Design
Arts
Médias

Donner à vivre le projet en design : perspective pour l'expologie du design

Dorian Reunkrilerk

2020-12-07

Doctorant CIFRE, CodesignLab & Media Studies, Télécom Paris, Institut Interdisciplinaire de l'Innovation (i3).

Résumé
Au sein des expositions de design, les publics peuvent être confrontés à trois rapports au design différents (rapport esthétique, fonctionnel et axiologique) qui laissent peu de place au rôle de leur vécu dans la compréhension du design. Cet article souhaite comprendre de quelles manières l'exposition en design pourrait solliciter davantage le vécu direct et indirect de ses publics. Une des réponses apportées se trouve dans l'analyse d'un projet de design participatif où ce vécu fait intervenir un nouveau rapport au design, un rapport agentif. L'article montre ainsi en quoi ce rapport constitue pour l'expologie du design, l'occasion d'investir des formes plus dynamiques où l'exposition se mêle au projet de design.

Abstract
Within design exhibitions, publics can be exposed to three different relations to design (aesthetic, functional and axiological relations) which don't leave much room for the role of audience's life experience in their understanding of design. This article aims to understand how design exhibition could ask for more direct and indirect life experiences of its publics. One of the answers is found in the analysis of a participatory design project where this life experience performs a new relation to design, based on public agency. This article shows how this new relation represents the opportunity for the expology of design to provide a more dynamic approach where the exhibition merges with the design project.

Introduction

La recherche sur les expositions en design identifie un certain nombre d'appropriations de formats expographiques provenant d'un côté, de l'art, et, de l'autre, des sciences et techniques voire de certaines expositions commerciales. Les expositions en design parcourent ainsi ce spectre avec une diversité de formats qui multiplie les représentations et interprétations, en somme les rapports que les publics construisent avec le design. En effet, en tant que média, l'exposition génère une organisation temporelle et spatiale d'éléments (artefacts, textes, visuels, vidéos…) dont l'objectif est l'instauration d'un rapport entre les publics et un sujet spécifique[1].

Si la littérature se concentre sur les formats des expositions, cet article s'intéresse davantage à ces rapports qu'elles instaurent auprès des publics. Notre article part du constat que les expositions actuelles témoignent de trois grands rapports qui s'appuient sur des dispositifs expographiques empruntés aux expositions d'arts ou à celles des sciences et techniques.

Le premier rapport est lié aux questions esthétiques que le design met en jeu[2]. Cette approche se développe autour de l'idée d'exemplarité de l'objet, choisit pour son niveau d'appréciation esthétique. L'exposition est associée à l'idée que l'œil est la seule clé pour développer une relation avec un objet. Ce dernier est décontextualisé de son milieu d'existence et projeté au-delà de ses dimensions fonctionnelles ou utilitaires[3]. Clémence Imbert, discutant des objets de design graphique, indique que : « dans l'exposition, déchargés de la mission de communication qui est la leur dans l'usage, ces objets n'auraient plus qu'une finalité esthétique : "plaire[4]" ». Ce rapport esthétique au design se double d'une mise en avant de la fonction auteur dans le design, voire même de la figure du designer en tant que héros. Joanna Bletcher note que cette approche de l'exposition doit être contrebalancée par la matérialité du travail intellectuel concourant à sa création[5]. Si un tel travail n'est pas effectué, c'est le statut de l'objet domestique, devenu objet sculptural, qui s'en trouve modifié[6].

Le deuxième rapport correspond à un rapport fonctionnel au design, entendu comme une pratique de résolution de problèmes[7]. Ce qui est mis en avant c'est la fonction, le fonctionnement de l'objet, les solutions qu'il propose et le processus de design ayant mené à sa création. Ce rapport se

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

matérialise par des dispositifs expographiques proches de ceux des sciences et techniques : « la planche encyclopédique, les nomenclatures, les éclatés, l'étiquetage [sont] autant de moyens empruntés à la science pour présenter des objets, une technique, un savoir-faire, les partis-pris[8] ». L'exposition met également en scène différents médias contribuant à cette contextualisation par le biais d'objets d'intermédiaires[9] : les maquettes, croquis techniques ou préparatoires constituent des clés de compréhension du processus de design. L'absence de ces objets contriburait à percevoir l'objet comme une *black box*, ne permettant pas de révéler la complexité de sa réalisation[10].

Enfin, le un troisième rapport au design correspond à la mise en avant des valeurs que soutient le design, qu'elles relèvent de valeurs solidaires, morales, proches des questions sociales ou bien environnementales[11]. Brigitte Auziol indique que ce *dessein* axiologique n'est que peu présent au sein des expositions si ce n'est dans les textes où « il est exprimé de manière purement informationnelle sans rapport avec d'autres éléments du dispositif qui viendraient le soutenir[12] ». Il arrive qu'il soit toutefois présent au sein de scénographies élaborées, à l'instar de certaines expositions de sciences et techniques qui correspondent à un ensemble de concepts articulés via différents médias (textes, images, sons, odeurs) [13]. Jan Boelen soutient que ces expositions permettent de « voir au-delà de l'objet, interroger les motivations du commanditaire et engager une conversation autour de la nécessité de l'objet, de ses conséquences et impact sur la société[14] ».

Dans certains cas, ces trois rapports proposent aux visiteurs des formats expographiques qui sollicitent un vécu de leur part. Or ces moments de sollicitations trop peu exploités alors qu'ils nous semblent être fondamentaux dans les enjeux que poursuit l'exposition du design. C'est dans l'analyse d'un projet de design participatif que nous avons observé comment ce vécu est véritablement sollicité et de quelle manière il renvoie, finalement, à un quatrième rapport au design qui met davantage en avant sa puissance transformatrice. Cet autre rapport que nous avons qualifié d'agentif constitue, pour l'expologie du design, l'occasion d'investir des formes plus dynamiques où l'exposition se mêle au projet de design.

Dans un premier temps, nous présentons une analyse d'un corpus d'expositions qui sollicitent une participation partielle d'un vécu de la part des visiteurs. Si cette analyse n'avait pas pour but premier de repérer ces formats, nous souhaitons ici en exploiter leur potentiel. Nous procédons ainsi, dans un deuxième temps, à une étude de cas d'un projet de design participatif nous permettant d'identifier plus clairement des modalités d'expression et de mise en action du vécu. Enfin, nous discuterons ces modalités et les manières dont elles conduisent à l'émergence d'un rapport agentif au design qui offre une nouvelle perspective à l'exposition.

1. Formes de participation dans l'exposition en design

Nous présentons ici une partie des résultats d'une analyse[15] de corpus d'expositions, réalisée dans le cadre d'un autre travail de recherche. L'objectif de cette analyse était de pouvoir identifier des rapports au design que les publics construisent (ceux que nous avons énoncés en introduction). Le corpus est composé de cinq expositions choisies pour faire apparaître un maximum de formats. Les expositions ont donc été sélectionnées de sorte qu'elles ne relèvent pas du même type d'institution, du même thème d'exposition, du même type d'objet et de la même période de temps. Nous nous concentrons ici sur ce que l'analyse a fait ressortir de plus dans quatre des expositions du corpus, à savoir des formes de participation d'un vécu du visiteur qui témoignent de questions fondamentalement liées à l'exposition du design. Nous présentons d'abord succinctement ces quatre expositions :

1.1 Présentation du corpus

1.1.1 *Imprimer le Monde*, Centre Pompidou, 2017

L'exposition *Imprimer le Monde* invitait les publics à s'intéresser aux enjeux de l'impression 3D à

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

travers des expérimentations menées par une trentaine des designers, artistes et architectes. Considérée comme un bouleversement tant dans la conception et la fabrication d'objets, l'impression 3D pose des questions sur le statut de l'auteur, de l'objet imprimé, la relation entre production industrielle et artisanale. L'espace d'exposition, scindé en deux, cherchait à mettre en lumière ces problématiques au travers d'objets du quotidien imprimés (vase, chaise), de projets artistiques (sculptures, installations) et de projets liés au monde de l'industrie (échantillons de matière).

1.1.2 *Coalition of Amateurs*, Musée d'art contemporain de Luxembourg, 2009

Proposée par le designer Jerszy Seymour au sein du MUDAM, l'exposition *Coalition of Amateurs* est la dernière d'une série d'expositions qui explore la figure de l'amateur et son potentiel créatif. Au sein de l'espace d'exposition, les publics étaient invités à construire des objets de la taille et de la forme souhaitées à partir d'un ensemble de matériaux (bois, verre, peinture, cire, matériau polymère, etc.) choisis et mis à disposition par le designer. L'exposition évoluait ainsi par l'engagement des publics dans la création d'objets divers (tables, chaises, banc) que tout un chacun pouvait modifier ainsi que par un programme d'événements proposé par le musée (conférences, ateliers...).

1.1.3 *Design ex Machina !,* Galerie Michel Journiac, 2015

L'exposition *Design ex Machina !* proposait une sélection de 8 projets de designers interrogeant les méthodes de production industrielles. Entre fabriques artisanales et industrielles, impliquant ou non des technologies numériques, l'exposition interrogeait la relation de réciprocité entre les moyens de production et les formes qui en découlent. Chaque projet était une invitation à découvrir des approches critiques, les publics étant amené à découvrir d'autres procédés de mise en forme de la matière et des machines-outils proposant des modifications des usages de production conventionnels, des normes et des paramétrages d'usine.

