en vigueur, il est alors adoubé par les institutions culturelles officielles, remporte plusieurs commandes prestigieuses (telles que l'identité visuelle du Parc de la Villette en 1985).

**Le design, entre production industrielle et critique du monde qui l'entoure -**  
Le design, une pratique liée à son contexte

Fig.5 Tibor Kalman & Oliviero Toscani, *Colors* n°7, juin 1994, offset, 27x19,2 cm

Fig.6 Tibor Kalman & Oliviero Toscani, *Colors* n°4, printemps-été 1994, offset, 35,5x28 cm

Fig.7 Grapus, *On y va / Tous à Ivry / Vers le changement !*, 1977, offset, 80x120 cm

<sup>21</sup> Stéphane Darricau. *Culture graphique, une perspective de Gutenberg à nos jours*. Pyramyd, 2014.

<sup>22</sup> Malte Martin. « Réinventer l'agora ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018.

<sup>23</sup> Parti Communiste Français

<sup>24</sup> Stéphane Darricau. *Culture graphique, une perspective de Gutenberg à nos jours*. Pyramyd, 2014.

<sup>25</sup> Victor Papanek. *Design for a real world*. Thames & Hudson, 1974.

« Les rebelles d'hier se retrouvent du côté du pouvoir en place<sup>24</sup> » et se séparent en 1990 après avoir été le symbole d'une époque, mais également, dans le cas présent, la preuve d'une adaptation, dans le travail de design, à la société auquel il appartient.

Comme nous avons pu le constater à travers l'évolution du design mais également à travers l'évolution de ce collectif, tout un pan du design a conservé la volonté humaniste issue du projet de William Morris et a permis l'apparition de nombreuses formes de design conscient. Cette volonté humaniste s'est matérialisée de différentes façons selon les besoins identifiés et les bouleversements vécus à une époque donnée, dans une société donnée: il est une pratique contextuelle, qui vise à concevoir à un moment donné pour ce même moment. Le résultat de cette même réflexion humaniste dans le design est nuancé et peut, comme à travers les mouvements modernistes, entraver la liberté des Hommes en cherchant à établir de nouveaux fondements. Il ne s'agit donc pas nécessairement de conserver les volontés humanistes issues du projet de William Morris pour faire du design une pratique tournée vers l'Humain, mais « la seule chose importante à propos du design, c'est la manière dont il se rapporte aux gens<sup>25</sup> » et il est arrivé qu'il se rapporte aux gens sans se tourner fondamentalement vers eux.

**Le design, entre production industrielle et critique du monde qui l'entoure -**  
Le design, une pratique liée à son contexte

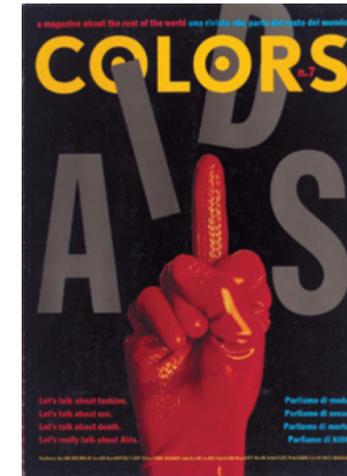


Fig.5



Fig.6

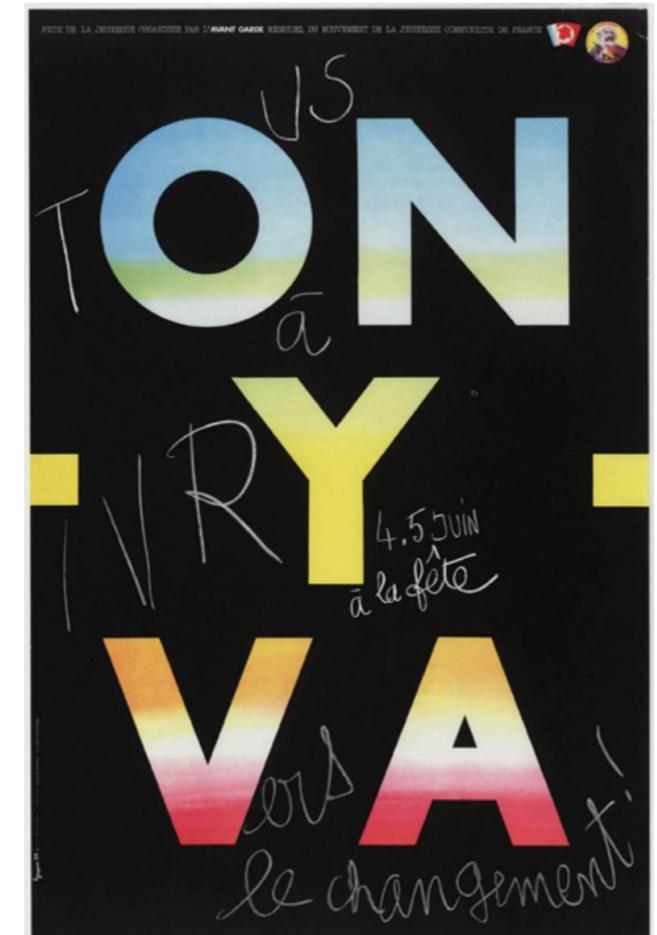


Fig.7



Des designs  
tournés vers  
l'humain



# A ■ La multiplication des formes de prise en compte de l'humain à travers le design

Comme nous l'avons vu précédemment, les formes de prises en compte de l'Humain à travers le design se sont manifestées dès l'apparition de celui-ci et se sont diversifiées au fil des décennies et en fonction de l'évolution de la société. Cependant, aujourd'hui se produit un évènement particulier : la prise en compte de l'Humain à travers le design prend de nombreuses formes simultanément.

En effet, selon Stéphane Vial, l'extension des sens et des usages du design a autorisé un développement multiple, plus ancré dans le projet humaniste et sociétal. L'ajout du terme « davantage » dans le discours de Stéphane Vial est le reflet d'une différence notable entre la prise en compte de l'Humain dans les pratiques passées et les pratiques présentes (émergeant depuis les années 1970) même si cette prise en compte existait déjà. En effet, les formes de prise en compte de l'Humain et de la société, qui émergent ces dernières années, ne sont plus une réponse aux bouleversements vécus par la société mais deviennent des pratiques réflexives et analytiques de la société qui leur est contemporaine. Ces pratiques s'intéressent à des problèmes particuliers identifiés et les analysent pour tenter d'utiliser le design comme réponse, comme partie d'une solution. Dans le passé en revanche, la prise en compte de l'Humain à travers le design se faisait par des changements fondamentaux dans la pratique elle-même. Ceci est à l'origine de l'évolution du design mais n'a parfois apporté qu'une relative prise en compte de l'humain. En effet, il s'agissait plutôt d'adapter le design aux bouleversements communs pour suivre les évolutions de la société et s'adapter à elles, comme l'ont fait les mouvements du modernisme tels que le *Bauhaus*, en proposant un nouveau modèle de design rationnel pour un monde plus rationnel.

Comme évoqué par Stéphane Vial, les nouvelles formes de design sont donc le résultat de la sortie progressive du design du champ uniquement industriel et de sa problématique. Aujourd'hui, il s'agit de s'inscrire dans des débats sociaux, politiques, économiques et écologiques, qui sont les enjeux les plus discutés de notre époque. Ces points de questionnements semblent issus des années 1970, lorsque les productions sociales, culturelles et

« L'explosion des sens et des usages du design depuis quelques années et son extension au delà du seul domaine industriel (design social et durable, co-design, design de service, etc.) ont permis de développer de nouvelles formes de design davantage tournées vers l'humain et la société.<sup>26</sup> »

<sup>26</sup> Stéphane Vial. *Le design*. Puf. Que sais-je?, 2017.

<sup>27</sup> Ludovic Duhem. « Le sens du social pour le design ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018.

« Si le "design social" a un sens, c'est moins en tant que catégorie identifiée au sein du design en général, c'est moins encore en tant que méthode qui s'adresse uniquement aux exclus ou ce qui produit une esthétique pauvre ou pire encore une esthétisation de la pauvreté... c'est une manière plurielle et critique de questionner les conditions de conception, de production et d'utilisation en vue de susciter, initier, participer au développement des puissances de socialisation [...] participation, partage et autonomie pour intensifier la vie au-delà de la compensation et de la réparation des mutilations du monde contemporain. En un mot : **faire socialement du design.**<sup>27</sup> »



Fig.8



Fig.9



Fig.10

politiques se sont inscrites dans le design, au-delà de leurs visées contestataires, presque révolutionnaires. Elles ont alors pris de l'importance et se sont développées jusqu'à donner, aujourd'hui, cette multiplication des pratiques engagées et liées à l'actualité. Parmi ces nouvelles formes de prise en compte de l'Humain et de la société à travers le design, on peut trouver: le *design éco-social*, le *design pour l'innovation sociale*, le *design d'utilité publique*, le *design éthique*, le *design de service*, le *design universel*, etc. Cependant, ces différentes formes sont alternativement associées et dissociées de ce que l'on appelle le *design social* qui semble réunir plusieurs des préoccupations des précédentes formes de design énoncées. En effet, le design social « n'est pas un design au sens strict du terme. À la différence de la politique, mais au service de cette dernière, le *design social* consiste à créer des environnements ou des milieux non seulement confortables mais aussi conviviaux, c'est-à-dire susceptibles de favoriser le partage et la participation de chacun à la vie sociale.<sup>28</sup> ». S'il fallait donner une définition du *design social* en quelques mots, nous pourrions dire qu'« une définition stricte pourrait se fonder sur deux critères : finalité sociale et moyens sociaux<sup>29</sup> ». Il s'agirait alors d'un design qui se concentrerait sur des problématiques sociales, qui tenterait d'y répondre mais à travers des moyens sociaux. La question est alors de savoir quels pourraient être ces moyens. Il pourrait donc s'agir, entre autres, d'échanger avec les usagers, de créer avec les usagers, de s'inscrire dans un territoire particulier, de ne pas utiliser les moyens de fabrication et de production proposés par l'industrie.

Par exemple, le collectif Ne Rougissez Pas, qui se trouve à Ivry et qui s'inscrit clairement dans une pratique de design social, s'inspire, entre autres, du travail de Grapus (dont le local se trouvait également à Ivry) pour mener des interventions directement sur le territoire. Pour le projet protéiforme, *Local Solidaire*, le collectif s'implante, à la demande de la Maison de Quartier d'Ivry, au 19 rue Jean Perrin. Le projet est financé par le service Vie des quartiers de la Ville d'Ivry et a pour but d'accompagner l'ouverture et l'activité liée à l'aménagement et à la décoration d'un local. L'accompagnement se déroule en plusieurs phases qui permettent alternativement la rencontre des usagers, la collaboration, le partage et la création - ce qui rejoint les volontés conduites pas le *design social*. La première phase est l'ouverture du lieu. C'est une période permettant la rencontre avec les usagers durant, notamment, leurs participations à des ateliers de cuisine et de sérigraphie, par exemple. Plus tard, viennent des ateliers de nettoyage, sur trois samedis, pendant lesquels un groupe composé d'enfants et d'adultes procède au nettoyage et à la peinture du local. S'ensuivent des ateliers, sur trois samedis également, destinés à la fabrication du mobilier par un groupe composé, à nouveau, d'enfants et d'adultes. Cette façon de procéder renvoie tout à fait au *design social* puisque le collectif utilise des moyens sociaux (qui sont le travail en groupe avec des usagers, les matériaux de récupération, les rencontres préliminaires au travail) à des fins sociales, c'est-à-dire la création d'un lieu

**Des designs tournés vers l'humain -**  
La multiplication des formes de prises  
en compte de l'humain à travers le design

Fig.8 Collectif Ne Rougissez pas,  
*Local Solidaire*, Ivry-sur-seine,  
2015

Fig.9 Collectif Ne Rougissez pas,  
*Local Solidaire*, Ivry-sur-seine,  
2015

Fig.10 Collectif Ne Rougissez  
pas, *Local Solidaire*, Ivry-sur-  
seine, 2015

Fig.11 Atelier Mobile des Trames  
Ordinaires, *Les bavardages  
du béton* (cabine téléphonique  
mobile), Strasbourg, 2014

Fig.12 Atelier Mobile des Trames  
Ordinaires, *Les bavardages  
du béton*, Strasbourg, 2014

Fig.13 Atelier Mobile des Trames  
Ordinaires, *Les bavardages  
du béton*, Strasbourg, 2014

<sup>28</sup> Jean-Hughes Barthélémy,  
« "Design social" : une analyse  
critique » In *Design écosocial :  
convivialités, pratiques situées  
et nouveaux communs*, 2018

<sup>29</sup> Ludovic Duhem, *Design  
écosocial : convivialités,  
pratiques situées et nouveaux  
communs*, 2018

<sup>30</sup> D'après le site *Les  
Trames Ordinaires*: [http://lestramesordinaires.fr/atelier-  
mobile/](http://lestramesordinaires.fr/atelier-mobile/)

solidaire, accessible à tous et disponible que ce soit pour un moment de détente, de travail ou de rencontre.

