



HAL
open science

Créa-Fiction : nourrir la créativité par le design-fiction

Maureen Romeas

► **To cite this version:**

Maureen Romeas. Créa-Fiction : nourrir la créativité par le design-fiction. Gestion et management. 2019. dumas-02351019

HAL Id: dumas-02351019

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02351019>

Submitted on 6 Nov 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



Mémoire de recherche



CREA-FICTION

Nourrir la créativité par le design-fiction

Présenté par : ROMEAS Maureen

Entreprise d'accueil : Groupe SEB (SEBLab)
112 chemin du moulin Carron 69130 Ecully

Date de stage : du 03/09/2018 au 02/08/2019

Tuteur entreprise : COMPEAU Jean-Louis
Tuteur universitaire : MERMINOD Valéry

Master 2
Master Management de l'innovation
Spécialité formation en alternance
2018 - 2019



CRÉA-FICTION

NOURRIR LA CRÉATIVITÉ PAR LE DESIGN FICTION



MAUREEN ROMEAS - MASTER MANAGEMENT DE L'INNOVATION - 2018/19

SEB DÉVELOPPEMENT (GROUPE SEB) - IAE GRENOBLE

COMPEAU JEAN-LOUIS (TUTEUR ENTREPRISE) - MERMINOD VALÉRY (TUTEUR UNIVERSITAIRE)

ÉDITO

Sculpture futuriste à exposer au sein d'un musée, magazine édité en 2030 présentant des produits inconnus, cartes de visite d'une entreprise de 2025. Toutes ces réalisations permettent de faire réagir celui qui les observe. En lui présentant l'envers du décor de mondes futuristes, utopiques ou dystopiques, le design-fiction permet au spectateur de se questionner sur son propre avenir, ses choix...

Le processus de création de ces potentiels futurs se décompose en diverses étapes qui ont pu être observées dans des cas pratiques. La réalisation de design fiction se décompose en un scénario qui engendrera la fabrication d'artefacts et une exposition.

Ce mémoire se concentrera ensuite sur la possibilité et l'intérêt d'utiliser le design fiction comme outil catalyseur lors de séances de créativité. Ce questionnement s'appuie sur un cas d'étude du SEBLab au sein du Groupe SEB (leader mondial du petit électroménager).

PRÉFACE

Actuellement en alternance au sein du SEBLab : Laboratoire de créativité interne au Groupe SEB, je me questionne sur les apports du design comme source de créativité.

Les méthodes actuelles principalement inspirées du design thinking reposent principalement sur l'observation et la compréhension de l'utilisateur sans se poser de questions sur les vices des solutions envisagées.

C'est donc à travers mon regard de designer que le design-fiction m'est apparu comme une réponse potentielle au besoin de questionner les équipes de créativités sur les réels enjeux de leurs projets et leurs positionnements.

C'est pour cela que je tente à travers ce mémoire de faire entrer avec douceur le design fiction comme outil au sein des séances de créativités.

Pour ce faire, je me suis appuyée sur de nombreuses rencontres faites avec des pratiquants du design-fiction et leurs expériences (visibles en annexes de ce mémoire).

REMERCIEMENTS

Je souhaite remercier mes tuteurs de mémoire Valéry MERMINOD et Jean-Louis COMPEAU pour m'avoir aidé dans la réalisation de ce mémoire. Ainsi que l'équipe du SEBLAB qui m'a soutenu et a accepté de "jouer les cobayes" durant mes expérimentations.

Je remercie Antony MASSON, designer UX Digital au sein du Groupe SEB et May-Line GRASSI, designer chez SOMFY et ancienne étudiante de l'IAE qui ont suivi l'avancement de mon projet et ont su m'éclairer étape par étape pour comprendre toutes les subtilités du design fiction.

Je remercie tous ceux qui m'ont aidé à comprendre, tester et analyser cette pratique : Éric FACHE et l'école de design de Villefontaine, Maxime SIMON, Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE.

Pour finir, je remercie ma famille et mes amis pour avoir eu le courage de relire encore et encore ce mémoire pour éliminer le maximum de faute. Mais aussi, pour avoir supporté mes longues discussions sur le sujet.