1.1.4 Stefania, Biennale Internationale de design Saint-Etienne, 2019

Conçue et fabriquée par les étudiants de l'École supérieure d'art et de design de Saint-Etienne, l'exposition *Stefania* prenait la forme d'une ville accueillant des projets présentés par une trentaine d'écoles de design françaises et étrangères ayant travaillé avec la Chine. Composée de seize bâtiments, de la mairie à la salle de sport en passant par le lieu de culte et les espaces culturels, une rue principale et des routes de contournements, l'exposition s'accompagnait d'un programme dense d'événements (marathon, cérémonie, coupe du monde) auquel le visiteur était invité à participer.

1.2 Résultats complémentaires de l'analyse

Dans un premier temps, nous présentons ces formes de participation par l'intermédiaire de quatre axes d'analyses afin de mieux discerner leur importance pour l'exposition en design puis les discuterons dans un second temps en s'appuyant sur les notions de participation et d'interaction des publics.

1.2.1 Espace de projet potentiel

Au sein de *Coalition of Amateurs,* l'organisation de l'espace n'est pas définitive. La création d'objets, l'ajout de pièces supplémentaires sur certains, le déplacement de matériaux, toute cela participe d'un mouvement général de l'exposition produisant une infinité de parcours possibles[16]. Les publics prennent ainsi conscience que leurs actions font sens par et pour l'exposition. De ces différentes situations de conception, la *Workshop Chair*[17] en est un des résultats. Pensée par le designer Jerszy Seymour suite à l'exposition, cette chaise en reprend certains matériaux (tasseaux de bois et cire fondue).

L'intérêt de cette exposition réside donc dans sa capacité à générer du projet, auquel les publics vont décider de participer ou non. En s'engageant dans un processus de création, les publics ne

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

font pas seulement que fabriquer sans but : leurs créations alimentent un espace de discussion active autour des pratiques amateurs tout en participant au projet plus global du designer dont la chaise est une des incarnations possibles.

Dans une moindre mesure, un dispositif de création d'objets en 3D, proposé par le studio *inflexions* et *les arts codés*, est présent au sein d'*Imprimer le Monde*[18]. Manipulable par les publics, il permet de modéliser un objet en 3D à partir d'un algorithme qui fait varier la forme de l'objet par le biais de curseurs à manipuler.

La modélisation d'objets en 3D est en lien direct avec la pratique du design. En invitant le visiteur à proposer une forme, ce dernier s'engage davantage dans une opération du projet de design : la modélisation. Toutefois, le dispositif occulte l'ensemble des paramètres des logiciels de modélisation qui conditionnent pourtant la pratique même du design. Le dispositif ne permet pas de comprendre le lien de dépendance du designer avec ses outils d'expression. De plus, le résultat de la manipulation du public n'est pas réinvesti dans l'espace d'exposition, l'expérience s'arrêtant à des choix formels. Il n'est pas demandé au public, par exemple, de proposer une finalité à cette forme qui engagerait le visiteur à se poser des questions sur la finalité de l'objet créé, son milieu d'existence, ses éventuelles fonctions, des considérations qui sont celles du projet en design.

1.2.2 Performativité de la conception

L'analyse du corpus nous a également montré la présence, partielle, de situations performatives. Ces situations réclament du public une mise en action, censée faire sens au sein de l'espace de l'exposition. La performativité des publics, inscrite dans l'immédiateté de l'action, permet de multiplier et de rendre visible les différents récits de l'exposition que les publics construisent eux-mêmes[19]. Dans le cas de *Stefania*, une station à dessin nommée *Copiadora*[20] proposait à toute personne le désirant de recopier à la main le dessin d'une basket précédemment réalisé par une personne.

Ce principe du rendre visible est au cœur de l'acte performatif puisque l'action réalisée par le public est nécessairement adressée à autrui et « appelle le regard de l'autre, qui la voit, l'analyse, la compare, l'accepte, la jauge parfois selon des critères qui lui sont propres[21] ». De plus, *Copiadora* représentait l'usine au sein de la ville-exposition de Stefania. Pour le visiteur, il s'agit alors d'intégrer une fiction plus globale qui renforcent la symbolique de ses gestes (les termes « ouvriers », « à la chaîne », « copie » sont employés).

La performativité est également présente au sein de *Coalition of Amateurs*. En effet, produire des objets au sein d'un espace qui interroge la figure de l'amateur est une façon, pour les publics, de performer un acte dont le sens et la symbolique sont renforcés. Dans un premier temps, la conception et la fabrication de ces objets amènent les publics à réfléchir en termes de projet : que réaliser ? Dans quels buts ? Quels liens faire avec l'exposition ? Comment réaliser l'objet ? Les publics peuvent ainsi faire appel à des expériences de conception passées qu'ils rendent visible auprès des autres visiteurs. Cette situation performative les amène donc à faire des allers-retours entre un statut de public performant une action à celui de praticien de l'action. De plus la présence ponctuelle du designer dans l'espace d'exposition est un acte performatif en soi dans la mesure où les publics agissent aussi en fonction de l'image que leur renvoie le designer sur leur propre pratique, d'où certains effets d'inhibitions observés.

1.2.3 Processus de familiarisation/défamiliarisation

L'analyse de notre corpus nous a montré l'importance des modes de contextualisation du design. Dans *Imprimer le Monde*, l'exposition comporte par exemple des semelles de chaussures imprimées en 3D, exposées au côté de chaussures de course. La vitrine s'accompagne également d'une vidéo de présentation du projet montrant de quelle manière ce nouveau type de semelle permet d'améliorer les compétences des athlètes. Cet exemple nous montre le rôle que joue la familiarité des objets sur le visiteur. L'exposition donne à voir des objets dont certains usages

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

renvoient à des fonctions connues et largement éprouvées par le visiteur (s'asseoir ou courir). Retrouver ces fonctions au travers d'un autre lexique formel est une façon de réinvestir le vécu du visiteur. C'est, en un sens, une tension qui s'opère entre familiarité des fonctions et défamiliarisation des formes[22] participant d'une attention plus soutenue du visiteur. *Design ex Machina !* relève également de ce principe dans la mesure où les machines présentées font référence à des technologies connues – le projet *Piezzographie* d'Axel Morales se base sur la technique de l'impression jet d'encre par exemple[23] – mais dont la réappropriation par les designers enclenche ce processus de défamiliarisation – le projet, inspiré par la sérigraphie et la lithographie, dépose l'encre, couleur après couleur, jusqu'à matérialiser la forme conçue numériquement. Ne cherchant pas à faire disparaître les marques du traçage et la pixellisation, *Piezzographie* développe un autre rapport à l'encre et à la matérialité physique de l'impression.

Nous pourrions appliquer ce principe de familiarité/défamiliarité non pas seulement à des objets ou des techniques mais à l'environnement direct des visiteurs, chose que nous n'avons pas observé dans notre corpus. Ainsi Fleur Watson considère que plus l'exposition adressera des enjeux de design à une échelle locale, plus les publics seront sensibles au design[24]. Jan Boelen voit dans les festivals et biennales de design l'occasion d'expérimenter ce type de propositions dans la mesure où leur agilité leur permet de s'immerger dans des communautés locales plus facilement que les musées ce qui, dans un second temps, peut avoir un impact sur le territoire dans lequel se trouve la manifestation[25].

1.2.4 Appropriation d'un discours critique

Enfin, l'analyse nous a permis d'identifier l'émergence de contre-discours qui viennent défier le discours dominant et, pour certaines expositions, déconstruire l'autorité curatoriale au sein de l'exposition. Dans *Imprimer le monde*, une frise chronologique retrace les différentes histoires qui ont jalonné l'arrivée de l'impression 3D[26]. Les enjeux qu'elle soulève ne se retrouve pas ou peu dans les objets exposés mais dans le catalogue d'exposition. Par exemple, dans son article, Christian Girard, reprend à son compte le titre même de l'exposition :

> *« Avec l'arrivée possible, probable, de l'objet pensé-fabriqué en temps réel, à volonté et à coût de moins en moins élevé, […] imprimer le monde deviendra synonyme d'encombrer le monde. Une invasion d'objets, une saturation sans fin de l'espace et des territoires[27] ».*

Ces contre-discours permettent ainsi d'être confronté à des perspectives alternatives qui accompagnent le développement d'une pensée critique du visiteur[28]. Dans *Design ex Machina !,* l'exposition est un contre-discours en soi dans la mesure où chacune des productions cherche à s'émanciper des paramétrages d'usines et protocoles de production traditionnels. L'exposition fournit donc un cadre de réflexion critique sur notre environnement quotidien. Elle présente des approches qui sont à même de faire émerger chez le visiteur une réflexion sur des objets qu'il pourrait être à même d'utiliser, en somme de faire preuve de discernement sur son environnement de vie et les objets qui le compose[29].

1.3 La place de la participation des visiteurs

Ces éléments que l'analyse nous a révélés témoignent de questions spécifiques à l'exposition en design : l'exposition peut-elle devenir un lieu où s'amorcent des projets de design ? Comment réinvestir le vécu des publics par un processus de familiarisation / défamiliarisation ? De quelles manières l'exposition peut engager des problématiques de design à une échelle locale ? Comment un acte de conception peut faire sens par et pour les publics au sein de l'exposition ? En quoi l'exposition en design peut jouer sur des statuts de public, utilisateur, consommateur, voire de praticien ?