*Les bavardages du béton*, quant à lui, est un projet mené en 2014, sur deux mois, à Strasbourg par l'Atelier Mobile des Trames Ordinaires, qui est aussi un studio graphique nommé « Trames ordinaires ». Cette association de deux graphistes cherche, depuis 2012, à « inciter une interaction avec le public<sup>30</sup> » selon leurs propres mots, ce qui rejoint directement la volonté d'une finalité sociale. Ils créent leur projet à partir de temps de rencontres et/ou d'interventions et ateliers sur les lieux en question. Ils mènent donc un travail « in situ », en s'implantant dans des villes, des quartiers, des lieux plus spécifiques et en travaillant avec les usagers du lieu pour ce lieu. « Pour » dans la mesure où les projets, une fois réalisés, sont incorporés aux lieux - de façon plus ou moins pérennes- et en font partie durant un certain temps. *Les bavardages du béton* a

lieu dans le quartier de HautePierre, divisé en cinq « mailles » qui portent chacune des prénoms féminins. Brigitte, Catherine, Éléonore, Jacqueline et enfin Karine forment donc le quartier de HautePierre. Pour investir le lieu, les graphistes vont pousser l'idée de la personnification des mailles, induites par les noms donnés à celles-ci, et créer des lignes téléphoniques à ces mêmes noms. Les usagers peuvent alors téléphoner à Brigitte, Catherine, etc. grâce à une cabine téléphonique mobile qui est déplacée dans l'espace public. La cabine téléphonique circule donc de lieux en lieux, de mailles en mailles et permet aux habitants et usagers de téléphoner à leur maille ou à une autre maille que la leur. Cette idée crée donc un lien direct entre l'utilisateur et l'espace, dans la mesure où il peut s'adresser directement à lui. Les messages laissés par les usagers à Brigitte, Catherine, Éléonore, Jacqueline et Karine sont ensuite retranscrits et affichés dans la ville. Les affiches, les couleurs et les formes interpellent les usagers et habillent le lieu tout en étant le support des messages. Parallèlement, mais au sein du même projet, l'Atelier Mobile des Trames Ordinaires a mis en place *T'es de HautePierre si...* qui est un travail autour de l'appartenance au lieu, au quartier mais également un travail sur ce qui peut être commun à tous ses usagers (ce qui se passe dans le quartier, des attitudes que les habitants peuvent reconnaître, des situations ou commerces auxquels ils peuvent tous être confrontés). *T'es de HautePierre si...* est donc une forme de travail commun puisque chaque participant ajoute

Néanmoins, les nouvelles formes de design qui ont un lien avec ce que l'on appelle « design social » semblent également s'en distinguer, ce qui serait tout de même la raison de l'emploi de ces nombreuses terminologies. En effet, même si elles se rejoignent toutes sur des problématiques et des recherches de l'ordre du « social », elles n'utilisent pas toutes des moyens sociaux et ne recherchent pas toutes un résultat à la même échelle. Ceci engendre des différences notables dans les étapes de conception et de production d'un projet.

**Des designs tournés vers l'humain -**  
La multiplication des formes de prises  
en compte de l'humain à travers le design



Fig.11



Fig.12



Fig.13

sa pierre à l'édifice dans le but de constituer un grand mur de témoignages des habitants, affichés à l'aide des habitants eux-mêmes, comme le montre la Fig.14. On retrouve donc ici les notions de partage, de communs et de lien à l'espace qui sont des notions inhérentes au *design social*. Il y a très clairement une visée sociale mise en œuvre par le biais d'un design simple et à petite échelle qui sert de moyen, de support.

Tout d'abord, parlons du *design éco-social*. Partie du titre de la thèse<sup>31</sup> de Ludovic Duhem, celui-ci renvoie à toutes pratiques ayant pour intérêt premier les usagers, avec une pensée sous-jacente autour de l'écologie dans son sens premier, mais aussi autour de l'écologie « politique » ayant pour but d'amener la question de l'écologie dans le débat public et de légitimer une action politique autonome. L'écologie politique est entendue alors « à la fois comme une approche culturelle de l'écologie appliquée à l'espèce humaine et comme un mouvement social cherchant à transformer la société sur des principes d'harmonie, d'autonomie, de solidarité et de responsabilité.<sup>32</sup> ». Il s'agit de chercher à lutter contre la misère, quelque'elle soit mais principalement contre la misère écologique, sociale et esthétique « imposée par le capitalisme culturel des industries du symbole [...] en renouant le lien avec le milieu<sup>33</sup> ». Dans le *design éco-social* on retrouve alors ces volontés de participation, de partage, d'autonomie et d'utilisation de l'espace qui jalonnent la question du *design social*. S'y ajoute une réelle conviction autour de l'écologie politique qui serait alors une clef permettant la transformation de la société selon les principes souhaités relevant de la question sociale.

Le *design pour l'innovation sociale* quant à lui, même s'il se positionne sur les mêmes volontés de résultat, se sert du design comme d'un outil au service d'initiatives plus que comme une pratique en soi. En effet, dans un article publié en 2014 et intitulé *Making Things Happens: Social Innovation and Design*, le designer Italien Ezio Manzini<sup>34</sup> définit le design pour l'innovation sociale comme « une constellation d'initiatives de design qui visent à rendre l'innovation sociale plus probable, efficace, durable et susceptible de se propager ». Le design est alors l'outil qui va permettre à une discipline de l'ordre du social qui est « l'innovation sociale » de se développer et de perdurer. Cela induit l'utilisation du design comme permettant d'appliquer des schémas de durabilité et de conception qui lui sont propres, pour les transférer à un autre domaine et permettre à celui-ci de s'amplifier. Cette vision d'un design appliqué à des questions sociales rejoint la vision anglo-saxonne du *design social*, plus pragmatique que la vision française et qui considère davantage le design comme un outil que comme une fin. Par exemple, l'organisme à but non lucratif *ShiftDesign* basé en Angleterre, aux Pays de Galle, ainsi qu'aux États-Unis, regroupe des chercheurs, des concepteurs et des constructeurs de projets qui ont pour but d'aider à résoudre les problèmes sociaux. À l'aide de gros sponsors, tels que Google, JustEat ou encore Stanford, l'organisme est parvenu à mettre en place une stratégie de conception basée

Des designs tournés vers l'humain -  
La multiplication des formes de prises  
en compte de l'humain à travers le design

sur l'utilisateur et sur la recherche, même si le partenariat avec certaines de ces entreprises peut sembler antinomique avec les problématiques sociales questionner par *ShiftDesign*. Cependant, il s'agit de créer des solutions qui répondent aux besoins de l'utilisateur, qui soient durables sur le plan financier et qui aient un impact social profond dans des domaines tels que le handicap, l'obésité et l'isolement. C'est cet engagement financier et durable qui peut justifier la collaboration avec des entreprises telles que Google. En effet, ces entreprises peuvent participer aux financements des projets et à inclure les solutions proposées en les implantant de façon durable. En Angleterre, il semble donc que le *design social* soit plus proche de ce que nous appelons, en France, le *design pour l'innovation sociale* puisqu'il cherche à aider un changement profond en pensant aussi l'économie et les grandes entreprises, plutôt qu'à s'inscrire dans une pensée contestataire reflétée par des codes graphiques précis. La distinction entre les deux terminologies disparaît donc, en Angleterre, pour faire un *design social* en lien avec des organismes, dans une pensée globale d'adaptation pour un travail social à plus grande échelle. En France, le *design pour l'innovation sociale* reste la forme de design à vocation « sociale » la plus courante même si son rapport au marché est plus complexe que pour les autres formes de *design social*. En effet, il peut aussi bien s'inscrire dans un contexte institutionnel public que dans un projet réunissant acteurs sociaux, institutions publiques et entreprises privées. Bien sûr, sa finalité n'est pas économique mais il s'agit toutefois d'une démarche qui suppose une commande et une transaction : la démarche entre alors dans le cadre des échanges marchands. Cependant, le *design pour l'innovation sociale* a tout de même pour but de créer des objets et des services qui peuvent transformer les relations pour viser le bien-être des individus, ce qui le place dans un souci de responsabilité sociale envers les usagers finaux, malgré le fait qu'il soit directement lié aux échanges marchands.

Dans un tout autre registre, mais conservant des préoccupations « sociales », le *design universel* revendique de s'adresser à tous, c'est-à-dire de créer des objets ou des services qui peuvent être utilisés par tous, « sans nécessité ni adaptation ni conception spéciale<sup>35</sup> ». On cherche donc à inclure la notion d'intégration dans la réflexion et à anticiper au maximum lors de la conception. Cependant, même si cette forme de design intègre des principes fondamentalement sociaux, elle peut aussi être à l'origine de produits à bas prix issus de la production industrielle de masse (moyen de production très éloigné des questions sociales) ou encore de sous-produits et catégories qui permettent de proposer des solutions « adaptées à tous ». Ce type de design, malgré le fait qu'il intègre la problématique sociale de l'inclusion la plus totale possible, ne prend donc pas nécessairement en compte des problèmes sociaux tels que l'aliénation des consommateurs induite par la production industrielle de masse, la recherche autour de l'émancipation ou encore le partage de connaissances entre acteurs du projets ou usagers finaux. Cet engouement pour le système industriel et pour la production industrielle de masse

Des designs tournés vers l'humain -  
La multiplication des formes de prises  
en compte de l'humain à travers le design

<sup>31</sup> *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>32</sup> Ludovic Duhem. *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, p.11, 2018

<sup>33</sup> *Ibidem*.

<sup>34</sup> Ezio Manzini (né en 1945) est un sociologue du design ainsi qu'un professeur italien de l'École Polytechnique de Milan. Il est connu pour ses recherches sur le *design pour l'innovation sociale* et pour le développement durable.

<sup>35</sup> Précision apportée au sujet de la « conception universelle » par la Convention de l'ONU, article 2.

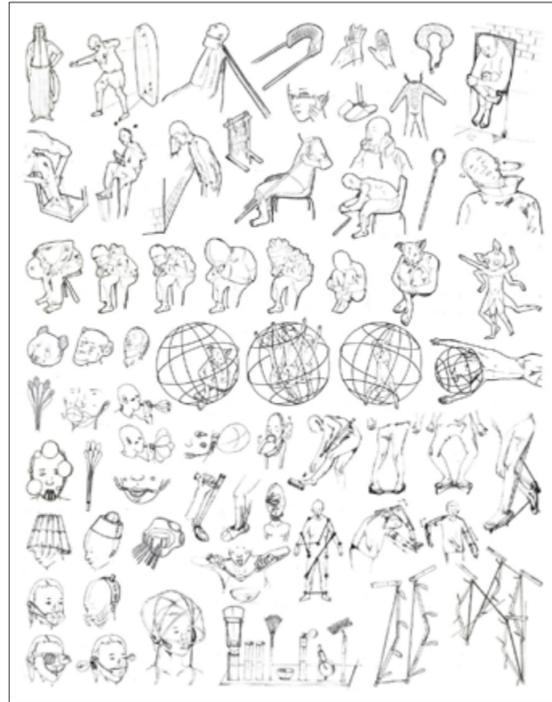


Fig.14

peut avoir un effet néfaste: c'est-à-dire le renforcement de l'aliénation des consommateurs. En réponse à ce travers dans la pratique de *design universel*, certains étudiants et designers travaillent à des objets qui s'adresseraient à tous sans nécessité d'adaptation mais qui s'éloigneraient néanmoins du domaine de l'industrie. Par exemple, Wei Lui Wang, pour son projet de diplôme passé à l'Academy Eindhoven en 2014, a imaginé une série d'objets plutôt artisanaux adaptables à plusieurs situations ou handicaps. Ainsi, il réouvre la pratique de *design universel* en tentant de lutter contre les problèmes soulevés par les volontés de cette forme de design. En effet, imaginer des projets artisanaux permet de s'affranchir du risque d'aliénation des consommateurs et le travail autour des handicaps permet de remettre en jeu la question de l'émancipation de l'utilisateur final en lui autorisant certains actes ou mouvements dont il était privé sans l'objet.

Ces différents exemples font état d'un questionnement dépassant la définition du *design social* et s'intéressant plutôt aux sens du social pour le design dans le terminologie de « design social »

En effet, sa compréhension et son application divergent en fonction de la forme de design à visée « sociale » mais aussi des différents projets. Le *design social* se fonde sur l'utilisation de moyens sociaux à des fins sociales. Certaines de ces pratiques n'utilisent cependant pas de moyens sociaux, mais ont des finalités sociales, tout du moins répondent à des volontés sociales. Le résultat de celles-ci est contestable, comme dans l'exemple du *design universel*. Ce constat montre que le « social » peut être compris de diverses façons mais aussi que le « social » dans les pratiques de design ne se fonde pas nécessairement sur l'utilisation de moyens sociaux à des fins sociales. Il s'agit alors de déterminer ce que le « social » peut signifier dans un questionnement et une pratique de design.



Fig.15

Fig.14 Wei Lui Wang, *The other tutorial*, Academy Eindhoven, 2014

Fig.15 Wei Lui Wang, *The other tutorial*, Academy Eindhoven, 2014

# B ■ Les sens du "social" dans le travail de design

En effet, beaucoup d'approches contemporaines du design tournent autour de la question du «social». De plus, le postulat dont part cette recherche évoque le fait que tout design est fondamentalement social puisqu'il répond à des besoins identifiés et vise à simplifier les usages du quotidien. Pour déterminer les sens que peut avoir le «social» dans un questionnement et une pratique de design, il est essentiel de décortiquer les différentes significations du terme «social».

L'idée qu'il existe une «vie sociale»: une vie qui concorde, remonte bien plus loin, à la Grèce Antique, notamment à Aristote dans son ouvrage *Politique*. Mais le «social» vient du latin *socius*, et de son dérivé *socialis* qui désigne d'abord les alliés en contexte militaire et le compagnon en contexte affectif. Ce terme a également une signification plus générale pour qualifier une personne «capable de vivre en société» et donc une personne «sociable». Au Moyen-Âge et à la Renaissance, le Français «sociel» puis «social» conserve ces trois significations avec une prédominance pour le sens moral de ce qui lie et engage. Mais la définition même du «social» comme étant la vie des hommes en communauté organisée arrive à la fin de l'Âge Classique pour s'épanouir avec les théories philosophiques et juridiques du siècle des Lumières. Cependant, c'est avec la révolution industrielle et les effets désastreux de celle-ci sur la masse ouvrière que le terme «social» devient une «question fondamentale au XIX<sup>e</sup> siècle<sup>37</sup>». À partir de cette époque, la «question sociale» mobilise donc des générations de penseurs, de travailleurs et de militants à travers des livres, des débats, des luttes et des révolutions politiques qui tendent vers une société équitable et juste pour tous.

Au-delà de l'étymologie et de l'histoire du terme «social», on peut lui appliquer différents sens tels que le sens sociologique, le sens économique ainsi que le sens critique. Ces différents sens éclaircissent le terme «social», ainsi que son apposition au terme «design». Par extension, l'exploration de ces sens peut permettre de déterminer le sens du «social» dans le terme *design social* et ainsi, le sens même de cette terminologie.