SOMMAIRE

p.7

Introduction

En quoi le Design Fiction et ses pratiques peuvent permettre de nourrir la créativité des équipes innovation au sein du SEBLab?

Quand Design et fiction s'associent

p.13

Design-fiction, la néologie d'une association

Design fiction, la rencontre entre l'imaginaire de la fiction et la matérialisation du design.

p.17

Croire pour réagir

L'utilisation de la fiction au coeur du design permet au designer de faire réagir son auditoire.

p.21

Diverses formes de conception

Le design-fiction propose des formes de créations variés qui change les rôles en design.

p.25

- Observation-

Atelier de Design Fiction à l'IAE

Processus de création

p.29

La création d'un scénario

Le design fiction débute par la conception d'un scénario / une histoire à partager.

p.35

Exposer à une matérialité

La matérialisation de données fictionnelles permet la crédibilité du scénario fictif.

p.39

- Observation -

Design Fiction au Lycée Léonard de Vinci

Amener ces pratiques au sein du SEBLab

p.45

Mise en perspective des outils utilisés par le SEBLab

Réflexion sur l'utilisation de démarches inspirées du design thinking face à un environnement en changement

p.49

Le passé du design-fiction au SEBLab

*Etat de l'art concernant le design-fiction
au sein du SEBLab et de divers services
du groupe SEB*

p.51

**Mise en place du design-fiction au
sein du SEBLab**

*Tests d'outils propre au design-fiction
au sein du SEBLab et proposition de
process adaptés au développement du
design-fiction au SEBLab*

p.55

Conclusion

*Le design-fiction permet au sein du
SEBLab une nouvelle approche de
l'innovation avec un nouveau regard du
facilitateur sur l'innovation*

p.57

Bilan personnel

*Analyse de mon expérience personnelle
concernant la réalisation de ce mémoire
et le développement du sujet du design-
fiction*

p.58

Références

p.61

Annexes

- Session de design-fiction au SEBLab
- Entretien avec Stéphanie Compard
- Entretien avec May Line GRASSI
- Entretien avec Kim HELMBOLD
- Entretien avec Maxime SIMON
- Entretien avec Olivier WATHELET et
Nicolas MINVIELLE

INTRODUCTION

En 2010, l'œuvre Algaculture Symbiosis suit, des designers et artistes Michael Burton et Michiko Nitta, nous questionne sur le futur de notre alimentation. La création d'un système de production d'algues à partir du dioxygène expiré par l'Homme soumet l'idée d'autoproduction de sa nourriture.

En présentant la renaissance artificielle d'un proche à partir de datas issues des réseaux sociaux, l'épisode "Bientôt de retour"¹ de la série Black Mirror , nous laisse dans la réflexion concernant la relation intelligence artificielle et humains.

Ces deux exemples sont des œuvres de design-fiction. Cette pratique née en 2009, amène à une réflexion sur notre avenir à partir de la matérialisation de futurs. Elle permet de s'immerger dans des futurs pour mieux les comprendre et se questionner.

Actuellement, la projection consiste principalement à décupler les informations positives

1 Owen Harris. 2013. « Be Right Back ». Black Mirror.

actuelles pour donner une vision de ce que sera demain. A l'image de la société Samsung qui propose sa vision utopique du futur dans Welcome to the future². La proposition d'un monde idéalisé, presque parfait où les imperfections de notre monde actuel ont disparu. Ces imperfections, c'est ce que permet de questionner le design-fiction. Cette technique pour lors réservée à l'usage du monde artistique, tend à se développer avec l'usage de la pratique par des cabinets en innovation, au sein de séances de créativité.

Le SEB Lab est un espace du Groupe SEB (leader mondial du petit électroménager) permettant de rassembler les équipes innovation autour d'un problème commun et transformer des idées en innovation. A l'image d'un cabinet d'innovation interne. Pour se faire le SEB Lab développe de multiples méthodes d'accompagnement. La plupart de ces méthodes sont inspirés du design thinking, nourrissant l'innovation à partir de la créativité. Pour autant le service est à la recherche de méthode pour nourrir la créativité.