Au sein de notre corpus, ces questions sont traduites par des dynamiques de participation (par

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

exemple, la station à dessin de *Stefania* ou le dispositif de création d'objets en 3D pour *Imprimer le Monde*). Ces dynamiques témoignent du tournant expographique pris dans les années 1990 avec l'arrivée des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les musées, l'intégration de ces musées aux secteurs des industries de la culture et des communications et l'émergence de pratiques artistiques participatives décrites par des historiens comme Jean Marc Poinsot[30] ou Nicolas Bourriaud[31]. Selon Serge Chaumier[32], le développement de ces médiations s'est incarné dans la montée en puissance de la scénographie d'exposition dont le but est de faire de l'exposition un espace de confrontation et de rencontre autour d'un propos déroulé spatialement. Les expositions deviennent davantage des vecteurs d'expériences, l'objectif des concepteurs d'exposition étant de « donner à vivre, d'insuffler une âme[33] ». De ce constat, Serge Chaumier dégage trois approches. La première est celles des expositions-spectacles, à l'instar des expositions universelles où la relation entre scénographie et architecture est telle qu'elle engage « un rapport de fascination par son emprise et sa spectacularisation[34] ». La seconde renvoie à l'action culturelle qui place le visiteur en situation d'acteur. Dans cette optique, l'objectif est de « construire des liens dialectiques entre des femmes et des hommes composant la société et leur donner ainsi une occasion de mieux vivre ensemble. » Enfin, la troisième, s'attache à construire « des collectifs producteurs de formes et de contenus. […] La production même des expositions peut alors s'envisager selon des principes collaboratifs[35] ». Dans ces trois options, ce qui est déterminant est l'expérience vécue des publics, à savoir les relations engagées dans l'espace d'expositions et les co-constructions développées.

Dans les expositions du corpus, la participation constitue, en effet, des approches qui permettent d'immerger davantage le visiteur dans une forme d'expérience du vécu : à la fois directe, dans son interaction avec le dispositif, et indirecte, en faisant appel à son vécu passé comme c'est le cas pour *Coalition of Amateurs*. Cette question du vécu nous semble essentiel pour comprendre la spécificité de l'exposition en design : le design, en tant que pratique ayant attrait à l'expérience quotidienne, façonne les conditions matérielles des environnements que nous cherchons à vivre et à habiter. Dès lors, un des enjeux de l'exposition en design est de s'intéresser à la façon dont les objets qu'elle présente peuvent faire sens ou non dans le vécu des visiteurs. Cela peut se faire en sollicitant leurs expériences passées avec des objets que ce soit en tant que praticien, consommateur ou usager, en posant des questions sur le rôle des objets au sein de leur environnement de vie ou en les reliant à des problématiques sociales, culturelles voire politiques qu'ils peuvent vivre au quotidien.

Toutefois, les formes de participation de notre corpus sont trop restreintes pour que le vécu des publics puisse faire réellement sens dans l'exposition[36]. Suivant Nico Carpentier[37], nous pouvons qualifier ces formes de participation de minimalistes, dans la mesure où un contrôle fort s'exerce sur « les processus et les résultats, limitant souvent la participation principalement à l'accès et à l'interaction[38] ». Il nous faut ainsi différencier la participation de l'interaction en s'intéressant à l'égalité des positions de pouvoir au sein des expositions. Carole Pateman[39] montre en effet l'importance du pouvoir dans la notion de participation dont elle propose deux aspects. D'un côté, la participation partielle est « un processus où une ou deux parties s'influencent dans la prise de décision, mais où le pouvoir final de décider demeure uniquement entre les mains d'une d'entre elles[40] », de l'autre la participation pleine qui est « un processus où chaque membre du corps décisionnaire possède individuellement le pouvoir de déterminer l'aboutissement de décisions[41] ».

Dans les expositions du corpus, aucun pouvoir de décision ne s'exerce vraiment de la part des publics, davantage saisis dans des interactions contrôlées et limitées. Une des raisons correspond selon nous au contrat de communication qui s'établit entre l'institution et le public[42]. En effet, une reconnaissance réciproque s'est ancrée entre ces deux entités : en entrant dans ces institutions, les publics sont déjà préparés à voir du design et inversement, les institutions sont elles aussi prêtes à recevoir du public. Au-delà de tout acte de langage, la situation de communication est donc composée d'éléments déjà construits permettant au design d'être exposé dans une situation déjà identifiée. La relation que les publics peuvent construire avec le design est donc facilitée grâce à ces points de repères implicites. Les publics ne sont pas dans une position décisionnaire, ils n'ont pas besoin d'un effort particulier pour recevoir ce que l'exposition leur propose ce qui, en

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

retour, annule toute forme de participation et de pouvoir. Cette absence de participation empêche, selon nous, à toute forme de vécu de réellement s'exprimer et d'agir sur l'exposition.

Reste que ces notions de participation et de vécu témoignent selon nous d'un potentiel pour l'exposition en design de trouver davantage de spécificité en dépassant ses formats actuels. Dans cette perspective, l'exposition serait une situation qui met en action le vécu d'un public volontaire à partir d'un thème qu'il pourrait réinvestir personnellement et collectivement. Cette mise en action ferait alors sens au-delà du contexte d'exposition et participerait d'un projet de design. C'est au sein des projets de design participatif que nous observons le mieux ce recours au vécu par le biais de la participation. Nous présentons ici le Bureau Éphémère d'Action Urbaine (*B.E.A.U*), projet proposé par l'association Carton Plein lors de la Biennale Internationale Design Saint-Etienne de 2015. Si ce projet n'est pas envisagé comme une exposition en tant que tel, il nous offre des voies possibles pour de nouveaux formats d'exposition en design. Nous verrons ainsi par la suite comment les différentes formes de sollicitation de vécu du *B.E.A.U* relèvent, selon nous, d'un rapport agentif au design représentant une réelle perspective pour l'expologie du design.

2. Solliciter le vécu des publics

2.1 Contexte du projet

Le Bureau Éphémère d'Activation Urbaine (*B.E.A.U*) est un projet de design participatif porté en 2015 par l'association Carton Plein à l'occasion de la neuvième édition de la Biennale Internationale du design de Saint-Étienne. Née en 2010, l'association Carton Plein est un lieu d'expérimentation collectif où se regroupent architectes, sociologues, artistes, aménageurs, designers, autour de projets de transformations des espaces publics. Elle propose des explorations sensibles de sites, des aménagements éphémères ou semi-pérennes et un observatoire des usages sur la fabrique de la ville. L'association souhaite participer à l'évolution de la conception de l'espace public et à l'invention de nouveaux modèles d'urbanité.

Le *B.E.A.U* est au cœur des problématiques de l'association. Il correspond à l'activation citoyenne des rez-de-chaussée vacants du quartier Jacquard de Saint Etienne. Anciennement considéré comme un poumon commercial, ce quartier est niché entre deux pôles forts de la ville mais dépourvu de vitalité et de dynamiques locales. Comme l'indique Carton Plein : « L'arrivée et le développement des grandes surfaces en périphérie ainsi que la transformation des modes de vie, des manières d'habiter et de consommer ont provoqué la fermeture de nombreux commerces de proximité. Des rues entières se vident, chaque fermeture fragilisant les boutiques voisines… Or ces petites boutiques représentent des terreaux de sociabilité importants où l'on croise ses voisins, où l'on rencontre l'âme sœur, où l'on côtoie des inconnus… Alors lorsqu'elles ferment, c'est autant de liens qui disparaissent[43]. »

L'objectif du *B.E.A.U* est donc de cultiver la vitalité potentielle du quartier en imaginant collectivement des scénarios de transformation des rez-de-chaussée comme autant de vitrines de la ville. L'origine du *B.E.A.U* fait partie d'un projet, intitulé *Sainté Itinéraires Croisés* et initié lors des Journées Européennes du Patrimoine de 2014. Le but de ce projet est également la réactivation des nombreux rez-de-chaussée vacants de la ville en s'appuyant sur les ressources locales et sur l'identité cosmopolite de Saint-Étienne. Le *B.E.A.U* est donc une poursuite plus ciblée et opérationnelle de ce projet. La volonté de Carton Plein était la mise en œuvre d'une expérimentation à échelle 1 et à ciel ouvert où l'action collective et participative serait au centre. Un des soutiens majeurs du projet fut l'Établissement Public d'Aménagement de Saint-Etienne (EPASE). Né en 2007, cet EPA est né de la volonté de développer l'attractivité de la ville suite à la désindustrialisation brutale de Saint-Etienne. L'enjeu de l'EPASE est d'intervenir à un niveau ciblé, celui du quartier où les petites rues et liaisons entre les zones de requalification peuvent être travaillées. C'est d'ailleurs en 2010 que le site des *Cartonnages Stéphanois* devient, sous l'impulsion de l'EPASE, un espace public temporaire, *La Cartonnerie*, qui donnera naissance à l'association Carton Plein. Fort de cette collaboration, les deux entités ont travaillé ensemble dans le cadre du *B.E.A.U*, l'EPASE mettant à disposition des rez-de-chaussée vacants et Carton Plein

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

faisant participer les membres de l'EPASE à diverses activités dans le but de les sensibiliser à des méthodes et outils d'urbanisme participatif. Dans ce contexte, la biennale représenta l'opportunité de faire rayonner le projet en attirant des contributeurs (designers, aménageurs, architectes, etc.). Pour l'association, la période était également favorable à ce type de projet puisque le Plan Local d'Urbanisme (PLU), très rigide, était en pleine refonte ce qui leur offrait l'occasion, avec l'appui de l'EPASE, de repenser son contenu afin d'influer sur la nouvelle version du PLU.