« Toutes les approches contemporaines du design tournent autour de cette idée que le design a une finalité sociale. Mais, puisque tout design est social, comment et pourquoi parler de "design social" ?<sup>36</sup> »

Tout d'abord, le premier sens du «social» est sociologique et il désigne, par définition, l'ensemble des relations entre individus vivants en société. La sociologie est une science qui a été créée au XIX<sup>e</sup> siècle pour expliquer et analyser comment la société se forme et se transforme en fonction des comportements individuels et réciproquement. La sociologie s'affirme comme la «science du social» et s'est structurée «autour de la problématique du primat du "social" ou de l' "individuel" dans la constitution et l'évolution des sociétés.<sup>38</sup>». C'est-à-dire que la sociologie est une science qui réfléchit à l'impact qu'ont la condition individuelle et la condition sociale dans tout ce qui concerne une société. Cependant, dans la sociologie, plusieurs courants se détachent et n'ont pas la même vision de ce à quoi doit servir celle-ci. L'un de ces courants est le *holisme* qui apparaît au début du XXI<sup>e</sup> siècle et qui considère que le «social» est une totalité autonome qui détermine les conduites individuelles alors que *l'individualisme méthodologique* considère que ce sont les différentes conduites individuelles, par régulation de leurs actions, qui constituent le «social». Le *holisme* est issu des *Règles de la méthode sociologique* de Durkheim et considère que le «social» est l'ordre spécifique de la conduite des individus dans une société donnée. Tout ce qui est de l'ordre des faits sociaux est alors considéré comme des «choses déterminées par des causes pouvant faire l'objet d'une description objective et s'énoncer sous forme de lois<sup>39</sup>». C'est-à-dire que le tout de la société a plus d'importance que la somme de ce qui la constitue. Pour cet autre courant sociologique qui est *l'individualisme méthodologique*, le «social» n'est pas extérieur aux individus mais il est l'addition des conduites et des relations individuelles, résultat d'une série de choix rationnels. Comprendre le «social» veut donc dire qu'il faut comprendre la rationalité sociale. Ce courant met en place une pensée qui est à l'inverse de celle du holisme. D'autres théories, telles que les théories *constructivistes* et *interactionnistes* cherchent à dépasser ces visions pour «intégrer les représentations et les significations dans l'analyse des actions et des structures<sup>40</sup>». Ces deux théories refusent d'accorder un primat à l'«individuel» ou au «social» et insistent plutôt sur le fait qu'il y a une structuration réciproque entre conduites individuelles et structure sociale. L'un ne résulte pas de l'autre mais les deux se construisent ensemble. À partir de travaux tels que ceux de Bourdieu, ces théories cherchent à rompre avec d'anciens dualismes comme ceux qui opposent objectivisme et subjectivisme, société et individu.

Mais le «social» a également un sens économique qui apparaît avec l'irruption de la «question sociale» au XIX<sup>e</sup> siècle et qui désigne le secteur social. Ce sens est devenu, au fil du temps, le sens courant du terme «social», c'est-à-dire qui désigne l'ensemble des dispositifs d'aide et d'assistance pour pallier les inégalités produites par la société. Ici, le «social» se distingue du «sociétal» puisqu'il n'est plus un ordre spécifique des résultats des interactions entre individus et structures, mais plutôt un ensemble de problèmes résolus par des droits nouveaux et des prestations garanties par l'État.

<sup>36</sup> Stéphane Vial. *Le design*. Puf. Que sais-je?, 2017

<sup>37</sup> Ludovic Duhem. « Le sens du social pour le design ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>38</sup> *Ibidem*.

<sup>39</sup> *Ibidem*.

<sup>40</sup> *Ibidem*.

Le dispositif « social » est alors la réponse économique, juridique et technique aux problèmes issus d'un dysfonctionnement majeur de la répartition des richesses lié au développement du capitalisme industriel qui a entraîné une paupérisation de masse, au contraire d'une vie digne et protégée pour tous. La « question sociale » devient donc, au XIX<sup>e</sup> siècle, une question qui touche la société entière et qui n'est plus seulement un problème local. Cette vision du « social » par le prisme économique est la vision du « social » que nous avons tendance à privilégier : des dispositifs et des structures financés qui pallient à un dysfonctionnement.

Loin du sens sociologique du « social » qui réfléchit, dans tous ses courants, à la relation entre l'individu et la société, le sens économique s'applique à instaurer des solutions économiques et juridiques à des problèmes identifiés à l'échelle de la société.

C'est pourquoi on observe le cas de l'ESS<sup>41</sup>, qui semble être, tout comme le *design social*, une forme de réponse à la « question sociale ». En effet, la capacité d'innovation sociale est mise en avant dans le *design social* et l'ESS, malgré des moyens différenciés. L'ESS est littéralement l'*Économie Sociale et Solidaire*, elle regroupe un ensemble d'entreprises de différentes formes (mutuelles, associations, fondations, coopératives, etc.). L'article 15 de la dernière loi relative à l'ESS définit l'innovation sociale comme « un "projet d'une ou de plusieurs entreprises consistant à offrir des produits ou des services" qui soit répond à "des besoins sociaux non ou mal satisfaits, que ce soit dans les conditions actuelles du marché ou dans le cadre de politiques publiques", soit répond à des besoins sociaux par une forme innovante d'entreprise, d'organisation du travail, par la participation des bénéficiaires<sup>42</sup> ». Ces entreprises sont engagées dans leur manière de produire et de consommer et cherchent à concilier les activités économiques et l'utilité sociale, avec pour ambition de « créer des emplois et de développer une plus grande cohésion sociale<sup>43</sup> ». Il y a donc une réelle conscience de la « question sociale », même au sein des entreprises, qui rejoint la vision du *design social* anglais dans la mesure où nous nous trouvons alors dans une recherche de solutions pour créer un changement social durable à l'aide de l'économie. De plus, ces entreprises s'inscrivent dans une réflexion qui, comme nous l'avons vu précédemment, est présente dans le travail de design depuis plusieurs décennies. La nouveauté est l'inscription de cette réflexion dans le cadre de l'entreprise, hors des champs du design. Nous avons donc là la preuve que le « social » prend,

Des designs tournés vers l'humain -  
Les sens du "social" dans le travail de design

aujourd'hui, une place très importante en s'immerçant dans tous les domaines de production et de consommation, ce qui est lié au contexte politique de division des populations et de mal-être qui s'étend.

Toujours pour tenter de tisser un lien entre le « social » et le contexte politique, on remarque des structures qui prennent le devant dans la question du *design social* et institutionnalisent, en quelques sortes, cette pratique. Cette institutionnalisation peut permettre de faire entrer le *design social* dans un cadre plus normé et donc, de lui donner une place plus importante dans les champs du design. Cependant, elle peut aussi entraîner une perte de sens puisqu'elle fait d'une pratique plutôt contestataire, un objet d'institution. Dans ce cas, nous pouvons relever l'exemple des *Ateliers Médicis* qui se définissent eux-mêmes comme « une aventure culturelle inédite<sup>44</sup> ». Les *Ateliers Médicis* sont un lieu de recherche, de création et de partage situé à Clichy-sous-Bois et Montfermeil. Sur ces premières notions, ils sont tout à fait liés aux processus de création d'un travail en *design social*. Les *Ateliers Médicis*, lieu du Grand Paris de la culture financé par la région, le ministère de la culture, la mairie de Paris ainsi que les villes dont il est question (nous avons là encore une question économique qui permet à la structure de s'étendre), se développent progressivement jusqu'en 2024 dans une volonté d'apporter la culture dans des lieux où celle-ci n'est pas particulièrement présente. En effet, depuis 2016, la création de cet « établissement public de coopération culturelle<sup>45</sup> » porte une double ambition : développer un établissement dédié à la jeune création, aux émergences artistiques et culturelles, mais aussi expérimenter et concevoir à partir de Clichy-sous-Bois et de Montfermeil. Ils participent ainsi « au développement, au désenclavement et à l'ouverture d'un territoire concerné par une importante opération de renouvellement urbain<sup>46</sup> ». Plusieurs des aspects de ce projet peuvent donc être assimilés à des finalités sociales mais les moyens le sont-ils également ? Nous avons identifié plus tôt que les moyens sociaux pouvaient être de s'implanter dans un territoire en particulier et de travailler avec et pour ses usagers à l'aide de matériaux « pauvres » et non-issus de l'industrie. Pour la plupart de ces moyens, le lieu remplit le contrat. Cependant, en lui-même, nous ne pouvons pas dire que ce lieu soit un lieu de *design social*, il est plutôt une institution, une initiative politique (qui peut être à l'origine de projets sociaux) comme le sont les entreprises de l'ESS, qui cherchent à mettre en avant la « question sociale ». Les *Ateliers Médicis* permettent et invitent donc des acteurs du *design social* pour qu'ils s'implantent sur le territoire en question et qu'ils y mènent des projets qui là, répondent aux moyens sociaux à des fins sociales. Là encore, le sens économique du « social » est important pour le développement de réponses aux conditions que nous vivons, ce qui tisse à nouveau un lien avec la question politique.

Dans cette problématique d'un lien entre l'essor du « social » et la question politique et après le sens sociologique et le sens économique du terme « social », il semble essentiel

Des designs tournés vers l'humain -  
Les sens du "social" dans le travail de design



Fig.16



Fig.17

Fig.16 Ateliers Médicis, Clichy-sous-bois, Montfermeil, 2017

Fig.17 Ateliers Médicis, Clichy-sous-bois, Montfermeil, 2019

<sup>41</sup> ESS signifie « Économie Sociale et Solidaire »

<sup>42</sup> Sylvain Celle. « L'ESS et le design social en situation de crise - un détour par l'innovation sociale ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>43</sup> D'après le site de l'ESS : <http://www.esspace.fr/presentation-de-l-ess.html>

<sup>44</sup> D'après le site : <https://www.ateliersmedicis.fr/article/le-projet-8529>

<sup>45</sup> *Ibidem*.

<sup>46</sup> *Ibidem*.

d'évoquer le sens critique qui apparaît ici comme fondamental dans ce qu'est et ce que peut représenter le *design social*. Cependant, par critique, il faut comprendre une théorie, une pratique, un positionnement qui remet en question l'ordre établi. Plus précisément, est critique ce qui est « une dénonciation de ce qui est et une revendication de ce qui devrait être<sup>47</sup> » et pas seulement une opposition à une situation ou à un État. Distincte de la contestation ou encore de la rébellion qui s'opposent brusquement et sans programme, il s'agit, dans la critique, d'étudier les conditions, de chercher les raisons des causes, dans le but de proposer une solution alternative qui pourrait permettre de modifier le comportement dans une situation donnée. En lien avec la question de la politique qui surgit dans le sens économique du « social », la « critique sociale » a alors pour but de transformer le « social » pour que chacun puisse apprécier une vie humaine digne et protégée. Dans cet objectif, la « critique sociale » donne des raisons de changer les structures existantes et les modalités des relations entre les individus, en dévoilant une critique des représentations, des valeurs utilisées par les institutions et en analysant des pratiques qui pourraient être émancipatrices ou des concepts de luttes. Historiquement, la « critique sociale » est attachée à une tradition marxiste, socialiste et anarchiste et se définit « comme une théorie générale de l'émancipation contre le capitalisme industriel<sup>48</sup> ». Nous sommes donc dans un raisonnement bien différent de celui du sens économique qui se développe avec l'essor de la « question sociale », mais plutôt dans une vision qui remet en cause l'ordre établi et qui, par là même, peut côtoyer des idées révolutionnaires. La « critique sociale » a trouvé sa légitimité sociale dans les luttes ouvrières et les révolutions populaires en Europe, en Amérique latine et en Russie. Cependant, avec l'échec relatif de Mai 68 et la chute du mur de Berlin en 1989, la croyance en le communisme pour une émancipation totale du capitalisme n'a pas tenu. C'est là l'apparition d'une « nouvelle critique » et, avec celle-ci, de nouveaux concepts.

Parmi eux, le concept d'*aliénation* qui, en plus de la dimension économique du terme d'émancipation, permet d'unifier les différentes luttes (féministe, post-coloniale, écologique, étudiante ou encore, aujourd'hui, pour les migrants) dans lesquelles les individus peuvent se sentir, au-delà d'exploités, aliénés ou encore dépossédés de ce qu'ils ont ou de ce qu'ils sont. Cette « nouvelle critique » a également un rapport différent au pouvoir: lié à la multiplication des formes de pouvoir, il ne s'agit plus d'une volonté de faire disparaître l'État et son pouvoir répressif, mais plutôt de reconfigurer les conditions des luttes sociales pour « élaborer des stratégies "indirectes" visant un contournement du rapport de force ou des luttes micro-politiques et des résistances locales, sans pari nécessaire sur la contagion généralisée dans un monde capitaliste devenu "cognitif" selon Moullet-Boutang ou "immatériel" selon Gorz ou encore "hyper-industriel" et "structurellement structurel" selon Stiegler<sup>49</sup> ». Ce dernier sens du « social » nous permet de tisser plus profondément le lien entre celui-ci et la politique, et de rendre compte du lien entre

<sup>47</sup> Ludovic Duhem. « Le sens du social pour le design ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>48</sup> *Ibidem*.

<sup>49</sup> *Ibidem*.

*design social* et politique. Comme nous l'avons vu, le *design social* est une pratique qui se doit d'employer des moyens sociaux à des fins sociales: le sens critique du « social » nous permet d'identifier plus précisément ce que peuvent être les finalités sociales. Et celles-ci sont intimement liées à la politique dans la mesure où elles concernent, par le biais du sens critique du « social », une réflexion autour des conditions de vie à travers l'ordre établi et les institutions en place.

Dans les champs du design, et plus particulièrement dans ce que l'on appelle le *design social* et les initiatives qui en ressortent, on retrouve de nombreuses tentatives critiques, sous différentes formes. Celles-ci tentent de proposer des solutions à des problèmes identifiés dans des lieux particuliers en utilisant le design et les compétences de conception et de réflexion de multiples corps de métiers liés à la création.