« la créativité peut nourrir l'innovation mais que faut-il pour nourrir la créativité ? »

Kim HELBOLD (directeur du design au sein du groupe SEB)

C'est donc l'intégration des méthodes et outils du design-fiction au sein du SEB Lab que traitera ce mémoire à travers la problématique suivante :

En quoi le Design Fiction et ses pratiques peuvent permettre de nourrir la créativité des équipes innovation au sein du SEB Lab?

Afin de développer cette problématique, ce mémoire commencera par comprendre le design-fiction avec l'analyse terminologique, historique et représentative du design fiction.

S'en suivra la mise en avant d'un processus mental de création de l'œuvre de design fiction à partir d'analyse de pratiques.

Enfin, ces prémices permettront de questionner les méthodes de créativité actuelles du SEB Lab pour développer des outils issus de design fiction adaptées aux besoins du SEB Lab pour nourrir la créativité.

2 Samsung. 2014. Welcome To The Future. <https://www.youtube.com/watch?v=XylvSIY0MTM>.



*Projet ALGACULTURE, 2010
par Michael BURTON & Michiko NITTA*

Avant de commencer le développement de ce mémoire, je souhaite définir certains termes et le sens qu'il en sera choisi au sein de ce mémoire :

Le design vision ou design prospectif correspond à l'ensemble des produits (objets, services...) proposés au sein d'une démarche de vision futuriste d'une entreprise. Cette démarche se base généralement sur le questionnement des besoins utilisateurs associés aux possibilités technologiques futures. On parle alors de vision design ou de vision prospective.

La créativité sera considérée comme l'étape de génération d'idées dans un processus d'innovation.

L'innovation sera considérée comme la création, le développement et le déploiement de produits (objets, services...) nouveaux pour une entreprise.

Au sein de ce mémoire seront dénommés œuvres toutes les réalisations faites à partir d'une démarche de design fiction

Ce mémoire se base sur un certain nombre d'exemples pour émettre des hypothèses, en aucun cas il ne se veut exhaustif. Il est donc du devoir du lecteur d'avoir un certain recul sur les données choisies et une réflexion critique sur les diverses conclusions proposées.

PARTIE 1

—

**QUAND DESIGN
ET FICTION
S'ASSOCIENT**

PARTIE 1

A – UNE ASSOCIATION NÉOLOGISTE

Le terme de design fiction est apparu en 2009 lorsque le designer produit, chercheur et ingénieur Julian Bleecker le présente dans un essai¹. Dans cet essai, le design fiction est défini comme “la relation entre le design, la science-fiction et les objets matériels qui aident à raconter des histoires sur l’avenir”. C’est donc l’association design et science-fiction qui sont au cœur de cette pratique.

Le design est un terme associé à la conception de produits. La discipline naît avec la révolution industrielle. La production en série crée la société de consommation et la nécessité de différenciation. C’est pour répondre à ces nouveaux besoins qu’apparaît le métier d’esthéticien industriel². L’esthéticien industriel (industrial designer en anglais) conçoit des produits pour les industriels afin de satisfaire les besoins et envies de leurs clients. Le métier se développe ensuite : UX

designer, designer graphique, designers produits, etc., en parallèle du développement de la société. Le designer a la capacité de transformer/matérialiser une idée en produit (objets, services...)

La science-fiction est un terme apparu en 1851³, mais c’est à partir des années 1930 que le terme se déploie aux Etats-Unis, puis en 1950 en France. Pour autant, il est reconnu que des ouvrages antérieurs tels que *Vingt mille lieues sous les mers* de Jules Verne font partis de ce genre. Le genre narratif science-fiction est aujourd’hui représenté par trois codes principaux⁴ :

- L’expérience de pensée (Que ce passe-t-il si ... ?)
- La distanciation cognitive (monde inhabituel qui entraîne un besoin de compréhension pour le lecteur)
- Les références à un bagage culturel

1 BLEECKER, J. 2009. « Design Fiction , A short essay on design, science, fact and fiction. » http://drbfw5wfjlxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction_WebEdition.pdf.