2.2 La place du vécu des publics

Durant 3 semaines, l'équipe a prototypé des activités nouvelles au cœur du quartier Jacquard par le biais de situations participatives. Un des rez-de-chaussée servit de bureau principal[44] : à la fois lieu d'échange, de coproduction et de projection collective, ce bureau constituait le point névralgique du projet invitant habitants et commerçants à venir s'exprimer et catalysant les idées de chacun pour les redéployer dans le quartier. Trois angles d'activités furent proposés.



Figure 1. Entrée du bureau principal du B.E.A.U, Saint-Etienne, 2015.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5



Figure 2. A l'intérieur, un meuble central servait de bureau d'accueil et de station de travail, Saint-Etienne, 2015.

2.2.1 L'agence (hihi)mobilière

Pour amorcer le *B.E.A.U*, un appel à candidature avait été préalablement diffusé afin d'investir quelques-uns des rez-de-chaussée : une dizaine de porteurs de projets répondirent à l'appel. Parmi les boutiques occupées, Le *Cercle des Éducations Heureuses* proposait à tous ceux qui le souhaitaient de tester des situations de pédagogies alternatives. La boutique *Terre des villes* proposait des ateliers d'enduit de terre crue dans le but de participer à une installation collective. Les archives municipales de la ville invitaient les habitants à recueillir leur mémoire dans le cadre de la préparation d'une exposition temporaire consacrée à l'héritage des migrations sur le territoire stéphanois.

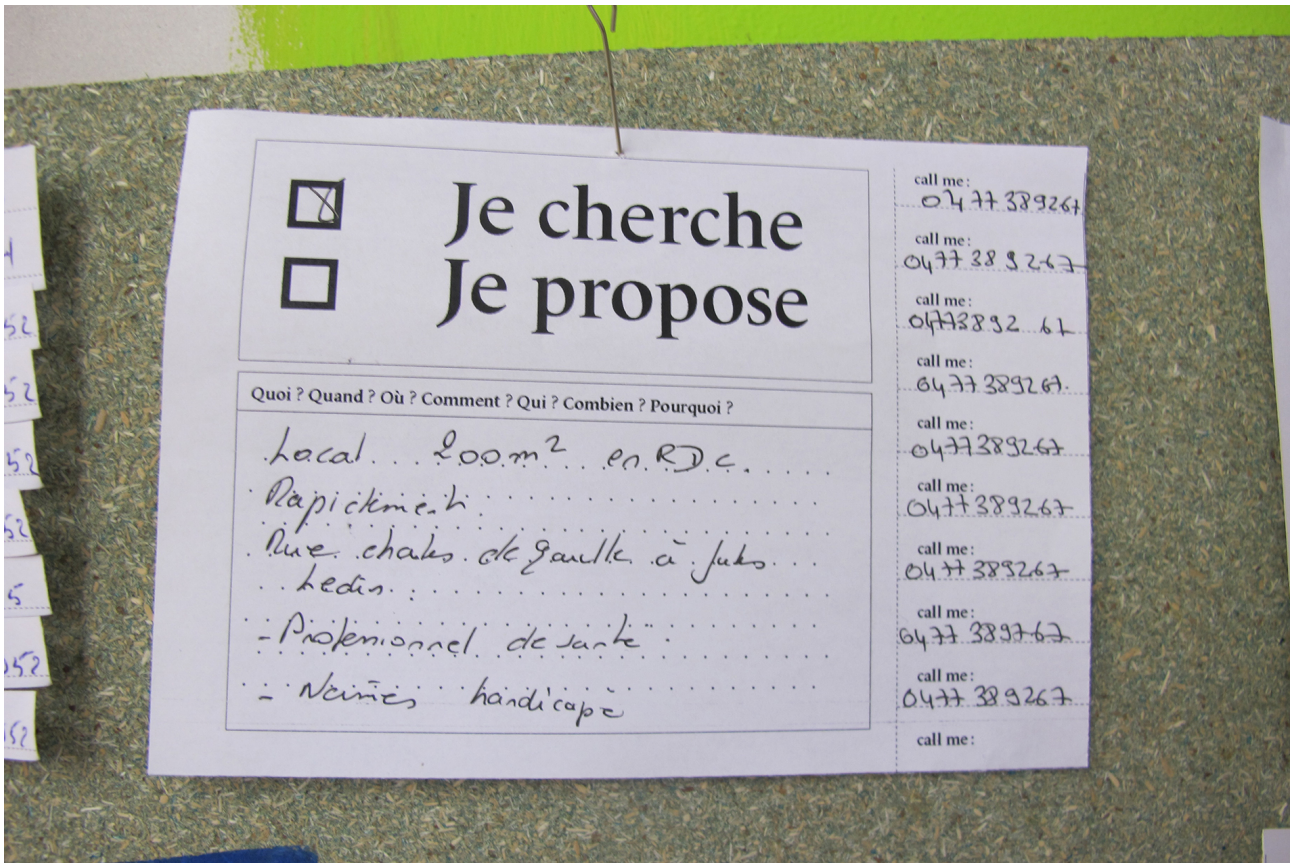
Pour le reste des rez-de-chaussée vacants, l'équipe a mis en place l'agence *(hihi)mobilière* pour mettre en lien des porteurs d'initiatives et des boutiques vacantes. Au sein du bureau principal, une cartographie du quartier permettait à Carton Plein de relever les espaces vacants et ceux temporairement occupés. Elle était également l'occasion de discuter avec les potentiels porteurs de projet[45].

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5



Figure 3. Des membres de l'équipe discutent avec des porteurs de projets, Saint-Etienne, 2015.

Sur un mur du bureau, un panneau de petites annonces permettait de connecter l'offre à la demande du quartier (mise à disposition d'un local en rez-de-chaussée ou recherche d'un rez-de-chaussée pour un professionnel de santé par exemple[46]).



© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

Figure 4. Une petite annonce est affichée dans le bureau principal, Saint-Etienne, 2015.

Deux personnes de l'équipe étaient constamment présentes pour discuter avec les visiteurs et les potentiels porteurs de projets. L'association organisa également une soirée *speed-dating* pour faire se rencontrer porteurs d'initiatives et propriétaires (privés ou bailleurs sociaux). Chacun disposait de 3 minutes pour présenter son projet d'implantation ou son local vacant. Pour motiver les porteurs d'initiatives, l'équipe organisait régulièrement des *Toilettages de boutiques,* ouverts à tous, permettant de remettre au propre certains des rez-de-chaussée pour révéler leurs qualités. Au fil du temps, le bureau principal est devenu le lieu de véritables discussions sur l'histoire du quartier, les enjeux du commerce de proximité, les possibles réouverture et transformations (un homme désirant transformer son rez-de-chaussée en garage), les manques et les besoins (une dame souhaitant ouvrir un lieu pour que des personnes âgées puissent se connecter à internet tout en discutant). Lorsqu'un porteur de projet décidait de s'engager, une convention spécifique était mise en place : les propriétaires s'engageaient à la remise en eau et en électricité, tandis que les occupants éphémères fournissaient un bilan de la boutique et de ses potentiels aux propriétaires à la fin du test.

Durant les trois semaines d'expérimentation, l'agence a permis l'occupation temporaire de six autres rez-de-chaussée vacants dont un cinéma de quartier, des ateliers pédagogiques pour les enfants, des cours de danse, un studio d'enregistrement[47], etc...



Figure 5. Une des boutiques sert de studio éphémère d'enregistrement, Saint-Etienne, 2015.

Pour supporter ces activités naissantes, deux boutiques-outils, pensées par l'association, proposaient leur aide aux boutiques éphémères. *Les Vieux Beaux* était dédié à la réalisation concrète des besoins des porteurs de projets ou des commerçants déjà installés dans le quartier : mobilier d'exposition, bar, tables, etc. Animé par le Collectif Etc. composé d'architectes, *Les Vieux Beaux a également travaillé sur des micro-installations dans l'espace public :* du mobilier urbain conçu à partir d'anciens conteneurs à papier et d'anciens mobiliers d'école, stockés dans les locaux techniques de la ville[48].

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5



Figure 6. Une micro-installation des Vieux Beaux est utilisée, Saint-Etienne, 2015.