*Khiasma* est l'une de ces initiatives locales qui cherchent, à travers les champs du design et de la création à créer des lieux de partage, de découverte et de rencontre en employant des moyens sociaux. Il s'agit plus d'un espace, d'un phénomène que d'une œuvre de design à proprement parler. Cependant, il me semble que *Khiasma* ait sa place ici, dans la mesure où elle utilise des moyens sociaux à des fins sociales tout en associant le sens économique ainsi que le sens critique du terme « social ». Économique car *Khiasma* est une association qui a été fondée en 2001 par Olivier Marboeuf (actuellement auteur, producteur chez Spectre et commissaire d'exposition indépendant) devenu Centre d'Art Contemporain en 2004. Et critique puisque le lieu est une tentative de réponse aux problèmes identifiés: un lien distendu entre les habitants, entre les habitants et leur territoire mais aussi entre les habitants et les structures associatives, et une difficulté d'accès à la culture. L'espace est donc un lieu de travail et de rencontre cherchant à fabriquer des situations, à apporter la culture dans des moments de partage, de réflexion, de pratique mais aussi de recherche. *Khiasma* multiplie les démarches et crée des situations de cultures éphémères sous forme d'ateliers, de performances, de débats, de programme pour le jeune public, d'expositions, de projections, etc. Cette multiplication des situations et des démarches permet au lieu d'attirer des publics très différents, notamment les habitants de la banlieue qui ne sont pas forcément familiers à ce type de démonstration. Mais l'activité de ce Centre d'Art Contemporain ne s'arrête pas là, elle s'étend aux quartiers populaires en général, aux écoles, foyers de travailleurs, maisons de retraites, centres de soins, entre autres, toujours dans le Nord Est parisien dans lequel plusieurs



Fig. 18



Fig. 19



Fig. 20



Fig. 21



Fig. 22



Fig. 23

liens doivent être recréés, renforcés. Dans ce cas, le design permet d'attirer les usagers et de mettre en place les espaces nécessaires aux rencontres. À travers les situations générées par l'espace *Khiasma*, un lien se tisse entre les habitants et le lieu, qui devient, non seulement un lieu de proximité, mais également un lieu de découverte et de rencontre. Par exemple, la fête de clôture du Centre d'Art Contemporain, en octobre 2018, a permis de rassembler les habitants du quartier, les membres d'associations, les jeunes et les amis au sein de la structure et à l'extérieur. Témoignages du lien à la structure, repas, exposition, tout a été rassemblé pour permettre aux gens de continuer à tisser du lien malgré l'occasion et au-delà du lieu. *Khiasma* me semble alors être un projet de *design social* dans la mesure où il est une tentative critique au regard d'un problème identifié sur un territoire, mais également parce qu'il convoque le design comme un moyen de faire du social et de rendre pérennes ces initiatives et leurs conséquences.

Au sein de ces multiples formes de tentatives critiques dans le champ du design et donc du *design social*, on peut également parler de *European Canteen* par le collectif Talking Things, résultat de la proposition de l'association Equama qui propose d'expérimenter de façon rapide mais pas moins sensée, de nouveaux usages de l'espace public. *European Canteen*, tout comme *Khiasma* est un lieu, un phénomène qui s'implante dans le quartier européen bruxellois qui « souffre d'un espace public inhumain coincé entre des grands projets architecturaux de l'administration européenne<sup>50</sup> ». La première expérimentation est donc *European Canteen*, ce mobilier éphémère en kit qui, une fois monté, devient un événement social: partager une table publique en est l'enjeu. Il y a une centaine de tables modulables permettant d'aménager l'ensemble de nombreuses manières, à de nombreux endroits. Le montage est très simple, ce qui accentue la possibilité d'implanter le projet n'importe où, presque « au besoin », au gré de la vie sociale du quartier. Le projet est donc fortement tourné vers le sens critique du terme « social » puisque, comme *Khiasma*, il part du constat d'un lien social distendu, d'un lieu déshumanisé et tente de proposer des solutions pour remédier au problème identifié, mais l'importance de la présence du design dans ce projet est plus flagrante. Ici, le design permet le projet. La conception est issue du design et permet de faire sens dans ce qui est le « social ».

Les trois sens du « social » ainsi que les exemples évoqués peuvent nous amener à tisser des différents liens à travers ce que l'on nomme *design social*. Cependant, ces constats ne nous permettent pas encore de déterminer pourquoi appeler ainsi une pratique de design à proprement parler - puisqu'il ne semble pas s'agir d'un design dont la caractéristique principale serait d'être social - mais nous éclairent sur les sens que peut avoir le social dans le design, et sur l'apport que peut représenter le design dans un projet social. Notre étude des différents sens du terme « social » nous permet également d'affirmer que la politique, en son sens large, s'inscrit dans chacun d'entre eux. C'est par ce lien particulier que le *design social* a donc, lui aussi, un lien avec elle.

« La capacité à “faire événement social” relève de la simplicité d'usage de *European Canteen*, mais également des possibilités que chacun a de se l'approprier.<sup>51</sup> »

Fig.18 *Khiasma, Exposition*, Les Lilas, 2018

Fig.19 *Khiasma, Discussion et recherches*, Les Lilas, 2018

Fig.20 *Khiasma, Fête de clôture*, Les Lilas, 2018

Fig.21 *Khiasma, Fête de clôture*, Les Lilas, 2018

Fig.22 Talking Things, *European Canteen*, Bruxelles, 2014-2015

Fig.23 Talking Things, *European Canteen*, Bruxelles, 2014-2015

<sup>50</sup> D'après le site : <http://www.plateforme-socialdesign.net/fr/decouvrir/european-canteen>

<sup>51</sup> D'après le site : <http://www.plateforme-socialdesign.net/fr/decouvrir/european-canteen>

# C ■ Le design "social", un design d'actualité

Si le *design social* est une pratique de design qui se base sur les sens du « social », nous pouvons en déduire, grâce à l'exploration des sens en question, qu'il est une pratique de design d'actualité. En effet, nous avons pu constater que le « social » est une notion qui, très logiquement, évolue avec la société. Mais également que le design peut être un véritable atout dans la conception de projets à buts sociaux. Ce sont les « questions nouvelles sur le "social" lui-même [qui permettent] de mieux comprendre en quoi le design, selon une définition ouverte et un sens pluriel, peut contribuer à le reconstruire en le repensant par la création et la critique<sup>52</sup> ». L'acte de *design social*, qui entraîne des formes authentiques de design est un acte qui n'est pas uniquement social mais qui est aussi critique et nécessairement tourné vers le vivre ensemble.

En effet, le design a proprement parler est, aujourd'hui et pour la plupart des usagers, entendu comme un procédé ayant avant tout pour but d'appliquer de belles formes à des objets utiles dans un processus induisant la consommation à grande échelle. Le *design social* nécessite donc de repenser le design puisque si nous conservons sa définition stricte, alors « parler de "design social", ce serait ainsi vouloir appliquer à la société elle-même cette ambition d'une belle forme. La société est-elle donc un objet susceptible de recevoir une belle forme?<sup>54</sup> ». Là, se trouve un enjeu politique de taille puisque l'application d'une belle forme à la société a été la volonté de nombre de régimes totalitaires. Cependant, le *design social* « n'est pas un design au sens strict du terme. À la différence de la politique, mais au service de cette dernière, le *design social* consiste à créer des environnements ou des milieux non seulement confortables mais aussi conviviaux, c'est-à-dire susceptibles de favoriser le partage et la participation de chacun à la vie sociale.<sup>55</sup> ». La volonté du *design social* ne se situe pas dans la recherche de belles formes qu'il s'agisse d'objets ou de la société, mais est plutôt d'utiliser le design au service de la société. Son enjeu est d'élaborer des projets, permettant de combler des manques et des besoins identifiés, pour et avec les usagers. Le design devient alors le moyen de la finalité sociale. Cependant, ce constat peut sembler contradictoire avec la façon dont nous avons défini le *design*

**« Une pratique du design authentique ne peut être autrement que sociale et critique. Elle est sociale par nature et critique par nécessité. Telle est la voie de l'unité renouvelée du design pour le XXI<sup>e</sup> siècle. <sup>53</sup> »**

<sup>52</sup> Ludovic Duhem. « Le sens du social pour le design ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>53</sup> Gauthier, Proulx et Vial (2015) dans : Sylvain Celle. « L'ESS et le design social en situation de crise - un détour par l'innovation sociale ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>54</sup> Jean-Hughes Barthélémy. « "Design social" : une analyse critique ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>55</sup> *Ibidem*.

<sup>56</sup> *Ibidem*.

*social* précédemment. En effet, nous avons défini celui-ci comme une forme de design qui emploierait des moyens sociaux à des fins sociales. C'est pourquoi il semble nécessaire ici de revenir sur un point : les moyens sociaux ne sont pas forcément l'outil. Ce qui importe c'est la manière dont ceux-ci sont utilisés, c'est-à-dire, par quels biais on va utiliser le design à des fins sociales. C'est cette volonté de fins sociales, de contact direct avec l'utilisateur, et de création de milieux susceptibles de favoriser la vie sociale d'un lieu qui fait sortir le *design social* du cadre du design. En effet, il ne s'agit plus nécessairement de créer des objets, des bâtiments ou des supports utiles et fonctionnels mais plutôt de créer des moments qui puissent être à l'origine d'un mouvement dans la vie sociale d'un lieu.

Les projets *Khiasma* et *European Canteen* sont l'exemple même de l'usage du design comme moyen de projets à finalités sociales. Tous deux font passer le design en arrière plan, c'est-à-dire qu'ils ne le mettent pas spécialement en lumière, au profit d'une volonté prédominante de créer des milieux « susceptibles de favoriser le partage et la participation de chacun à la vie sociale.<sup>56</sup> ». Ils mettent en place les moyens sociaux que sont la discussion avec les usagers, la création en lien avec ceux-ci et leur quotidien, et l'inscription du projet dans un territoire particulier.

Cependant, il existe également des projets de *design social* qui sont, de façon beaucoup plus évidente, des projets de design. Ils ne font pas de celui-ci simplement un moyen, un outil, ils s'en saisissent de façon concrète, mais en détournent l'usage final pour que cette même finalité soit sociale.

C'est le cas du projet de diplôme *Take Time* d'Anais Vandeweghe mené en 2015 dans le cadre du Campus de la Fonderie de l'image. Ce projet est un projet d'affiche. Jusque là, rien de nouveau. Cependant, il est un projet d'affiche qui réagit à la trop grande quantité de messages dans l'espace public. Cette quantité engendre une inattention chronique chez l'utilisateur. Il s'agit donc d'affiches réalisées à partir de verbes d'actions (tels que déplier, déplacer, relier) qui amènent l'utilisateur non seulement à prendre le temps dans l'espace public en lui proposant d'interagir avec le support, mais également à être véritablement le récepteur d'un message. En l'occurrence, ces messages concernent le problème social sur lequel s'attarde Anais Vandeweghe : sur les affiches nous pouvons ainsi lire des phrases aux allures de slogans, telles que « Prenez possession de la communication de l'affiche ! Servez-vous », « Vous êtes libre de choisir ce que vous voulez voir » ou encore « Le temps



Fig.24

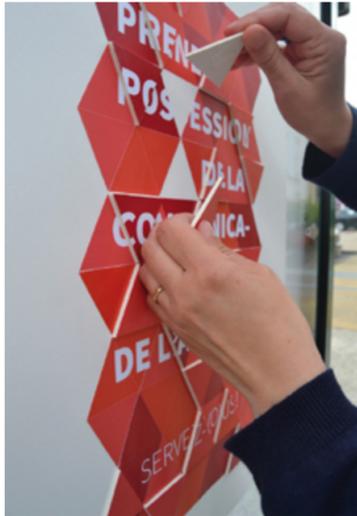


Fig.25

manque pour tout» extrait de *Le lys dans la vallée* d'Honoré de Balzac, qui semble s'adresser directement à l'utilisateur interagissant avec l'affiche. Le projet est donc un support de design, graphique plus précisément, mais il met également en œuvre des moyens sociaux en choisissant de s'attarder sur un problème lié à la vie sociale. Il met en œuvre des outils simples qui ne peuvent ni constituer un frein, ni entraver l'interaction avec l'utilisateur. Au contraire, le temps est rendu à l'utilisateur dans l'espace public.

Dans le *design social* il est donc question d'actualité. Il est question de réfléchir autour de sujets liés à l'actualité, à la société qui nous est contemporaine et de mettre le design au service de cette visée politique. Cette pratique du design est issue des pratiques qui émergent après l'ère moderne et qui s'inscrivent dans les contextes de changements politiques, culturels et sociaux d'envergure. En France, le *design social* s'inscrit dans un héritage du design qui voit le jour dès la fin des années 1960. On s'approprie les compétences de design pour les modifier et les libérer, afin de permettre l'expression et d'étendre la communication dans les cadres culturels, politiques et sociaux.

Aujourd'hui, des structures et initiatives permettent l'extension du *design social* mais également le recensement des différents projets qui s'inscrivent dans cette pratique. C'est le cas de la *Plateforme Social Design* qui «recense, promeut et tente de décloisonner entre elles les pratiques de ces concepteurs<sup>57</sup> d'innovation culturelle et de transformations sociales<sup>58</sup> ». Cette plateforme recense donc de nombreux projets qui, chacun à leur façon, entre dans ce que l'on appelle le *design social* et se posent en « critiques sociales » en s'intéressant à des sujets faisant partie de l'actualité sociale et politique d'un territoire. Ces pratiques sont tantôt des commandes institutionnelles entrant dans le cadre de la « question sociale » et donc de l'actualité (puisque la « question sociale » évolue avec les cadres économique et politique qui eux-même évoluent avec la société) tantôt des pratiques beaucoup plus libres de contraintes, comme nous allons le voir.

En effet, là où le *design social* est le plus marquant dans son lien à l'actualité et là où nous comprenons avec plus d'aisance son essence, c'est dans le cadre de projets dans lesquels on peut ne pas retrouver de façon évidente l'emploi du design et les réflexions qui y sont liées. Le cas de l'affichage sauvage est particulièrement intéressant dans cette direction. En effet, le nombre d'affichages non autorisés augmente un peu plus chaque année et notamment à l'occasion de phénomènes sociaux et/ou politiques particulièrement importants. Les personnalités politiques emploient cette stratégie pour étendre leur influence, les syndicats emploient

Des designs tournés vers l'humain -  
Le design "social", un design d'actualité

cette solution pour communiquer à grande échelle au plus près des populations, etc. Ces supports de communication se multiplient et débordent des emplacements d'affichages prévus à cet effet. Mais les associations emploient également cette stratégie d'affichage sauvage pour défendre des causes sociales qui sont peu médiatisées, ou qui sont tuées, pour diverses raisons et pour lesquelles les solutions proposées sont loin d'être satisfaisantes.