2 La naissance de cette activité est développée par Raymond Loewy, dans son ouvrage : Loewy, Raymond. 2009. *La laideur se vend mal*. Paris: Gallimard.

3 essai de William Wilson intitulé « A Little Earnest Book Upon A Great Old Subject »

4 « Définitions et fonctionnement de la science-fiction ». 2019. Blogspot. Portail de la science-fiction (blog). 9 décembre 2019. <https://science-fiction002.blogspot.com/2009/12/definitions-et-fonctionnement-de-la.html>.



Film *Retour vers le futur*, 1985
par Robert Zemeckis

commun (reconnaissance d'éléments pour le lecteur).

« Le design fiction s'appuie sur les imaginaires de la science-fiction, à la fois comme support aux exercices créatifs de projection, et comme exemple des limites de notre propre imaginaire. »⁵ explique le magazine *Usbek & Rica*. Maxime SIMON soutient cette explication dans son mémoire en questionnant la différence entre design-fiction, design de fiction et design pour la fiction. Il en ressort que le design-fiction à la différence des deux autres utilisent la fiction pour servir le design et non l'inverse, « *L'expression met davantage l'accent sur un design qui est lui-même fiction.* »⁶. Dans le cadre du design-fiction, le design n'est pas un outil pour servir une fiction, c'est la fiction qui se trouve en position d'outil pour servir une réflexion design. La science-fiction représente ainsi une forme de matérialisation d'un futur pour permettre une projection. Elle peut également être utilisée comme source

d'imaginaires. En effet, la science-fiction engendre la diffusion d'imaginaires collectifs, à l'image de la voiture volante (exemple ci-dessus). Cette idéologie diffusée à travers de nombreux supports crée un imaginaire collectif qui pourra ensuite être utilisé comme source de réflexion et de questionnements.

Cette utilisation de la fiction au service du design ne naît pas non plus avec le design-fiction.

Par chronologie, le premier mouvement en design utilisant cette technique se prénomme design radical. Ce mouvement émerge fin des années 1960 en Italie pour critiquer le Good design et la société de consommation qui lui est associée. L'objectif de ce mouvement est de faire réagir à travers des propositions utopiques, principalement dans le domaine de l'architecture. Les représentants principaux de ce mouvement sont Superstudio et Archizoom. Pour cela, les praticiens peuvent utiliser la création de villes

5 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017. « Design fiction, épisode 1 : comment rater une design fiction ». *Usbek & Rica* (blog). 13 juin 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-1-comment-rater-une-design-fiction>.

6 SIMON, Maxime. 2016. « Fiction Réaliste, Opportunités du design-fiction dans un contexte de projet ». Mémoire de recherche professionnel sous la direction de Sandrine Chatagnon et Guillaume Giroud, Villefontaine: Pôle supérieur de design de Villefontaine, Diplôme supérieur d'Arts Appliqués. https://issuu.com/maxsim_simon/docs/split_fiction-realiste_maximesimon.

fictives pour faire réagir, se questionner sur l'urbanisme, à l'image de l'exemple placé sur cette page.

Dans une approche plus contemporaine, Anthony Dunne (designer industriel) et Fiona Raby (architecte) sont aujourd'hui les représentants du critical design. Le studio de design Dunne et Raby basé à Londres depuis 1994 utilise le design pour discuter, critiquer, à travers par exemple le projet UMK (United Micro Kingdoms) et la réalisation de communautés⁷ : les digitalians, les communo-nuclearists... Ces communautés ont des formes de sociétés différentes en fonction des caractéristiques qu'elles ont choisi de développer. Par exemple les digitalians (société basée sur le digital) sont surveillés, trackés, ils misent sur les données et le marketing. Ils sont ainsi représentés dans des «véhicules» indépendants, possédant sur le dessus diverses antennes.