La fabrication de ces mobiliers fut l'occasion d'inviter différentes structures à venir participer : des jeunes de l'AGASEF et de l'amicale laïque Chapelon par exemple. La deuxième boutique outil, *Typotopy*, était une boutique de création typographique et graphique. Animée par une dizaine de designers graphiques (Costanza Matteucci, Bruno Bernard, Merry Lau, Lajos Major, Kaksi Design, collectif TRIA et l'atelier AAAAA), *Typotopy* a, dans un premier temps proposé des ateliers de création de polices en volumes, à partir de matériaux de récupération, dans le but de fournir des enseignes aux boutiques éphémères. Par la suite, chaque designer a développé un travail de conception avec une boutique déjà existante en travaillant sur leurs devantures[49]. *Typotopy* était également ouverte à tous dans le cadre d'ateliers typographique et d'expression graphique.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5



Figure 7. Une nouvelle enseigne est posée sur la devanture d'une boutique par Typotopy, Saint-Etienne, 2015.

2.2.2 L'agence de voyage OVNI

L'Office de Voyage Naturellement Internationale (OVNI), proposait des balades urbaines prenant la forme d'une fausse agence de voyage. En s'appuyant sur la métaphore du voyage en avion, les animateurs portaient des accessoires représentants un équipage d'avion : stewards, commandant de bord, etc. L'équipage s'est ainsi réapproprié les discours habituellement entendus dans des publicités d'agences de tourisme et dans des consignes de sécurité d'avion : « Welcome on board, […] vous avez choisi le tour inédit *Sainté par ses boutiques*. […] En cas d'émerveillement, de découvertes inattendues, n'oubliez pas de respirer normalement *breath normally breath normally*. […] ». Les balades se concentraient sur les activités de quartier par le biais de ses boutiques et rez-de-chaussée vacants. Ainsi, lors de la première semaine du projet, une marche inaugurale fut réalisée pour donner davantage de visibilité aux boutiques éphémères qui venaient d'ouvrir. Les deux semaines suivantes des *Tournées boutiques* étaient organisées : des sorties dans le quartier où les participants pouvaient visiter les boutiques vides et les commerces existants, l'occasion pour les commerçants de déclamer des publicités dans la rue. Lorsque le contexte s'y prêtait, ces balades était l'occasion de réaliser des petites actions de nettoyage de certaines vitrines afin de laisser les graphistes de *Typotopy* prendre le relais pour intervenir[50].

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5


Figure 8. Une action de nettoyage de vitrine, Saint-Etienne, 2015.



Figure 9. Une propriétaire de boutique fait sa publicité lors d'une visite OVNI, Saint-Etienne, 2015.

Ces balades ont également été mises à profit dans le cadre du workshop *Crossroad 2015*, organisé les deux premiers jours du projet par Carton Plein, réunissant 50 designers européens afin d'explorer le quartier Jacquard et alimenter le travail de l'équipe. Les designers participants se sont immergés dans le quartier par le biais de balades sonores du quartier (avec les yeux bandés) et de rencontres avec les commerçants.

D'autres thématiques furent proposées : animées par deux membres de l'EPASE, *Jacquard, Zone à Enjeux !* présentait les enjeux du quartier et de sa transformation. Par le biais d'une séance d'écoute et d'écriture collective, *Plongeon au cœur du Marché Jacquard* permettait aux participants de s'imprégner des ambiances du marché du quartier. La boutique-outil *Typotopy*

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

organisa la balade *Signes et lettres de rues* afin d'explorer l'évolution du quartier à travers ses enseignes commerciales et ses typographies. *Le quartier sur écoute* était une balade sonore consistant à percevoir les qualités sonores des rues, des places et cours d'immeubles.

2.2.3 Les Studios Carton

Les Studios Carton avaient pour but de collecter les différentes données du projet, afin de les redonner à voir sous forme de vidéos notamment. Ils constituaient donc un outil de documentation essentiel mettant en partage les questionnements soulevés et les réponses du projet. En plus de cela, *les Studios Carton* mettaient à disposition, au sein du bureau principal, un espace d'écoute de témoignages des différents commerçants de Jacquard afin de valoriser le patrimoine oral du quartier. Chaque semaine, pour annoncer les différentes actions, un chœur intitulé L*e cri de la Gazette* clamait collectivement les informations du *B.E.A.U*[51].



Figure 10. Le Cri de la Gazette annonce les différentes activités de la semaine, Saint-Etienne, 2015.

Enfin, une gazette et un blog ont également été réalisés afin de relever l'ensemble des activités réalisées chaque semaine. De façon ponctuelle, les studios accompagnaient également des projets comme le *Don du Son* qui offrait la possibilité à des artistes stéphanois de venir enregistrer leurs musiques au sein d'une des boutiques éphémères.

Les *Studios Carton* diffusaient également des séances de *Tempêtes de Cerveaux*, à savoir des temps de discussions et de réflexions autour des thématiques du *B.E.A.U*. Ces moments de tables rondes étaient l'occasion, pour Carton Plein, d'inviter des personnes autour d'un sujet spécifique : les enjeux de la cartographie collaborative dans le cadre de projets d'aménagement urbain par exemple. Lors de cette séance, des acteurs de la Cité du design, de France nature environnement Auvergne-Rhône-Alpes, des architectes et urbanistes ont réfléchi à la question de la libération des données publiques ou aux outils d'observation des transformations urbaines. La carte de l'agence *(hihi)mobilière* servait ainsi de support à la discussion[52].

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5



Figure 11. La Tempête de Cerveaux sur la cartographie collaborative a lieu au sein du bureau principal du B.E.A.U, Saint-Etienne, 2015.

Lors d'une autre *Tempête de Cerveaux*, l'association a rassemblé, des étudiants en architecture, la société d'investissement solidaire Crêt de Liens, des acteurs de l'EPASE et de la Ville de Saint-Etienne autour de la notion de vacance et des rez-de-chaussée du quartier. Au total, ce sont sept *Tempêtes de Cerveaux* qui se sont succédées durant les 3 semaines de projet, fournissant une matière à penser pour l'association et un moment de fédération de la part d'acteurs divers.

2.3 Les suites du projet : quels effets à long terme ?

Un an après le *B.E.A.U*, à partir de 2016, l'EPASE engagea différents programmes d'aménagement, tournés vers le résidentiel[53] plutôt que l'activité commerciale comme le programme de réhabilitation *La Rubanerie* ou l'*Îlot Grand-Bonnet Balzac.* En 2018, le quartier reçut la labellisation *Ecoquartier* dans le cadre de la consultation nationale et citoyenne *Villes et territoires de demain*. Ce label récompense la démarche de requalification du quartier Jacquard. Aujourd'hui, le quartier fait l'objet d'une Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat (Opah-Ru) dans la continuité des actions menées autour de l'habitat. Cette opération, portée sur 5 ans, aura pour but poursuivre la réhabilitation du patrimoine bâti et l'amélioration du confort des logements.

Pour Carton Plein, la collaboration avec l'EPASE continua au sein du projet *Le Réveil du Viaduc.* L'EPASE proposa à l'association de travailler sur la première phase de transformation des espaces publics situés autour du viaduc de la ville. L'association organisa une série d'ateliers avec les différents partenaires dans le but de délivrer un diagnostic partagé du projet. Carton Plein chercha à outiller les différents acteurs du territoire pour que les projets d'aménagement et propositions événementielles se poursuivent en bonne intelligence.

L'association resta également active dans sa réflexion sur les rez-de-chaussée vacants. Juste

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

après la fin du *B.E.A.U*, elle poursuivit son effort en collaborant avec l'association d'éducation populaire Crefad Loire autour du quartier Beaubrun. Dès la fin de la biennale de 2015, les deux associations commencèrent le même travail de terrain et d'exploration du quartier. Lors de la biennale de 2017, le projet *Ici bientôt!* pris donc place sur le même modèle du *B.E.A.U* dans le quartier Beaubrun. Le Crefad Loire reprit par la suite la coordination du projet en maintenant ouvert un espace dédié à la dynamique du quartier et à la réactivation de ses rez-de-chaussée vacants. Aujourd'hui, Beaubrun bénéficie de nouveaux espaces collaboratifs pérennes : *La Bricoleuse*, atelier associatif de bricolages et de pratiques numériques, *La Brouette*, un café culturel associatif ou encore la recyclerie *Pièces montées*. Le Cefrad Loire envisage désormais l'achat collectif d'un immeuble laissé à l'abandon dans le but de créer un Tiers-Lieu pour pérenniser la démarche.

3. L'exposition d'un autre rapport au design

3.1 Puissance transformatrice du design

La sollicitation du vécu par le biais de situations participatives a permis d'activer le *B.E.A.U* et de mener une transformation du quartier à court terme (le temps de la biennale) et de la ville à long terme (par le biais notamment du *Réveil du Viaduc* et *d'Ici bientôt*). C'est grâce à la participation volontaire des commerçants, habitants et visiteurs que le projet a pu générer une puissance transformatrice. C'est cette capacité du design à transformer[54] une situation considérée comme problématique qui s'est exposé aux participants. Ces derniers se sont alors constitués en public au sens de John Dewey[55]. Un public est un ensemble de personnes qui décident de se regrouper afin d'agir sur des problèmes, ou troubles, que ce groupe subit. Le public va ainsi traduire ce trouble en problématique grâce à un travail d'enquête (comme les *Tempêtes de Cerveaux* ou la récolte de témoignages) qui sera résolu par l'intermédiaire d'actions collectives et d'expérimentations (les boutiques éphémères, les micro-installations dans l'espace public ou les visites OVNI). Au travers de ces nombreuses actions, le public a engagé ce que nous appelons un rapport agentif au projet : le choix de leurs actions ont fait fonctionner le projet qui en retour a engagé une transformation du quartier.