L'exemple parfait de ces affichages sauvages est la campagne contre les féminicides. Des lettres qui semblent tracées à la main, une lettre par feuille, des formats A4 auxquels tout le monde peut avoir accès, la sobriété du noir sur blanc pour l'impact du message et des affichages qui s'étendent en ville et en banlieue pour dénoncer « l'inaction des pouvoirs publics face à l'hécatombe<sup>59</sup> ». Les affiches sont faites par un groupe de femmes qui ne cesse de s'agrandir et qui a vu le jour à l'initiative de Marguerite Stern, ancienne Fémen, qui a senti l'urgence face au nombre grandissant de violences faites aux femmes et de féminicides en France. Le groupe se rejoint dans les combles d'un immeuble parisien pour peindre, discuter des lieux et des nuits d'affichages. Cette campagne s'inscrit clairement dans le champ du design puisque l'on peut sentir une réflexion concernant la mise en forme, la cohérence ainsi que l'impact. De plus, le processus d'inscription et d'affichage est toujours le même, ce qui peut nous amener à penser à la notion de série, ou, en tout cas, à celle de l'unité dans un projet. Comme nous avons pu le constater dans les précédents projets de *design social* analysés, ici, le design n'est pas la première chose à laquelle on pense, il est à la fois placé au second plan tout en étant fondamental à la diffusion du message souhaité.

Le but de ces affichages est de sensibiliser mais également de rendre hommage aux femmes qui n'ont pas eu la chance de se sortir des situations de violences dont elles ont été victimes. Encore une fois, il s'agit de s'implanter dans l'espace pour être au plus proche de l'utilisateur. Mais l'espace sert ici également à donner de l'importance à un message trop peu entendu, trop peu discuté et trop peu solutionné. Au-delà de la notion d'espace, ce projet met en avant d'autres notions fondamentales dans la pratique du *design social* telles que le partage, la participation, mais aussi la diffusion et la parole (deux aspects très présents dans les projets dits de *design social* mais absentes dans des pratiques de design industriel ou d'autres formes de design liées à la consommation). Ces différentes notions font du *design social* un design d'actualité et permettent de le discerner des autres formes de design, même si, par définition, elles ont également une visée sociale. Cependant, nous parlons ici d'un attachement à l'actualité au niveau national alors que le design social s'intéresse aux actualités de territoire bien plus restreints.

C'est le cas du projet *Circulez, il y a tout à voir!* mené par Agrafmobile en résidence aux Ateliers Médicis (Clichy-sous-bois). Ce projet réunit en effet les notions de diffusion, de partage, de participation et de parole « rendue », tout en

Des designs tournés vers l'humain -  
Le design "social", un design d'actualité



Fig.26



Fig.27



Fig.28

Fig.24 Anais Vandeweghe, *Take Time*, 2015

Fig.25 Anais Vandeweghe, *Take Time*, 2015

Fig.26 *Féminicides*, 2019

Fig.27 *Féminicides*, 2019

Fig.28 *Féminicides*, 2019

<sup>57</sup> Ici, on parle de concepteurs et non pas de designers puisque les projets de *design social* sont souvent des projets interdisciplinaires, ce qui leur permet d'être plus sensibles à l'actualité et aux différentes disciplines qui peuvent être utiles à la réflexion mise en place.

<sup>58</sup> D'après le manifeste de la *Plateforme Social Design*: <http://www.pplateforme-socialdesign.net/>

<sup>59</sup> Marie, 20 ans, membre du mouvement d'affichage contre les violences faites aux Femmes. Propos relatés dans l'article: <https://www.lemonde.fr/societe/article/2019/09/14/sur-les-murs-de-paris-des-collages-pour-denoncer-la-persistence-des-feminicides-5510378-3224.html>



Fig.29



Fig.30



Fig.31



Fig.32

prenant vie à une échelle et dans un cadre tout à fait différents. *Circulez, il y a tout à voir!* est un projet qui prend la forme de totems, placés entre Clichy-sous-bois et Montfermeil au printemps 2017. Ces totems étaient constitués de témoignages d'habitants, de dessins de ces mêmes villes, de pictogrammes issus des chantiers, ainsi que d'une phrase écrite par une classe de 6ème et traduite chaque semaine dans une langue différente pendant près de 30 semaines. Il s'inscrit dans l'actualité de ces deux villes qui vont être englobées dans le projet du Grand Paris et qui, du coup, sont envahies par les chantiers et le changement. Il s'agit d'utiliser les matériaux et les signalétiques de chantiers en les mêlant aux usagers par le biais de leurs mots pour recréer un lien avec la ville, mais aussi pour redonner leur place aux usagers dans la ville. Tout comme la campagne d'affichage sur les féminicides, *Circulez, il y a tout à voir!* s'implante dans l'espace et se sert de celui-ci pour délivrer un message. De plus, à la vue du projet et grâce à la médiation réalisée autour de celui-ci, les usagers peuvent se reconnaître ou se projeter dans les récits affichés. Ils se ré-approprient ainsi leur ville tout en s'appropriant les totems (comme nous pouvons le voir fig.29 ou fig.30). Encore une fois, cet exemple nous démontre l'utilisation du design comme un moyen, un outil pour la création d'un projet social.

À travers ces différentes réalisations, nous pouvons avoir la certitude que le *design social* renvoie à un design d'actualité, qui passe par une réflexion critique sociale et politique et s'appuie sur des notions renforçant cet aspect. Ces notions sont la diffusion d'un message, d'une idée, l'acte de redonner la parole mais également le partage et la participation : notions très importantes dans la création d'espaces dédiés et rendus aux usagers. Cependant, le constat que le *design social* est un design d'actualité ne nous permet pas encore de situer suffisamment cette pratique pour justifier la juxtaposition des termes « design » et « social », même si nous parvenons désormais à discerner certaines pratiques qui lui sont liées des autres formes de design. En effet, nous avons vu, jusqu'à présent, que les designs qualifiés d'attentifs à l'Humain, se divisent en de nombreuses disciplines. Celles-ci divergent dans leurs pratiques et les problématiques qui en ressortent ne nous sont pas contemporaines mais sont liées à l'essor du design, au XX<sup>e</sup> siècle. De plus, nous avons pu décortiquer les sens du terme « social », ce qui nous a permis de clarifier, sans pour autant justifier, le lien que peut avoir ce terme avec celui de « design ». Nous sommes arrivés au constat que le *design social* est un design d'actualité lié aux domaines sociaux et politiques, à la vie sociale en générale de territoires plus ou moins étendus, à travers des disciplines liées au « social » telles que la « question sociale » et la « critique sociale ». Malgré le fait que celui-ci ait un lien certain avec le « social », il nous faut alors approfondir ce que représente le *design social* puisqu'il reste à déterminer si ces deux termes, ensemble, signifient réellement ce à quoi ils se rapportent ou s'ils renvoient à un langage politique qui fait de tout travail conscient, un travail social.

**Des designs tournés vers l'humain -**  
Le design "social", un design d'actualité

Fig.29 Agrafmobile, *Circulez, il y a tout à voir!*, Clichy-sous-bois et Montfermeil, 2017

Fig.30 Agrafmobile, *Circulez, il y a tout à voir!*, Clichy-sous-bois et Montfermeil, 2017

Fig.31 Agrafmobile, *Circulez, il y a tout à voir!*, Clichy-sous-bois et Montfermeil, 2017

Fig.32 Agrafmobile, *Circulez, il y a tout à voir!*, Clichy-sous-bois et Montfermeil, 2017

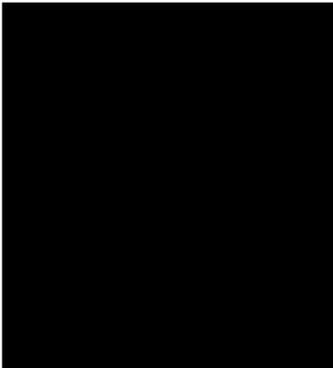


Le *design*

*social*:

**espaces** et

**communs**





# A ■ La pratique du *design social*

Le *design social* est donc une pratique authentique qui s'inscrit dans l'actualité. Par le prisme de l'actualité, elle est une pratique sociale et critique au regard du climat politique<sup>60</sup> qui lui est contemporain. En s'inscrivant dans cette actualité et en se positionnant de façon critique par rapport à celle-ci, le *design social* tourne nécessairement, et comme nous l'avons vu précédemment, autour de notions et d'actes phares qui s'axent autour de la parole, de la diffusion mais aussi du partage et de la participation.

La parole est un facteur essentiel dans le *design social*, elle permet aux usagers de reprendre leur place dans l'espace, de s'exprimer mais aussi d'être « entendu » même si, dans le cas d'un projet de design, le sens convoqué est plutôt celui de la vue. Les actes liés à la parole permettent alors de prendre à partie les usagers, dans une réelle volonté de participation et d'inclusion dans le projet. Dans cette optique, nous pourrions même dire que le projet n'est ni fait avec les usagers, ni pour eux mais que les usagers sont la base même du projet. La diffusion, quant à elle, s'applique aux idées mais aussi à la parole, au discours des usagers dont il est question dans un lieu ou un contexte établi. Elle permet de s'implanter dans l'espace public, de s'y étendre et, par la même occasion, de se le ré-approprier. Le partage et la participation sont liés puisqu'il s'agit, dans le *design social*, de faire participer les usagers pour mettre en place un climat de partage qui s'étend de la conception à l'après, en passant bien souvent par la réalisation. Ces quatre notions rejoignent la question de l'espace, qui est l'un des facteurs essentiels du *design social* : l'espace public est le lieu du design social et participe aux volontés de diffusion et de partage.

En effet, l'espace est ce qui permet d'identifier un projet de ce type et de le discerner d'un projet de design à proprement parler, ou encore d'une autre forme de prise en compte de l'Humain à travers le design. Un projet de *design social* ne se contente pas de s'intégrer à l'espace mais communique avec, d'une certaine façon, puisqu'il y existe mais s'en alimente également. Comme nous avons pu le voir, notamment avec le projet *Circulez, il y a tout à voir !* par Agrafmobile qui a eu lieu à Clichy-sous-bois et Montfermeil, l'espace accueille le projet mais sert aussi de source d'inspiration. En effet, l'identité de ce

« La dimension qu'on pourrait attribuer en plus au terme design social, c'est pour moi la question de l'appropriation. [...] attention particulière à l'implication en amont et une appropriation concrète en aval par les usagers. C'est en cela que réside la singularité du design social.<sup>61</sup> »

<sup>60</sup> Terme polysémique que nous devons entendre ici sous le sens de la civilité. C'est-à-dire qu'il désigne ce qui est relatif à l'organisation et à la gestion d'un État et à l'exercice du pouvoir dans cette organisation.

<sup>61</sup> Malte Martin. « Réinventer l'agora ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>62</sup> *Idem.*

« Je crois à la puissance des mots publics, savants ou ordinaires, qui affirment leur autonomie par rapport aux signes administratifs ou commerciaux dans l'espace public. L'artiste, le designer, peuvent être le vecteur de l'irruption de la parole dans la cité pour provoquer des failles dans l'ordre dominant qui traite les dominés comme des êtres incapables de penser et de parler.<sup>62</sup> »



Fig.33

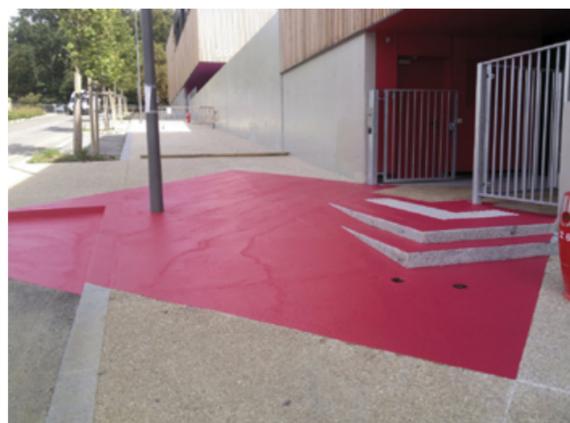


Fig.34



Fig.35

projet tourne autour d'échafaudages, de couleurs oranges fluo ainsi que d'une typographie modulaire, variant chaque semaine, tout comme le territoire en question. L'identité même du projet est inspiré et renvoie à l'espace sur lequel il s'implante. Ceci renforce le discours qui, ici, est de permettre aux usagers de s'exprimer et de s'approprier leur espace malgré les nombreux changements liés à l'arrivée du Grand Paris. Ce discours met aussi en avant le lien aux usagers et la valeur critique du projet : ces totems deviennent des objets importants et attirants, davantage que le paysage environnant.

Dans ce même élan d'investissement d'un espace et de collaboration avec les usagers pour ce même espace, nous pouvons également évoquer tous les projets mené par l'association Agrafmobile de l'Atelier Graphique Malte Martin qui se définit comme une association qui « privilégie des interventions qui s'intègrent dans l'espace urbain et rend accessible la création contemporaine à un large public.<sup>63</sup> ». Agrafmobile a pour objectif de créer des événements dans les domaines de l'art visuel mais aussi du spectacle vivant, ce qui permet de mêler les disciplines pour rendre le projet plus riche. Cette volonté de mélanger les acteurs issus de différents domaines est également une volonté inhérente au *design social* et vise à enrichir la réflexion, mais aussi la conception d'un projet. L'un des projets mené par Agrafmobile et qui retiendra ici notre attention dans l'idée de l'importance du travail dans l'espace comme un travail critique avec les usagers de ce même espace, est *Fais-moi signe*. Ce projet a eu lieu de 2012 à 2014 aux Mureaux, dans le quartier de la Vigne Blanche. Dans un premier temps, il est important de signifier, en lien avec la « question sociale », que ce projet s'est fait dans le cadre d'une commande, ce qui nous ramène une nouvelle fois au sens économique du terme « social ». En effet, il a été initié par le 1% artistique<sup>64</sup> du Pôle Molière aux Mureaux pour un budget de 115 000 euros. Ce qui, une nouvelle fois, nous montre qu'une production quelle qu'elle soit, et aussi sociale soit elle, si elle veut avoir de l'ampleur et de la contenance, a besoin d'être financée. Quoi qu'il en soit, *Fais-moi signe* est une signalétique destinée au Pôle Molière (ensemble de services publics dans un quartier alors en pleine rénovation) qui permet d'incarner l'ensemble du pôle. L'association a donc proposé une signalétique pouvant fonctionner quasiment sans texte, « pour un ensemble qui accueille des enfants en bas âge et de nombreux parents primo-arrivants<sup>65</sup> » dans un souci social, évidemment. La signalétique tourne autour de formes simples, que les usagers peuvent alors s'approprier peu à peu (rond, carré, triangle, etc.). Elle n'est donc pas pensée comme un ajout supplémentaire à un espace public déjà saturé de signes et de messages, mais plutôt comme une interaction, un écho à l'architecture puisqu'elle en épouse les formes. De plus, des rencontres et ateliers ont été mis en place pour introduire la signalétique aux usagers, ce qui renforce l'esprit d'appropriation de l'espace par ces mêmes usagers. Ce projet a également pour volonté de permettre l'interaction : entre l'usager et son espace, entre les usagers, entre le projet et l'espace. Cette interaction au projet rejoint les exemples

Fig.33 Agrafmobile, *Fais-moi signe*, Les Mureaux, 2012-2014

Fig.34 Agrafmobile, *Fais-moi signe*, Les Mureaux, 2012-2014

Fig.35 Agrafmobile, *Fais-moi signe*, Les Mureaux, 2012-2014

<sup>63</sup> <http://www.agrafmobile.net/agrafmobile/quoi>

<sup>64</sup> Le « 1 % artistique » est une disposition légale Française mise en place en 1951 qui permet la création d'œuvres d'artistes-plasticiens contemporains associés à la création architecturale publique. Le « 1 % artistique » a permis, depuis sa création, de financer environ 12 300 œuvres.