Dans la même lignée, apparaît dans les années 2000, le design spéculatif. Défini par Auger-Loizeau (Les designers James Auger et Jimmy Loizeau) comme : « *Speculative design combines informed, hypothetical extrapolations of an emerging technology's development with a deep consideration of the cultural landscape into which it might be deployed, to speculate on future products, systems and services* », il permet d'illustrer, de questionner le : que se passerait-il si ... Pour cela, il est intéressant d'étudier une réalisation

de ce groupe de designers : Audio Tooth Implant (2002)⁸ . Au sein de cette œuvre, les auteurs proposent une puce connectée à implanter dans une dent qui permet de communiquer à distance. Le produit est communiqué à travers un article diffusé sur le journal THE SUN. La diffusion de cet article entraîna diverses réactions positives et négatives de la part des lecteurs. De par son système de diffusion et sa matérialisation cette réalisation est généralement considérée comme la première œuvre de design-fiction.

Le design-fiction est donc le descendant de nombreuses pratiques qui lui sont proches. Aujourd'hui, à l'image des travaux du collectif Dunne et Raby, nombreuses des réalisations effectuées par ces mouvements sont reconnues comme appartenant au genre design-fiction.

Le terme existant depuis peu, sa définition diffère selon les designers.

Au sein d'une présentation de Max MOLLON⁹ (designer, chercheur et fondateur du Design Fiction Club), nous pouvons isoler quelques définitions pour les analyser.

Pour Julian Bleecker (chercheur, designer produit, professeur et créateur de Near Future Laboratory) « *Le design fiction [...] est un amalgame de design, science et science-fiction. [...] C'est un moyen de matérialiser des idées et spéculations sans certaines*

7 <http://unitedmicrokingdoms.org/>

8 <http://www.auger-loizeau.com/projects/toothimplant>

9 MOLLON, Max. 2013. « Design Fiction , design pour une société qui n'existe pas encore. » [https://www.slideshare.net/maxmollon/design-fiction-designer-pour-une-socit-qui-nexiste-pas-encore.](https://www.slideshare.net/maxmollon/design-fiction-designer-pour-une-socit-qui-nexiste-pas-encore)

*contraintes pragmatiques.*¹⁰ . Julian Bleecker concentre sa définition sur la notion de matérialisation, mais cette définition n'explique en rien l'intérêt de cette matérialisation.

C'est en utilisant la définition de Joseph Lindley (étudiant en recherche sur le spéculative design/design fiction) et Paul Coulton (professeur de spéculative et game design) que nous allons pouvoir effectuer cette transition : *“So a design fiction is (1) something that creates a fictional world, (2) has something being prototypes within that fictional world, (3) does so in order to create a discursive space.” “Although this definition appears straightforward, complexity arrives when we consider what something may be”.*

Cette définition permet de comprendre la transition entre la notion de matérialisation propre à l'utilisation de la fiction dans le design et ses objectifs : faire réagir l'auditoire du designer, créer un espace de discussion.

La recherche de réaction est un des objectifs du design-fiction. Le sujet de la réaction, sa thématique est quant à elle variable.

Pour certains comme le collectif Dunne & Raby il s'agit d'imaginer, de questionner le futur du monde : *“Le design(fiction) est un médium qui nous aide à penser, imaginer et spéculer sur comment le monde pourrait être”*¹¹ .

Pour Julian Bleecker, il s'agit de comprendre

l'envergure d'un changement, d'une innovation avant son lancement : *“Pour ce qui est d'adresser les questions d'implications éthiques, culturelles et sociales d'une technologie, la fiction est une technique de prototypage bien plus efficace que la science ou qu'une approche technique.”*¹² Bruce Sterling (auteur de science-fiction) explique que : *« Le Design-fiction détient un grand pouvoir, et de grandes responsabilités. Il permet de simuler de nouvelles erreurs, c'est important dans une société obsédée par l'innovation »*¹³. À travers ces deux dernières citations, nous pouvons comprendre l'intérêt stratégique du design-fiction.

Pour Bruce Sterling, l'objectif peut également être perçu de façon plus globale : *“C'est une utilisation intentionnelle de prototypes narratifs pour rompre avec [...]l'incrédulité à l'égard du changement”*¹⁴.