3.2 Un rapport agentif au projet de design

Par le biais de ses activités participatives, le *B.E.A.U* a laissé le choix au public de se constituer et donc le choix d'agir, en fonction de ce que chacun considérait comme valable pour lui et en fonction de ses compétences[56]. L'adhésion au projet est donc une forme d'agentivité de la part des habitants, des commerçants et des partenaires du projet. En participant, chacun exerce volontairement une influence sur le cours de sa vie et de ses actions mais aussi celles des autres[57]. Par ailleurs, l'agentivité est ici davantage collective qu'individuelle puisqu'elle donne lieu à ce que Bandura nomme un environnement construit[58] où les efforts personnels de chaque membre du public contribuent à un but commun : la transformation du quartier. Par exemple, l'installation des micro-installations par les *Vieux Beaux* devant certaines boutiques a donné lieu à des échanges portant sur les possibilités d'usages et de vécus du quartier par les commerçants : « une piste serait d'imaginer un mobilier pour les vélos qui intègre tablette et assises, lors de dégustations. Il arrive que les gens demandent un café »[59]. Dans le cadre de *Typotopy*, le travail entre les graphistes et les commerçants nécessitait de chercher un langage et une vision communs dans la conception de leur vitrine.

Le *B.E.A.U* a ainsi développé une relation plus sensible au quartier[60], propice à l'agentivité et à ses potentiels de transformation à plus long terme. Par exemple, une des boutiques éphémères avait le souhait de maintenir ouvert un atelier afin que des particuliers réalisent leurs enduits terre crue eux-mêmes et repenser leurs intérieurs domestiques. Partant d'une situation familière, le public a donc vécu différemment son quartier au fil des trois semaines et s'est défamiliarisé petit à petit.

Le *B.E.A.U* peut être décrit comme un processus d'apprentissage expansif rejoignant directement la notion de public. Yrjö Engeström et Annalisa Sannino[61] explique que ce processus en sept étapes permet à des entités collectives de se rendre agentives. La première étape consiste dans la

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

remise en question ou le rejet de certains aspects de l'activité et des croyances associées (le manque de vitalité du quartier). Les deuxième et troisième étapes correspondent à l'analyse de la situation problématique et à la modélisation de ses résultats de façon à les rendre observables et transmissibles (le bureau principal du *B.E.A.U* comportait différents diagnostics du quartier). Les quatrième et cinquième étapes correspondent à l'étape d'expérimentation et d'application des solutions proposées. Enfin, la sixième et septièmes étapes consistent à évaluer les résultats. Dans ce processus, l'association Carton Plein facilite cet apprentissage expansif en mettant au point un programme d'actions en amont suffisamment ouvert aux redirections, appropriations et initiatives (réunions spontanées entre commerçants, une *Tempête de Cerveau* non programmée et les diverses actions des boutiques éphémères laissées libres de leur fonctionnement). L'autorité du projet est ainsi distribuée à quiconque souhaite y participer.

Enfin, s'inscrivant dans le cadre de la Biennale de Design Internationale, le *B.E.A.U* a bénéficié du statut d'exposition *IN* (catégorie des expositions davantage mise en avant que les expositions *OFF*). Ce statut légitimant a permis à l'association de présenter des pratiques de design qui n'allait pas forcément dans le même sens que d'autres expositions de la biennale. Contre l'urbanisme stratégique privilégiant les zones à forte attractivité commerciale, le *B.E.A.U* a permis à des acteurs de l'aménagement public d'expérimenter des formes d'urbanisme tactique et participatif, à contre-courant de leurs démarches habituelles. Pour les habitants et commerçants, c'était également une façon de relier de façon plus ou moins consciente leurs actions avec des enjeux de design. Au final, le projet s'est donc constitué avec la légitimité que lui conférait indirectement la biennale et la collaboration avec l'EPASE. L'association Carton Plein et le projet étaient donc investis d'une forme de reconnaissance[62] qui a pu jouer, non pas forcément durant la biennale au niveau du quartier mais par la suite, auprès des décideurs publics de la ville.

Ainsi, même si les suites du projet donnent peu de place à la redynamisation des rez-de-chaussée vacants, la puissance transformatrice à court terme du *B.E.A.U* a donné lieu à des actions plus pérennes (*Réveil du Viaduc* et *Ici bientôt*), poursuivant l'ambition du *B.E.A.U* à une autre échelle. L'agentivité du public permet donc, de façon indirecte, à la puissance transformatrice du design de se réaliser au-delà de l'espace-temps du projet initial.

3.3 Perspectives de l'exposition en design

Le rapport agentif au design que met en avant le *B.E.A.U* offre, selon nous, des perspectives pour l'expologie du design. D'abord, l'exposition devient un temps du projet en design. Pour reprendre Stéphanie Sagot et Jérôme Dupont, discutant du projet *Le bois de Sharewood*, l'exposition « ne constitue qu'un premier temps du projet et non une fin en soi. Elle est un temps du projet *in process,* un lieu de rencontre, de médiation mais aussi d'intégration du public dans le projet[63]. » Les enjeux de sensibilisation et d'exposition au design sont donc directement relié à des pratiques de design participatif où des outils d'expression individuels et publics facilitent la mise en action d'un vécu[64]. En changeant de contexte, l'exposition change donc de format en devenant une situation de projet qui se donne à vivre et s'expose à des non designers. L'exposition n'est pas pensée pour occuper un espace par le biais d'un agencement d'objets mais pour habiter une situation dont l'enjeu est sa transformation par ceux qui la vivent.

Cette performativité du vécu dans l'exposition pourrait être comparée à certaines approches dans le champ de l'art contemporain, notamment celle de l'esthétique relationnelle. Proposée par Nicolas Bourriaud en 1998, l'esthétique relationnelle se réfère à l'élargissement de l'œuvre d'art dans les années 90 à travers des productions « processuelles ou comportementales[65] ». Se référant au travail de Maurizio Cattelanen ou de Rirkrit Tiravanija, l'auteur décrit « un art prenant pour horizon théorique la sphère des interactions humaines et son contexte social plus que l'affirmation d'un espace symbolique autonome et privé[66] ». Ce qui est ainsi recherché c'est le moyen d'une relation directe et immédiate aux autres, d'une certaine interaction, l'œuvre devenant « une machine à provoquer des rencontres individuelles ou collectives[67] ». Or, dans notre cas, l'enjeu est ailleurs : l'objectif premier n'est pas le partage d'un sensible relationnel mais la mise en action du public dans la transformation des conditions matérielles de ce sensible où chaque choix, chaque action des habitants influence directement leur cadre de vie.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

L'exposition deviendrait alors un lieu de projet en potentiel qui donnerait des opportunités d'action à un public, autrement dit des affordances. Pour James Gibson, l'affordance désigne une propriété relationnelle d'un objet qui informe sur ce qu'on peut faire avec lui en fonction de nos capacités physiques, nos buts et nos intentions[68] (percevoir d'une chaise la possibilité de s'asseoir par exemple). Or, au sein du quartier de Jacquard, toutes les affordances ne sont pas perçues, et c'est bien ce qu'a voulu faire Carton Plein en révélant les affordances possibles du quartier. Le projet d'exposition/design revient à dévoiler les affordances non exploitées du quartier en y changeant les perceptions. Le *B.E.A.U* et son public ont donc agi pour révéler des potentiels qui sont devenus des opportunités d'actions désormais visibles. En quelque sorte, l'association a préparé le terrain à une nouvelle médiation au quartier, vécue et activée par ses habitants. Parce qu'intimement liée à l'activité de design, l'exposition constitue ainsi l'amorce de la puissance transformatrice du design qui, sans la participitation du public, n'existerait pas.

Conclusion

Parmi les trois rapports que l'exposition en design instaure habituellement (rapport esthétique, fonctionnel et axiologique), la place du vécu des visiteurs semble trop réduite pour faire sens et contribuer à une compréhension du design. Nous avons ainsi regardé comment, au sein d'un projet de design participatif, ce vécu jouait un rôle d'exposition au design. Ici, l'exposition se mêle au projet de design en sollicitant la participation d'un vécu direct et indirect. Ce qui est recherché c'est la mise en œuvre d'un sens pratique, critique et créatif d'un public au sein de l'exposition[69] faisant émerger un rapport agentif au design. Ce quatrième rapport ne peut nécessairement pas s'inscrire dans la continuité d'un modèle muséal de l'exposition mais au contraire en proposer une forme réactualisée. Toutefois, cette forme ne rompt pas totalement avec le musée car elle rejoint sa mission sociale et notamment les formes de l'action culturelle comme le soutient Serge Chaumier :

> « Ainsi la conception de l'exposition peut-elle explorer une des formes de l'action culturelle, celle d'agir avec les intéressés et pas seulement pour eux, gage très certainement d'une plus grande efficacité dans la sensibilisation au thème[70] ».

L'expologie du design, dans ses formes les plus dynamiques, pourrait se rapprocher de l'action culturelle en privilégiant une forme de sensibilisation dans l'action. Dans cette perspective, elle ne renverrait plus seulement à une pratique réservée aux institutions culturelles mais deviendrait la possibilité de faire émerger du projet en design.