<sup>65</sup> D'après le site : <http://www.platfome-socialdesign.net/fr/decouvrir/fais-moi-signe-les-mureaux>

<sup>66</sup> Ludovic Duhem. *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>67</sup> *Idem*.

<sup>68</sup> *Idem*.

<sup>69</sup> *Idem*.

<sup>70</sup> *Idem*.

<sup>71</sup> Malte Martin. « Réinventer l'agora ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>72</sup> Ludovic Duhem. *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>73</sup> Éventualité, possibilité que quelque chose arrive ou non. (Selon le dictionnaire Larousse en ligne)

précédents et intègre l'idée de l'appropriation. Il y a donc, en plus de la finalité sociale visée, une véritable implication par rapport à l'espace ainsi qu'à ses usagers, ce qui permet à la fois d'introduire le projet mais également de le faire vivre avec le lieu.

Les principales notions inhérentes au *design social* se rejoignent donc toutes de façon plus ou moins évidente et forment un ensemble cohérent par rapport à la volonté critique et sociale de la pratique. Ces notions, et plus particulièrement l'attachement à l'espace, font du *design social* une pratique à part. Pour chacun des exemples convoqués dans le corpus, les projets s'inscrivant dans le cadre du *design social* relèvent donc de ce que l'on pourrait appeler des « pratiques situées<sup>66</sup> ». En effet, chacun de ces projets s'inscrit dans un territoire donné, dans lequel est identifié un problème social, culturel et/ou politique auquel les acteurs du projet tentent de répondre par la recherche de solutions en lien avec les usagers de ce même territoire. « Pratiques situées<sup>67</sup> » est un terme issu de la thèse<sup>68</sup> de Ludovic Duhem et désigne ces pratiques propres à des territoires identifiés qui sont de l'ordre du *design social*, puisqu'elles regroupent les notions qui y sont liées, mais dans lesquelles le design peut être simplement un outil et non plus l'essence même du projet, comme pourrait l'être le design dans un projet de design industriel ou de design universel, par exemple. « Situées » pour un lieu en particulier mais également pour l'implication dans ce lieu. En effet, ce sont des « pratiques situées<sup>69</sup> » dans la mesure où les projets s'inscrivent sur un territoire, mais également dans la mesure où ils ont une valeur critique par rapport à ce territoire. Ils ne pourraient pas être transposés ailleurs sans modification, puisqu'ils sont conçus pour et par rapport à lui. Les projets que nous avons convoqués dans le corpus suivent cette logique. Même si les principes de conception et de réalisation peuvent être transposés à d'autres projets, le projet en lui-même reste réalisé sur mesure pour le territoire en question. C'est cette implication dans le territoire qui participe à faire du *design social* une pratique à part, une « pratique située<sup>70</sup> » au-delà d'une simple forme de design.

Cette volonté d'un lien plus profond avec les usagers, à travers les notions évoquées et l'investissement d'un espace, renvoie à la notion de communs; il s'agit alors de redéfinir ce que l'on appelle le « commun<sup>72</sup> » à travers une pratique de design, les usages communs, les biens communs, à l'heure d'une privatisation grandissante de ce qui est relatif à la vie. Les communs renvoient alternativement aux notions de co-existence et de co-dépendance, et plus largement à la contingence<sup>73</sup> du vivant. C'est-à-dire que la notion de commun est liée à celle de l'éventualité et donc que le *design social*, à travers cette notion de commun, évolue selon des possibilités de solutions émises par les acteurs des projets dans la volonté de créer des usages, des lieux, des biens communs. La volonté de faire des communs dans un travail de *design social* peut s'exprimer de différentes sortes. L'un des exemples de cette volonté de communs et de collaboration

« Le retour de l'espace public comme espace majeur pour faire du commun, agir, dire. De la place Tahir jusqu'à la Plaza del Sol, en passant par Athènes, Nuit Debout... un retour sur l'idée d'agora.<sup>71</sup> »



Fig.36



Fig.37



Fig.38



Fig.39



Fig.40



Fig.41



Fig.42

dans l'espace public est l'initiative *Nuit debout*, apparue en 2016 à la suite de manifestations contre la loi travail et qui s'est installée sur différentes places publiques. Cette initiative porte la volonté d'une convergence des luttes car, partant du refus de la loi travail, ses revendications se sont étendues à une contestation globale des institutions politiques et du système économique en œuvre. Tout comme dans la campagne d'affichages sauvages contre les féminicides, on peut identifier dans les initiatives liées à *Nuit Debout*, l'influence du processus de design dans la création des supports de revendications sociales. En effet, dans un premier temps, certains collectifs de designers et de graphistes s'impliquent de façon constante dans les luttes sociales et produisent des supports à ces luttes pour participer de leur expansion et de leur chance d'être « entendues » (c'est le cas du collectif Ne Pas Plier, créé en 1991 et avec pour membres certains anciens du collectif Grapus - tels que Gérard Paris-Clavel -, concepteur et réalisateur d'autocollants et de supports de communication).

Les événements ont été largement relayés par des campagnes, ainsi que sur les réseaux sociaux, à l'aide d'un graphisme simple misant soit sur un héritage graphique issu des années 1970 (les couleurs noir et rouge, l'usage de lettres manuscrites, etc.) soit sur des photographies impressionnantes de l'investissement commun, de la convergence des luttes ainsi que de la prise en main de places publiques connues telles que la Place de la République ou encore la Place de la Concorde. *Nuit Debout* est une initiative de communs, un ensemble d'événements collaboratifs dans lequel chaque acteur est impliqué dans la finalité sociale souhaitée et qui évolue selon l'ensemble des acteurs et les possibilités de solutions émises par ceux-ci. Ce type d'initiative, tout comme l'initiative de l'espace *Khiasma* étudiée plus tôt - et bien qu'il s'agisse d'une toute autre échelle - participe de ce que l'on appelle le *design social* en s'appuyant sur une volonté de faire ensemble et de déplacer les codes. En ce sens et dans cette volonté de communs, le design est à nouveau le moyen, l'outil de l'expansion du projet social.

Cependant, la pratique des communs peut s'inscrire de façon plus précise dans une réflexion de design. En effet, nous pouvons retrouver la question des communs dans la plupart des projets de *design social*, puisqu'ils sont des projets collaboratifs et réfléchissent aux usages communs, aux biens communs et plus largement à la contingence du vivant. Nous pouvons alors prendre l'exemple du projet de Fabrication Maison, *Chantier Graphique ouvert au public Danube*. Ce projet, tout comme le projet *Fais-moi signe* au Mureaux, est le résultat d'une commande de Appel à projet Politique de la Ville qui a permis la mise à disposition d'une somme de 25 000€ pour la réalisation du projet. Voici l'idée du projet: le quartier de Danube est un quartier de Paris riche d'associations proposant diverses activités. Ces associations sont le déclencheurs de la vie et de l'animation du quartier. Cependant, et malgré les actions qui peuvent être menées, certaines de ces associations restent méconnues des habitants à cause d'un manque d'information et/ou de visibilité puisque tous les locaux ne peuvent pas donner directement sur la rue. Certains se trouvent

## La dimension opératoire de cet horizon collaboratif est également fondamentale. Elle suppose que les opérateurs comme les bénéficiaires des services soient activement impliqués en tant qu'intéressés sous la forme d'usagers experts dans toutes les phases du projet.<sup>74</sup>

par exemple dans des cours d'immeubles. À partir de ce constat, la ville et les bailleurs ont contacté Fabrication Maison, sur le territoire depuis 2005, afin de créer une signalétique accessible à tous et l'identité visuelle du territoire. L'objectif est de faciliter l'accès et l'orientation des habitants au sein des différentes offres et ressources proposées par le quartier. Ce projet est donc ce que l'on peut appeler une « pratique située<sup>75</sup> » dans la mesure où il s'intéresse à un lieu donné et travail à réfléchir à des façons de résoudre un problème identifié dans ce même lieu. Cependant, en plus d'être une « pratique située<sup>76</sup> », cette signalétique a été conçue au sein de réunions inter-associatives et de rencontres dans l'espace public. Lors de ces rencontres, les différents partenaires du quartier (associations, bailleurs, équipe de développement local, habitants, et écoles) ont pu échanger sur la signalétique, les attentes et les résultats. Cette première visée collaborative ramène ce projet à la notion de communs, développée précédemment. De plus, l'intégralité des supports réalisés l'ont été de façon participative avec les jeunes du quartier. Ceci nous ramène une nouvelle fois à la notion de communs et à la volonté de réfléchir de façon commune les biens et les usages communs qui en découle. Nous avons donc, avec cet exemple, un projet qui rassemble l'idée de « pratique située » empruntée à Ludovic Duhem dans sa thèse *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs* et la notion de communs dans une initiative dont le but social est poursuivi à l'aide du design, et plus particulièrement d'un design participatif.

C'est particulièrement en ce point que le *design social* se différencie du design et peut faire passer celui-ci après le but poursuivi. En effet, dans la plupart des exemples analysés, nous avons constaté que le design servait d'outil, d'atout pour la prise en main du projet par les usagers et pour l'insertion de celui-ci dans le territoire questionné grâce à l'identité donnée.

La complexité de la juxtaposition des termes « design » et « social » réside donc dans le fait que le design, comme un outil, peut partiellement s'effacer au profit du sens social recherché. Cette terminologie a même tendance à constituer un frein pour la pratique qu'elle désigne. En effet, le terme *design social* peut renvoyer à une pratique élitiste, ou induire une confusion sémiotique menant à penser qu'il s'agit « d'esthétiser » et de « modeler » la société, comme le suggère Ludovic Duhem<sup>77</sup>. La juxtaposition de ces deux termes constitue donc une confusion autour de ce que la pratique porte comme volontés et idéaux. De plus, le sens économique du « social » constitue, en France, une limite à l'essor même du *design social*. En effet, en France, lorsque l'on parle de « social », nous pensons à des structures associatives, des associations à buts non lucratifs ou encore des initiatives citoyennes, mais pas à une véritable implication économique dans un processus de réflexion « social ». Dans le cadre du *design social*, lorsque l'on parle de « moyens sociaux » pour la conception d'un projet, il ne nous est pas aisé d'avoir une pensée financière. Nous pensons plutôt à des contacts humains mais aussi à de la fabrication maison, de l'assemblage et de la récupération. Comme si l'économie, trop liée à la question politique en

Fig.36 *Nuit debout*, Place de la République, 2016

Fig.37 *Nuit debout*, Place de la République, 2016

Fig.38 *Utopiste debout - rêve général*, Collectif Ne Pas Plier, autocollant

Fig.39 *Chantier graphique ouvert au public*, Fabrication Maison, à partir de 2005, Danube, Paris

Fig.40 *Chantier graphique ouvert au public*, Fabrication Maison, à partir de 2005, Danube, Paris

Fig.41 *Chantier graphique ouvert au public*, Fabrication Maison, à partir de 2005, Danube, Paris

Fig.42 *Chantier graphique ouvert au public*, Fabrication Maison, à partir de 2005, Danube, Paris

<sup>74</sup> Cristian Campagnaro. « Projets interdisciplinaires et participatifs pour/avec les sans-abris ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>75</sup> Ludovic Duhem. *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>76</sup> *Idem*.

<sup>77</sup> Ludovic Duhem « Le sens du social pour le design ». In *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>78</sup> « Les sens du "social" pour le design » In *Des designs tournés vers l'Humain*.

France, était devenue antinomique au «social». Cependant, nous avons pu constater<sup>78</sup> que le cadre économique d'un projet dont la finalité est sociale peut permettre de l'inscrire de façon durable, et donc d'avoir un véritable impact critique en tentant de modifier en profondeur l'ordre établi. En effet, la vision anglaise du *design social* inclut une pensée économique -allant jusqu'à des schémas de durabilité- qui permet l'insertion totale d'une pensée sociale dans des projets de design, qu'ils soient destinés à des institutions, des entreprises, des associations ou bien qu'ils soient simplement à l'initiative du designer. Nous avons également pu constater<sup>79</sup>, en nous attachant sur l'étude des différents sens du terme «social», que le cadre économique permet la création de structures telles que Les Ateliers Médicis, à l'origine de partenariats et résidences avec de multiples artistes, praticiens et designers, dans le but de faire venir le *design social* sur certains territoires, et de pérenniser le contact entre projets et usagers tant que possible. Cependant, la faible diffusion de l'existence de lieux comme celui-ci et l'appropriation du terme «social» et du *design social* par les institutions entraîne une incompréhension du public et une confusion autour de ce qui est «social» et de ce qui ne l'est plus.

Après avoir éclairci ce que représente le *design social* en terme de pratiques et avoir fait ressortir les freins qui peuvent se dresser en travers de son expansion, nous avons pu constater que cette pratique se trouvait à un croisement entre un héritage français de ce que constitue le «social» en terme de critique et de politique, et la question économique qui permettrait, comme en Angleterre, de faire passer la «question sociale» dans de multiples domaines de la création et du design, que le projet soit destiné à des entreprises ou à des usagers. Cependant, dans le *design social* français, la question du rapport à l'utilisateur et de l'implication dans un territoire reste fondamentale. Il serait alors peut être nécessaire de renommer cette pratique pour la faire sortir du cadre du design, de son économie et pour la rapprocher de ses idéaux à travers la terminologie qui la caractérise. Le *design social*, qui pose alors le problème de la redéfinition du «design» et du «social» resterait cependant la terminologie adaptée à désigner des projets de design prenant en compte la «question sociale» dans des cadres plus normés.



Fig.43

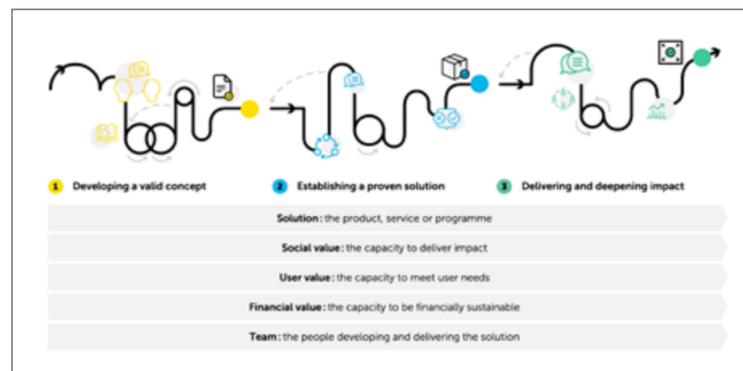


Fig.44

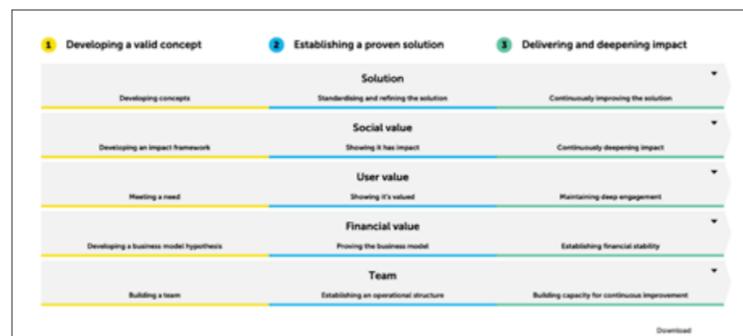


Fig.45

Fig.43 ShiftDesign, *Progressively*, Londres

Fig.44 ShiftDesign, *Progressively*, Londres

Fig.45 ShiftDesign, *Progressively*, Londres

<sup>79</sup> « Les sens du "social" pour le design » In. *Des designs tournés vers l'Humain*.

# B ■ Renommer le *design social* pour mieux l'identifier

Dans la période de remise en question et de redéfinition des pratiques et de la société à laquelle nous faisons face, le design évolue dans des formes qui se faisaient plus discrètes le siècle précédent. Appeler une pratique de design *design social* pose donc le problème de la redéfinition du terme « design » mais aussi de la redéfinition du terme « social » qui, malgré ses nombreux sens, ne s'applique pas directement aux domaines de la création. Le *design social*, à travers les notions qui y sont liées et les pratiques qui en découlent, montre une volonté de définition d'un langage commun. En effet, le design, au fil de son histoire, a souvent cherché à mettre en place un langage commun inclusif qui préserverait les Hommes. Aujourd'hui, la recherche de ce langage commun se situe plutôt dans une optique d'expression et de partage qui, malgré le fait qu'elle ne donne pas de résultats lisses et égaux, permet aux usagers de se rassembler et de créer des espaces communs, loin de la vie individuelle et consumériste induite par la société. Le *design social*, et les multiples notions qui y sont rattachées, convergent autour d'un but commun : la remise en question des situations existantes, leur transformation et la création de nouvelles situations en regard de celles observées. Le terme de « design » est-il alors le terme le mieux approprié pour désigner une pratique sociale et critique ayant pour but de transformer les situations voire d'en créer de nouvelles ?

En effet, ce qui est « social » renvoie à ce que produit la société, à la vie individuelle et collective des individus. Le terme de « design » qui lui est alors apposé désigne la conception de ce qui est social. Certes, le *design industriel* renvoie à la réflexion et à la conception de projets liés au contexte industriel, le *design pour l'innovation sociale* renvoie à la réflexion et à la conception liées à l'innovation sociale, le *design universel* renvoie à la réflexion et à la conception de projets liés à l'inclusion de tous dans un souci d'universalité des usages. Nous pourrions continuer ainsi en suivant le fil de nombreuses pratiques. Juxtaposer les termes de « design » et de « social » renverrait alors à la réflexion et à la conception de projets liés à ce qui est social, et donc à la société et aux individus qui la compose. Or, l'on ne peut contrôler et construire ce qui est social puisque ce qui est social est un enchevêtrement

« Si l'on considère que le « social » est ce que le design peut concevoir, modeler, esthétiser, et dont il peut faire sa spécialité, alors la question devient problématique puisque la vie en commun des individus n'est plus ce qui produit le « social », mais ce qui est voulu, construit et contrôlé de l'extérieur par un ensemble d'experts.<sup>80</sup> »

<sup>80</sup> Ludovic Duhem « Le sens du social pour le design ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>81</sup> *Idem.*

« La question du sens du social nécessite d'être reposée et le design peut certainement y contribuer, au moins par la création des formes et des pratiques concrétisant ce sens selon **une expérience à la fois singulière et plurielle, individuelle et collective, mondiale et située.**<sup>81</sup> »

de possibles, d'individus et de situations multiples. Le « social » pris indépendamment de la notion de *design social* est ce que produit la société. Cependant, on observe aujourd'hui une sur-présence du terme « social » qui devient alors un terme presque générique pour désigner ce qui est conscient et qui remet en question notre actualité.

Si le design peut participer à reposer la question du social, la confusion autour de la terminologie de *design social* constitue un frein, tandis que la pratique en elle-même réfléchit au social de diverses manières. Le *design social*, à travers l'utilisation du terme « social » mais également par le fait que de nombreuses pratiques sont alternativement distinguées et assimilées de celui-ci, devient, en quelque sorte, un terme générique dont le sens se perd dans les multiples interprétations.

Au-delà de la complexité de cette terminologie, le *design social* est au cœur d'une confusion constante<sup>82</sup> liée à la multitude de pratiques, d'acteurs et de définitions qui y sont liés. De plus, le design étant un « processus de conception contextuelle<sup>83</sup> » et le *design social* étant en plein essor dans un climat de redéfinition de ce qui fait le social et de ce qui est social, celui-ci ne peut pas être défini de façon plus précise qu'il ne l'est déjà puisqu'il évolue, se transforme et se redéfinit avec la société et ce qui la compose. La non-définition de ce terme est donc le reflet même de cette pratique. Cependant, même si l'incompréhension autour de cette pratique est justifiée par l'essence même de celle-ci, la juxtaposition des termes « design » et « social » pose tout de même le problème du sens même du design qui est de construire et de concevoir ce à quoi sa pratique se rapporte. Il semble alors clair que l'utilisation d'autres termes pour désigner la pratique de *design social* permettrait de désigner à la fois ce qu'elle représente, les manières dont elle se déploie mais aussi cette transformation perpétuelle qui en est l'essence.

Nous avons vu, dans les parties précédentes, les différentes notions inhérentes au *design social* et ce qu'elles signifiaient. Il semble alors que le *design social*, pour clarifier sa pratique, ses volontés, et éviter de tomber dans les contredéfinitions sémiotiques liées à la juxtaposition de ces termes, puisse être renommé selon les notions qui lui sont particulièrement liées. En l'état, il est compliqué de cerner ce qu'est le *design social*, même si certaines structures s'emploient à recenser les projets qui en font partie, à les expliquer et à les catégoriser. Par exemple, la *Plateforme social design*<sup>84</sup> a une action tournant autour de quatre fondamentaux : la volonté de rendre visible le *design social*, de transmettre des projets, de réunir les acteurs de ces projets pour échanger autour de ceux-ci mais aussi de mettre en œuvre de nouveaux cadres de conception de projets. À travers le site mais également les rencontres organisées, il s'agit de confronter des « pratiques

Renommer le design social pourrait alors servir à le légitimer mais aussi à l'étendre dans la mesure où il serait plus clairement identifiable et donc, praticable.

**Le design social : espaces et communs -**  
Renommer le *design social* pour mieux l'identifier

trop isolées entre elles sur un territoire impensé, pourtant riche mais qui ne formule pas encore ses actions en pratiques communes<sup>85</sup> ». En lien avec les volontés que transporte le *design social*, la *Plateforme social design* cherche à observer ce qui fait « commun » dans les pratiques de *design social* pour en tirer des conclusions et les mettre à l'œuvre dans une volonté de penser collectivement. Malgré ce type d'initiatives cherchant à donner de la visibilité et à clarifier la pratique de *design social*, celui-ci reste difficile à cerner en tant que pratique, mais aussi en tant que volonté sociale et critique.

Une idée me vient alors, celle de renommer le *design social* pour en clarifier l'essence. Renommer le *design social* est une réflexion liée aux notions qui lui sont inhérentes et qui semblent être plus représentatives des pratiques qu'il entraîne. En effet, il semble essentiel de se baser sur les notions qui définissent le *design social* pour le désigner afin de le distinguer des autres pratiques mais aussi de le rendre plus précis aux yeux des praticiens et des usagers. Nous pensons alors à la notion de communs ainsi qu'à celles d'espace et, par conséquent, de « pratiques situées<sup>86</sup> ». Autour de la notion de communs, le *design social* pourrait être défini comme **pratiques communes** - ce qui permettrait d'évacuer les termes « design » et « social » qui, juxtaposés, posent un problème de sens-. Cependant, cette nouvelle terminologie reste trop vague au regard des pratiques évoquées, même si elle reflète l'idée de réalisations menées du début à la fin en commun et pourrait permettre d'identifier plus clairement l'idée d'un groupe pluridisciplinaire travaillant en contact avec les usagers. En lien avec cette notion de communs, nous pourrions également parler de **pratiques des communs**. Cette nuance nous permet alors, non plus de désigner des pratiques faites ensemble, en communs, mais bien des pratiques qui s'intéressent et réfléchissent aux questions communes que sont les usages, les biens communs et, par extension, la vie en société. Cette terminologie serait plus représentative des pratiques que recouvre le *design social*. En effet, utiliser l'appellation pratiques des communs nous permet d'englober les réflexions autour de la « critique sociale » ainsi que l'idée de pratiques qui s'intéressent à la question des communs et qui s'y appliquent.

Toujours dans une volonté de prendre en compte la question des communs mais également dans l'idée d'une pratique essentiellement basée sur des réflexions liées à l'espace, puisque l'espace est le lieu du *design social*, nous pourrions parler d'**espaces communs** ou encore d'**espaces réflexifs**. La terminologie d'**espaces communs** élude cependant complètement l'idée d'une pratique appliquée et renvoie uniquement à une idée d'espaces publics et destinés à tous ou bien à une idée d'espaces constitués dans cette volonté de communs. Cette terminologie est donc inadaptée puisqu'elle met de côté toute la partie de réflexion autour d'un terrain et de projets, sous-entendue et présente dans le *design social*. L'appellation **espaces réflexifs** serait alors plus cohérente puisqu'elle renvoie à des espaces qui seraient propres à la

**Le design social : espaces et communs -**  
Renommer le *design social* pour mieux l'identifier

<sup>82</sup> Nous avons pu déployer ce constat dans les freins au *design social* évoqués dans la sous-partie précédente mais également dans l'analyse des différentes formes de design tournées vers l'Humain.

<sup>83</sup> Malte Martin. « Réinventer l'agora ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>84</sup> La *Plateforme Social Design* a été fondée suite au constat d'un manque d'espace, qui soit réflexif et opératoire pour les pratiques de *design social*. Il s'agit, en son sein, de réfléchir à la structure des actions qui y sont liées et d'échanger à partir de la réalité de ces actions. Le site *Plateforme Social Design* est une meilleure manière de donner de la visibilité et de la lisibilité aux démarches de *design social* et de les partager.

<sup>85</sup> Nawal Bakouri et Etienne Delprat. « La plateforme socialdesign, un lieu d'expérimentations et de pensées collectives ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>86</sup> Ludovic Duhem. *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

réflexion. De plus, cette terminologie sous-entend la volonté de penser l'espace, de le construire, de le mettre en place et de lui donner sens. En revanche, il s'agit là encore d'une appellation qui, tout comme celle de *design social*, semble trop complexe pour être comprise par le plus grand nombre et donc pour s'étendre de façon plus claire comme un moyen de repenser le social.

Il s'agit pourtant dans cette volonté de préciser le *design social* de clarifier les pratiques qu'il englobe et les réflexions qui y sont liées et donc, de trouver une terminologie plus claire permettant l'expansion et la diffusion de ce que sous-entend le *design social*. Reste cependant la notion de « pratiques situées<sup>87</sup> » qui pourrait nous permettre de renommer le *design social*. Les « pratiques situées<sup>88</sup> » sont une notion déjà existante<sup>89</sup>. Elle définit parfaitement les pratiques incluses dans l'espace, dans des volontés de partage, de diffusion et de création de lieux et de moments destinés aux usagers, et mis en place en fonction de l'actualité de ce même espace. Cette terminologie sous-entend que ces pratiques sont appliquées à la fois à un espace mais également à une situation. Elles sont destinées à un contexte particulier. Cependant, cette dernière laisse également de côté un aspect fondamental du *design social*: la notion de communs qui tient une place très importante dans la manière de penser et de réaliser les projet de *design social*. Nous pourrions alors peut être envisager la terminologie de *communs situés* qui reflète à la fois l'idée de commun mais également celle de « pratiques situées<sup>90</sup> ». Lorsque l'on parle de *communs situés*, on a l'idée de communs s'appliquant à des espaces particuliers et répondant à des besoins et/ou à des problèmes identifiés dans ce même espace. L'idée de communs appliqués à un contexte particulier est présente, mais l'idée de la création disparaît à nouveau même si cette terminologie semble être celle qui définit le plus justement, jusqu'à présent, la pratique actuelle de *design social*. Puisque celle-ci semble être la plus complète, et pour ramener l'idée de la création, on peut y apposer le terme de « pratiques », ce qui donnerait une terminologie telle que *pratiques des communs situés* qui, malgré sa longueur, est complète et reflète de façon particulièrement précise les différents aspects de la pratique de *design social*. Une terminologie telle que *communs situés* ou encore *pratique des communs situés* nous permettrait de distinguer avec plus de précision le *design social* des autres pratiques de design tournées vers l'Humain. Elle nous autoriserait également à ne plus cantonner cette pratique au terme « design », qui est alors réducteur par rapport à la multitude des pratiques qui en découlent.