Bibliographie

Auziol, Brigitte, *Exposer le design : Formes et intentions*, Avignon Université, Thèse de doctorat, sous la direction de Marie-Sylvie Poli, 2019.

Bandura, Albert, « Toward a psychology of human agency », *Perspectives on psychological science*, vol. 1, n°2, 2006, p. 164-180.

Bletcher, Joanna, *Prototyping the exhibition. A practice-led investigation into the framing and communication of design as a process of innovation*, Université de Dundee, Thèse de doctorat, sous la direction de Louise Valentine, 2016.

Boelen, Jan, « Curating connection: the case of the biennial of design Ljubljana, Slovenia », dans Ryan, Zoë, *As Seen. Exhibitions that Made Architecture and Design History,* Londres, Yale University Press, 2017.

Carpentier, Nico, « Différencier accès, interaction et participation », dans Morelli Pierre, Pignard-Cheynel, Nathalie, Baltazart, Didier, *Publics et TIC. Confrontations conceptuelles et recherches*

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

empiriques, Nancy, PUN-Éditions universitaires de Lorraine, 2016, p. 45-69.

Charaudeau, Patrick, « Chapitre 4. Du contrat de communication en général », dans Charaudeau, Patrick, *Les médias et l'information : L'impossible transparence du discours*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2011.

Charman, Helen, « *Just what is it that makes curating design so different, so appealing?* », dans Farrelly, Liz et Weddell, Joanna, *Design objects and the museum*, Londres, Bloomsbury Academic, 2016, p. 137-148.

Chaumier, Serge, « Évolutions des expositions et transformation des rapports entre l'institution et ses publics », *La Lettre de l'OCIM*, n°150, 150, 2013, mis en ligne le 29 novembre 2015, consulté le 11 novembre 2019.

Davallon, Jean, *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan, 1999.

Engeström, Yrjö et Sannino, Annalisa, « La volition et l'agentivité transformatrice : perspective théorique de l'activité », *Revue internationale du CRIRES : innover dans la tradition de Vygotsky*, vol 1, n°1, 2013, p. 4-19.

Jézégou, Annie, « L'agentivité humaine : un moteur essentiel pour l'élaboration d'un environnement personnel d'apprentissage », *Sciences et Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Éducation et la Formation,* n°21, 2014, p. 269-286.

Marion, Gilles, « L'émergence de la valeur d'usage et l'"agentivité" des objets matériels », *Revue française de gestion*, vol. 43, n°265, 2017, p. 71-91.

Manzini, Ezio, « Design in the transition phase: a new design culture for the emerging design. », *Design Philosophy Papers*, n°13, 2015.

Russell, Gillian, *Re/staging: critical design and the curatorial. An analysis of emerging product design and the museum as context*, Royal College of Art, Thèse de doctorat, sous la direction de Jana Scholze, 2017, chapitre 3.

Sagot, Stéphanie et Dupont, Jérôme, « Art contemporain, design contextuel et nouvelles pratiques curatoriales », *Figures de l'art*, n°29, 2015.

Sanders, Elizabeth B.-N., « From user-centered to participatory design approaches », dans Frascara, Jorge, *Design and the social sciences: making connections*, Boca Raton, CRC Press, 2002. p. 18-25.

Usherwood, Barbara, « The design museum: Form follows funding », *Design issues*, vol. 7, n°2, 1991, p. 76-87.

Watson, Fleur, *The Agency of Encounter: Performative curatorial practice for architecture and design*, RMIT University, Thèse de doctorat, sous la direction de Leon van Schaik AO et Robyn Healy, 2015.

Crédits et légendes

Figure 1. Entrée du bureau principal du *B.E.A.U*, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 2. A l'intérieur, un meuble central servait de bureau d'accueil et de station de travail, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 3. Des membres de l'équipe discutent avec des porteurs de projets, Saint-Etienne, 2015. ©

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

Carton Plein

Figure 4. Une petite annonce est affichée dans le bureau principal, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 5. Une des boutiques sert de studio éphémère d'enregistrement, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 6. Une micro-installation des *Vieux Beaux* est utilisée, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 7. Une nouvelle enseigne est posée sur la devanture d'une boutique par *Typotopy*, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 8. Une action de nettoyage de vitrine, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 9. Une propriétaire de boutique fait sa publicité lors d'une visite *OVNI*, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 10. Le *Cri de la Gazette* annonce les différentes activités de la semaine, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

Figure 11. La *Tempête de Cerveaux* sur la cartographie collaborative a lieu au sein du bureau principal du B.E.A.U, Saint-Etienne, 2015. © Carton Plein

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

1. Davallon, Jean, « Pourquoi considérer l'exposition comme un média ? », *Médiamorphoses*, n°9, novembre 2003, p. 27-30.
2. Auziol, Brigitte, *Exposer le design : Formes et intentions*, Avignon Université, Thèse de doctorat, sous la direction de Marie-Sylvie Poli, 2019, chapitre 2, p. 139-163.
3. Taylor, Damon, « Gallery envy and contingent autonomy: exhibiting design art », dans Farrelly, Liz et Weddell, Joanna, *Design objects and the museum*, Londres, Bloomsbury Academic, 2016, p. 92.
4. Imbert, Clémence, « "Vous en faites une œuvre". Quelques réflexions sur les expositions de graphisme », *Graphisme en France*, n°24, p. 6-29.
5. Bletcher, Joanna, *Prototyping the exhibition. A practice-led investigation into the framing and communication of design as a process of innovation*, Université de Dundee, Thèse de doctorat, sous la direction de Louise Valentine, 2016, chapitre 3, p. 121.
6. Comme l'indique Anne Beyaert-Geslin, «la sculpture se présente comme un volume qui sollicite un point de vue mobile et maintient l'observateur à bonne distance. Si l'objet d'art est un objet à voir, l'objet domestique, lui, sert à modifier le monde de manière active, il est un objet à toucher. De plus, la temporalité de l'objet sculptural est déterminée par sa vocation esthétique qui produit un temps sensible, à part. Celle de l'objet domestique se base sur la répétition de l'habitude relevant de l'accompli. C'est l'aura même de l'objet qui est aussi à différencier. L'aura liée au geste dépendrait d'une mémoire involontaire à la différence de l'aura de l'œuvre qui dépendrait d'un discours pouvant être reconstruit et trié à tout moment». *Cf.* Beyaert-Geslin, Anne, *Sémiotique du design*, Paris, Presses universitaires de France, coll. Formes sémiotiques, 2012, p. 19-67.
7. Bletcher, Joanna, *Prototyping the exhibition. A practice-led investigation into the framing and communication of design as a process of innovation*, *op.cit*., p. 82-127.
8. Davault, Marguerite, Ratnayake, Aruna et de Saint Jean, Xavier, « Exposition des expositions », *Azimuts,* n°32, mars 2009, p. 28.
9. Mer, Stéphane, Jeantet, Alain et Tichkiewitch, Serge, « Les objets intermédiaires de la conception : modélisation et communication », Dans Caelen, Jean et Zriek, Khaldoun, *Le communicationnel pour concevoir*. Paris, Europia, 1995, p. 21-41.
10. Sylvia Lavin alerte toutefois que ces objets peuvent également être exposés pour leur valeur esthétique. Certains curateurs présentent donc parfois des dessins ou prototypes non moins pour l'information qu'ils peuvent apporter mais avant tout pour leur qualités plastiques. Le processus devient ainsi le résultat. Lavin, Sylvia, « Just what is it that makes today's architectural exhibitions so different, so appealing? », dans Ryan, Zoë, *As Seen. Exhibitions that Made Architecture and Design History,* Londres, Yale University Press, 2017, p. 121.
11. Russell, Gillian, *Re/staging: critical design and the curatorial. An analysis of emerging product design and the museum as context*, Royal College of Art, Thèse de doctorat, sous la direction de Jana Scholze, 2017, chapitre 3, p. 47-72.
12. Auziol, Brigitte, *Exposer le design : Formes et intentions, op.cit,* p. 444.
13. C'est le cas de certaines expositions présentant des pratiques de design social, de design d'information ou d'interaction comme l'exposition *City Eco Lab*, de la Biennale Internationale de Design de 2008.
14. Bletcher, *Prototyping the exhibition. A practice-led investigation into the framing and communication of design as a process of innovation, op.cit.,* p. 95.
15. Pour réaliser l'analyse, nous nous sommes appuyés sur les trois logiques de l'exposition, décrites par Jean Davallon : la logique du discours, la logique du visuel et du spatial et la logique gestuelle que nous avons ensuite traduits sous forme de questions, renvoyant aux

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

axes d'analyses déterminées suite à l'étude de la littérature. Davallon, Jean, *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris, L'Harmattan, 1999. Nous avons pris la posture de « public-expert » proposée par Brigitte Auziol. Au sein de l'exposition le public-expert mobilise sa culture expographique pour proposer une critique de l'exposition qu'il vient de visiter. Auziol, Brigitte, *Exposer le design : Formes et intentions, op.cit,* p. 224.