Après avoir constaté la confusion qui règne autour de la terminologie de *design social*, le travail de renom semble essentiel. Il paraît évident que pour mener à bien ce travail, il est primordial de se baser sur les notions les plus représentatives des pratiques émanant du *design social*. En effet, les notions sur lesquelles nous nous basons pour la réflexion autour du renom du *design social*, sont des notions que nous avons pu identifier, tout au long de notre réflexion, comme étant

**Le *design social*: espaces et communs -**  
Renommer le *design social* pour mieux l'identifier

les notions phares et les plus représentatives de celui-ci. L'utilisation de ces notions a pour objectif de rendre le *design social* plus accessible aux auteurs, artistes et praticiens ainsi qu'aux usagers, en mettant de côté la confusion sémiotique entraînée par la terminologie actuelle. La volonté ne se situe pas dans la disparition du *design social* mais plutôt dans la clarification des pratiques.

**Le *design social*: espaces et communs -**  
Renommer le *design social* pour mieux l'identifier

<sup>87</sup> Ludovic Duhem. *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

<sup>88</sup> *Idem*.

<sup>89</sup> Partie du titre et mentionnée dans l'ouvrage de Ludovic Duhem. *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018.

<sup>90</sup> Ludovic Duhem. *Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018

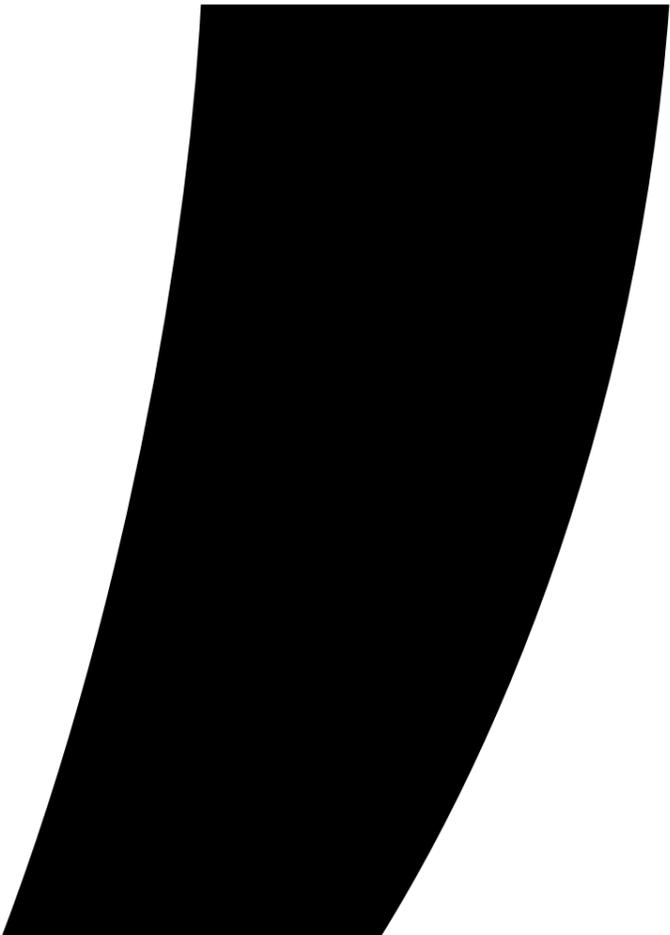
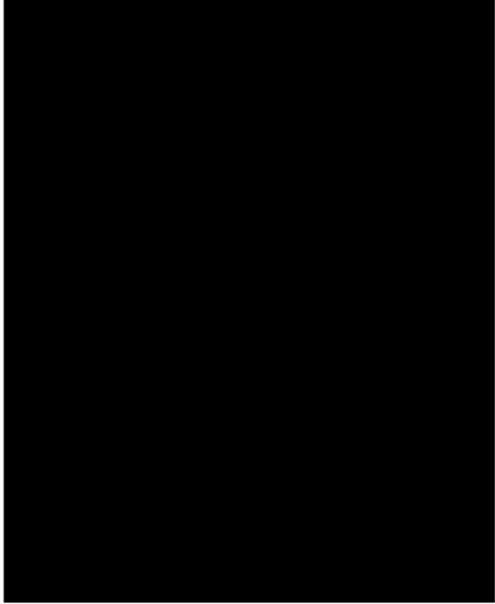
# Conclusion

Le *design social* est donc une pratique de design qui s'attache à l'actualité tout en étant une pratique critique sur des questions sociales et politiques. Il est issu d'une pensée humaniste qui a vu le jour avec William Morris et les *Arts and Crafts* dans le but de permettre à l'Homme ainsi qu'à la société de se hisser toujours plus haut. Cette pensée humaniste a traversé les décennies pour se manifester aujourd'hui sous différentes formes de prises en compte de l'Humain à travers le design. Parmi ces tentatives, on retrouve le *design social*, à la fois assimilé et distingué d'autres formes de prises en compte de l'Humain, avec lesquelles il a des aspects communs et divergents.

Le *design social* peut être appréhendé comme le terme générique englobant toutes les pratiques de design et volontés qui se tournent vers le «social». Cependant, il renvoie à des notions qui, ensemble, n'existent qu'en son sein et qui entraînent une relative indéfinition. C'est pourquoi, et pour tenter de pallier à la confusion qui plane autour de cette pratique, nous avons tenté de renommer le *design social*, ce qui pourrait lui permettre de s'étendre et d'avoir plus de poids dans les pratiques liées à la «critique sociale».

Devenu *communs situés* ou encore *pratiques des communs situés*, le *design social* peut alors signifier toutes les pratiques s'y inscrivant et leurs volontés, sans poser le problème de la juxtaposition des termes «design» et «social» qui entraînent, chacun de leur côté et avec l'autre, une question de sens. Ce que nous intitulons *design social* désignerait alors plus clairement les formes de design, et véritablement de design (c'est-à-dire des réflexions appliquées à l'esthétique et à la fonctionnalité d'objets, d'espaces et de supports répondant à des besoins identifiés et visant à rendre la vie quotidienne plus simple). Le *design social* serait alors une pratique intégrant pleinement la «question sociale» dans les entreprises, institutions et cadres économiques comme nous avons pu le constater en Angleterre. Les *pratiques de communs situés* renverraient précisément aux «pratiques situées<sup>91</sup>» qui s'intéressent à la question des communs, et qui ne cessent d'évoluer et de se modifier dans le contexte actuel de redéfinition permanente de ce qu'est le social, des besoins et des problèmes qui y sont liés. L'objectif de la différenciation de ces pratiques n'est évident pas de constituer un clivage entre les deux. Au contraire, le *design social*, alors présent dans les institutions et entreprises, et les *pratiques de communs situés* pourront et devront certainement collaborer de manière étroite pour repenser le social à travers des pratiques de création et de conception liées au design et créer un modèle plus durable qui s'adapterait à l'une comme à l'autre.

<sup>91</sup> Ludovic Duhem. *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, 2018



# Bibliographie

# . Revue

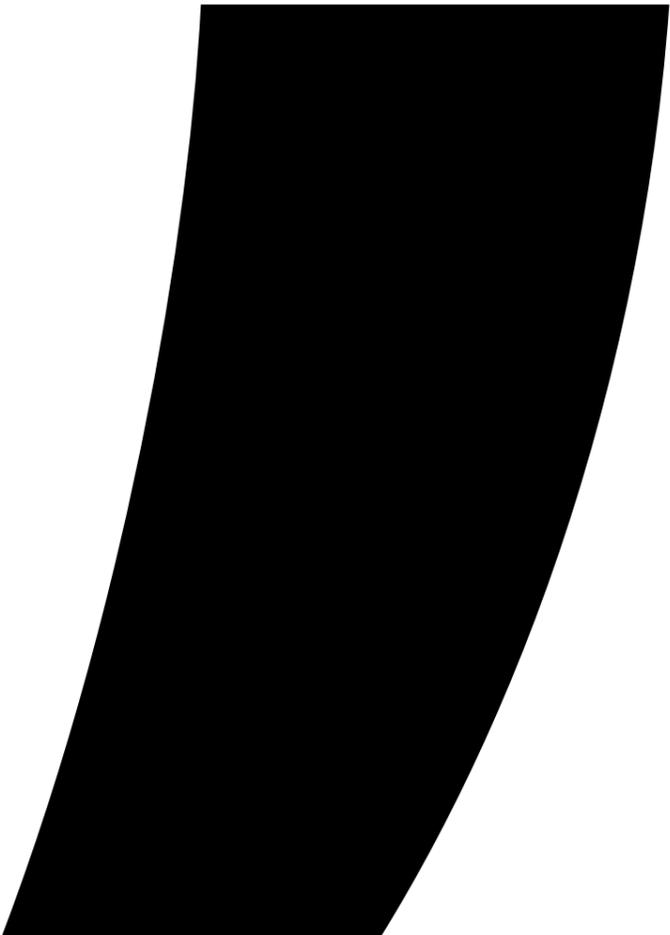
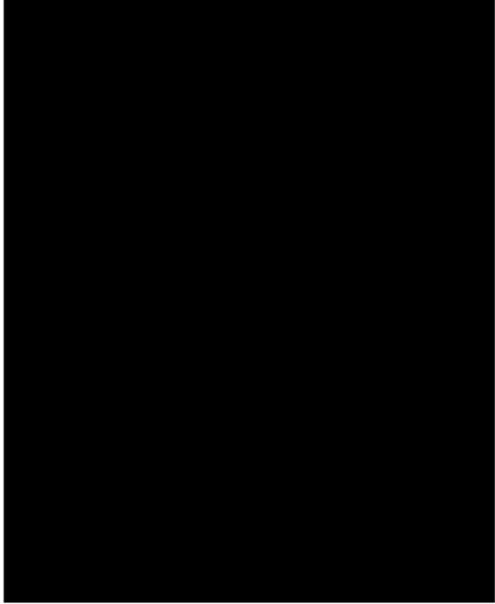
- Sciences Humaines. « **Quelle éthique pour notre temps?** » Hors-série, 2017.

# . Ouvrages

- Andrea Catellani. **Communication & Organisation: les applications de la sémiotique à la communication des organisations.** Presses universitaires de Bordeaux, 2011.
- Annick Lantenois. **Le vertige du funambule Design graphique entre économie et morale.** B42 éd, 2013.
- Charles S. Peirce. **Écrits sur le signe.** Éditions Points. 25 bd Romain-Rolland, Paris 14, 1978.
- Krzysztof Wodiczko. **Art public, art critique.** (Énsb-A), 1995.
- Léo Favier. **Comment tu ne connais pas Grapus?** Spector books, 2014.
- Ludovic Duhem. **Design écosocial: convivialités, pratiques situées et nouveaux communs.** It : éditions. 13, rue Jeannot Lamboley 70310 Fancogney-et-la-mer, 2018.
- Pierre Bouvier. **Le lien social.** folioessais INÉDIT, 2007.
- Pierre-Damien Huyghes. **Sociétés, services, utilités (à quoi tient le design?).** Édition De l'incidence. Vol. 1. 1 vol, 2018.
- Raymond Guidot. **Histoire du design 1940-2000.** Hazan, 2000.
- Roland Barthes. **L'empire des signes.** Éditions Points. 25 bd Romain-Rolland, Paris 14, 2005.
- Stéphane Darricau. **Culture graphique, une perspective de Gutenberg à nos jours.** Pyramyd, 2014.
- Stéphane Vial. **Le design.** Puf. Que sais-je?, 2017.
- Victor Papanek. **Design for a real world.** Thames & Hudson, 2019.

# Chapitres d'ouvrages

- Cristian Campagnaro. « **Projets interdisciplinaires et participatifs pour/avec les sans-abri** ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, p.35, 2018.
- Jean-Hughes Barthélémy. « **“Design social” : une analyse critique** ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, p.197, 2018.
- Ludovic Duhem. « **Le sens du social pour le design** ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, p.147, 2018.
- Malte Martin. « **Réinventer l'agora** ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, p.113, 2018.
- Nawal Bakouri et Etienne Delprat. « **La plateforme socialdesign, un lieu d'expérimentations et de pensées collectives** ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, p.177, 2018.
- Sylvain Celle. « **L'ESS et le design social en situation de crise - un détour par l'innovation sociale** ». In *Design écosocial : convivialités, pratiques situées et nouveaux communs*, p.55, 2018.



# Sitographie & Interviews

## . Sitographie

- L'ESS, <http://www.esspace.fr/presentation-de-l-ess.html>
- Les Ateliers Médicis, <https://www.ateliersmedicis.fr/>
- La Plateforme Social Design, <http://www.plateforme-socialdesign.net/>
- Agrafmobile, <http://www.agrafmobile.net/agrafmobile/quoi>
- LE MONDE, Cécile Bouanchaud, « **“Aux femmes assassinées, la patrie indifférente” : les “colleuses” d’affiches veulent rendre visibles les victimes de féminicides** », <https://www.lemonde.fr/societe/article/2019/09/14/sur-les-murs-de-paris-des-collages-pour-denoncer-la-persistance-des-feminicides-5510378-3224.html>

## . Interviews

- Konbini original stories. **AIMER ≠ TUER - Elles collent des affiches anti-féminicides.** S2 - E22, 8 février 2020, <https://www.facebook.com/watch/?v=1112164268979894>
- Espace Éthique. **Nawal Bakouri - Pour une plateforme social design.** Entretien avec Patrice Dubosc, 4 octobre 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=NrxI2YKw1K4>

© **JULIETTE ROUSSEL - MÉMOIRE DE RECHERCHE**  
DSAA DESIGN GRAPHIQUE ET NARRATION MULTIMÉDIA, SESSION 2020

ACHEVÉ D'IMPRIMER EN MAI 2020 PAR L'IMPRIMERIE LAUNAY, PARIS.

MÉMOIRE DE RECHERCHE  
**DSAA DESIGN GRAPHIQUE ET NARRATION MULTIMÉDIA, SESSION 2020**

ÉCRIT PAR **JULIETTE ROUSSEL**  
SOUS LA DIRECTION DE **DELPHINE GAULY & ANNE MORTAL**

ACHEVÉ D'IMPRIMER EN MAI 2020  
PAR L'IMPRIMERIE LAUNAY, PARIS.