16. Images de l'exposition : https://jerszyseymourdesignworkshop.com/project/coalition-of-amateurs-2009/#0 (consulté le 12 novembre 2020)
17. Images de la chaise : https://jerszyseymourdesignworkshop.com/project/workshop-chair-2009/#0 (consulté le 12 novembre 2020)
18. Images du dispositif : http://lesartscodes.com/galerie/#ut-portfolio-details-wrap-172 (consulté le 12 novembre 2020)
19. Féral, Josette, « De la performance à la performativité », *Communications,* n°1, 2013, p. 205-218.
20. Vidéo de présentation du dispositif : https://www.youtube.com/watch?v=bhhOHGQh8gQ (consulté le 12 novembre 2020)
21. *Ibid.*, p. 214.
22. Charman, Helen, « Just what is it that makes curating design so different, so appealing ? », dans Farrelly, Liz et Weddell, Joanna, *Design objects and the museum*, Londres, Bloomsbury Academic, 2016, p. 138-139.
23. Images du projet dans l'exposition : http://designparis1.com/?p=258 (consulté le 12 novembre 2020)
24. Watson, Fleur, *The Agency of Encounter: Performative curatorial practice for architecture and design*, RMIT University, Thèse de doctorat, sous la direction de Leon van Schaik AO et Robyn Healy, 2015, chapitre 2, p. 32-138.
25. Boelen, Jan, « Curating connection: the case of the biennial of design Ljubljana, Slovenia », dans Ryan, Zoë, *As Seen. Exhibitions that Made Architecture and Design History,* Londres, Yale University Press, 2017, p. 102.
26. La frise présente notamment le *Kinematicon*, la première machine d'autoréplication conçue par John von Neuman, le concepteur du superordinateur à l'origine de la bombe atomique, mais aussi des œuvres de fiction comme le *Replicator*, une machine capable de reproduire des objets à l'infini, imaginée en 1964 par Arthur C. Clarke, le scénariste de 2001, l'odyssée de l'espace.
27. Girard, Christian, « Penser, imprimer, repenser », dans Brayer, Marie-Ange, *Imprimer le Monde*, Orléans, Éditions Hyx, Paris, Éditions du Centre Pompidou, 2017, p 153-189.
28. Dans le cas d'*Imprimer le monde* le visiteur doit tout de même être en mesure de se procurer le catalogue d'exposition pour prolonger l'expérience de sa visite en dehors de l'espace d'exposition.
29. Usherwood, Barbara, « The design museum: Form follows funding », *Design issues*, vol. 7, n°2, 1991, p. 85.
30. Poinsot Jean-Marc, *Quand l'œuvre a lieu : l'art exposé et ses récits autorisés*. Genève, Musée d'art moderne et contemporain (MAMCO), Villeurbanne, Institut d'art contemporain (IAC), 1999.
31. Bourriaud, Nicolas, *Esthétique relationnelle*. Les presses du réel, 2001.
32. Chaumier, Serge, « Évolutions des expositions et transformation des rapports entre l'institution et ses publics », *La Lettre de l'OCIM*, n°150, 150, 2013, mis en ligne le 29 novembre 2015, consulté le 11 novembre 2019.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

33. *Ibid.,* p.7
34. *Ibid.,* p.7
35. *Ibid.,* p.8
36. Dans *Coalition of Amateurs*, certains publics, inhibés par la présence du designer ou simplement par l'acte de faire, se mettaient à l'écart. Dans le cas *d'Imprimer le Monde*, nous avons que le dispositif de création d'objets en 3D n'invite pas le public à se poser des questions autres que formelles.
37. Carpentier, Nico, « Différencier accès, interaction et participation », dans Morelli Pierre, Pignard-Cheynel, Nathalie, Baltazart, Didier, *Publics et TIC. Confrontations conceptuelles et recherches empiriques*, Nancy, PUN-Éditions universitaires de Lorraine, 2016, p. 45-69.
38. *Ibid.*, p. 57.
39. Pateman, Carole, *Participation and Democratic Theory*, Cambridge, Cambridge University Press, 1970.
40. *Ibid.*, p. 70
41. *Ibid.*, p. 71
42. Charaudeau, Patrick, « Chapitre 4. Du contrat de communication en général », dans Charaudeau, Patrick, *Les médias et l'information : L'impossible transparence du discours*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2011, p. 49-55.
43. Extrait de la Gazette du B.E.AU, consultée le 11 novembre 2020, disponible sur : http://carton-plein.org/beaujacquard/quel-avenir-pour-les-rez-de-chaussee-du-quartier/
44. Images du bureau principal : http://carton-plein.org/beaujacquard/semaine-1-une-fabrique-citoyenne-de-lespace-public/ (consultée le 15 novembre 2020).
45. Image de la cartographie : http://carton-plein.org/beaujacquard/quel-avenir-pour-les-rez-de-chaussee-du-quartier/ (consultée le 15 novembre 2020).
46. Images d'annonce affichée : http://carton-plein.org/beaujacquard/lagence-hihimobiliere/ (consultée le 15 novembre 2020).
47. Images du studio d'enregistrement : http://carton-plein.org/beaujacquard/quelles-vitrines-pour-la-ville-cosmopolite/ (consultée le 15 novembre 2020).
48. Images des micro-installations des *Vieux Beaux* : http://carton-plein.org/beaujacquard/les-boutiques-outils/ (consultée le 15 novembre 2020).
49. Images du travail de *Typotopy* : http://carton-plein.org/beaujacquard/quelles-vitrines-pour-la-ville-cosmopolite/ (consultée le 15 novembre 2020)
50. Images d'une *Tournée boutique* : http://carton-plein.org/beaujacquard/quel-avenir-pour-les-rez-de-chaussee-du-quartier/ (consultée le 15 novembre 2020)
51. Image du *Cri de la Gazette* : http://carton-plein.org/beaujacquard/semaine-1-une-fabrique-citoyenne-de-lespace-public/ (consultée le 15 novembre)
52. Image : http://carton-plein.org/beaujacquard/quel-avenir-pour-les-rez-de-chaussee-du-quartier/
53. Les résultats de cette mission et les actions menées sont disponibles à cette adresse : epase.fr/les-aménagements/les-quartiers/jacquard (consulté le 15 juin 2020)
54. Weller, Jean-Marc, et Frédérique Pallez. « Les formes d'innovation publique par le design :

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5

un essai de cartographie », Sciences du Design, vol. 5, n°1, 2017, p. 32-51.

55. John, Dewey, *The Public and its Problems* (1927), repris dans *John Dewey. The Later Works*, vol. 2, édités par Jo Ann Boydston et associés, Carbondale, Southern Illinois University Press (1re éd., 1977), paperbound, 1983.
56. Morin, Émilie, Therriault, Geneviève et Bader, Barbara, « Le développement du pouvoir agir, l'agentivité et le sentiment d'efficacité personnelle des jeunes face aux problématiques sociales et environnementales : apports conceptuels pour un agir ensemble », *Éducation et socialisation*, n°51, 2019, p. 5.
57. Bandura, Albert, « Toward a psychology of human agency », *Perspectives on psychological science*, vol. 1, n°2, 2006, p. 164-180.
58. Jézégou Annie, « L'agentivité humaine : un moteur essentiel pour l'élaboration d'un environnement personnel d'apprentissage », *Sciences et Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Éducation et la Formation,* 2014, p. 274.
59. Extrait de l'étude d'usages du mobilier éphémère réalisé par le Collectif Etc, consultée le 11 novembre 2020. L'ensemble de l'étude est disponible : https://issuu.com/collectif-etc/docs/beau_etc_dossier_espace-public_1205/2
60. Marion, Gilles, « L'émergence de la valeur d'usage et l'"agentivité" des objets matériels », *Revue française de gestion*, vol. 43, n°265, 2017, p. 85.
61. Engeström, Yrjö et Sannino, Annalisa, « La volition et l'agentivité transformatrice : perspective théorique de l'activité », *Revue internationale du CRIRES : innover dans la tradition de Vygotsky*, vol 1, n°1, 2013, p. 9.
62. Marion, Gilles, « L'émergence de la valeur d'usage et l'"agentivité" des objets matériels », *op. cit.,* p. 81.
63. Sagot, Stéphanie et Dupont, Jérôme, « Art contemporain, design contextuel et nouvelles pratiques curatoriales », *Figures de l'art*, n°29, 2015, p.322.
64. Sanders, Elizabeth B.-N., « From user-centered to participatory design approaches », dans Frascara, Jorge, *Design and the social sciences: making connections*, Boca Raton, CRC Press, 2002. p. 18-25.
65. Bourriaud, Nicolas, *Esthétique relationnelle, op.cit.*, p.7.
66. *Ibid.,* p. 14
67. *Ibid.,* p.30.
68. Luyat, Marion et Regia-Corte, Tony. « Les affordances : de James Jerome Gibson aux formalisations récentes du concept », *L'Année psychologique*, vol. 109, n°2, 2009, p. 309.
69. Trois facultés qui, pour Manzini, correspondent à un acte de design. Manzini, Ezio. « Design in the transition phase: a new design culture for the emerging design », *Design Philosophy Papers*, vol. 13, n°1, 2015, p. 57-62.
70. Chaumier, Serge, « Le Public, acteur de la production d'exposition ? Un modèle écartelé entre enthousiasme et réticences », Dans Eidelman, Jacqueline, Roustan, Mélanie, Goldstein, Bernadette*, La Place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris, La Documentation française, 2008, p. 250.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-21 03:26:39, depuis le 216.73.216.5