Les objectifs de réaction du design-fiction s'accordent ainsi avec ceux de l'innovation, du changement, du futur.

C'est dans ce cadre que sera utilisée cette pratique à travers la définition suivante : *« pratique de design consistant à emprunter les codes de la science-fiction pour permettre un échange, une discussion sur un futur”.*

10 BLEECKER, J. 2009. « Design Fiction , A short essay on design, science, fact and fiction. » http://drbfw5wflxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction_WebEdition.pdf.

11 Dunne & Raby, Introduction to the exhibition, WHAT IF ... (2009) issue de la référence 9

12 Traduit de l'anglais, Julian Bleecker, Design-fiction (2009) issue de la référence 9

13 Adapté de l'anglais, Bruce Sterling à Lift Conférences (2013) issue de la référence 9

14 Traduit de l'anglais , Bruce Sterling, à Lift Conférences (2013) issue de la référence 9

PARTIE 1

B – CROIRE POUR RÉAGIR

Ainsi le design-fiction à travers le « faire croire » propose à son auditoire de se questionner, réagir face à divers sujets. En quoi cette notion de « faire croire » est aujourd'hui importante ?

Dans un environnement où la fake news se développe jusqu'à devenir une problématique publique. On commence à comprendre en quoi la fausse information peut faire réagir.

Par exemple : en 2019 c'est en modifiant oralement un discours de Barack Obama au cœur d'une vidéo qu'il se retrouve à injurier son successeur Donald Trump et crée une polémique.

Le travail de « croyabilité » pour la réalisation d'une fake news est identique à celui utilisé dans la science-fiction ou le design-fiction. Le scénariste a pour objectif d'emmener son spectateur dans un autre monde. Pour cela il va utiliser diverses astuces pour permettre à l'utilisateur de se projeter dans son scénario (nous développerons cette partie au sein de l'axe 2) .

La « croyabilité » d'une source ou d'un message est communément traduite par le terme de crédibilité. Il s'agit de « *la perception subjective du récepteur de l'information sur sa fiabilité (Fogg, 2003)* »¹. On pourra ainsi parler de la crédibilité d'une œuvre de design-fiction. Selon la même source, une étude sur le jugement de crédibilité d'une source par un spectateur, l'aspect esthétique d'un document peut permettre une crédibilité à ce dernier, tout comme l'utilisation de sources ou de références.

Pour autant, comme l'explique le magazine Usbek et Rika : « *Leur but n'est pas de berner ou décevoir les gens, mais bien de produire des fictions suffisamment convaincantes pour susciter de notre part une réaction. Créer autour d'un objet les conditions de sa crédibilité, c'est ainsi faire sauter les verrous de la méfiance et plonger le spectateur dans un possible.* »² ou comme le dit Max MOLLON : « *Non pas pour tromper, ni décevoir. La diégèse (narration) plonge le spectateur dans un monde qui pourrait être le sien. Afin d'activer*

1 ZAMPA, Virginie, Eric BOUIN, Mônica MACEDO-ROUET, et Jean-François ROUET. s. d. « L'information Internet : le jugement de crédibilité des usagers. » In . ERT -IRMA Langage et Cognition - Université de Poitiers, Agence des usages des TICE, CNDP. Consulté le 1 juin 2019. https://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?page=imprime&id_article=132.

2 Usbek & Rika. 2017. « Design fiction : le futur, c'est plus ce que c'était ». The Open Window (blog). 16 février 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-le-futur-c-est-plus-ce-que-c-etait>.



Episode Nosedive , 2016
série Black Mirror

une gymnastique intellectuelle (auteur et public) et d'engager des préoccupations nouvelles³.

La notion de « faire croire » est donc dans l'ère du temps, la fake news utilise cette notion pour déstabiliser sa cible alors que le design-fiction utilise cette technique pour permettre la réaction de son spectateur. Au sein de leur interview⁴, Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE expliquent ne pas indiquer à leurs spectateurs l'aspect fictif de leurs réalisations pour « faire vivre quelque chose, bousculer en étant immersif ». Ils expliquent pour autant avoir « une maîtrise du processus pour ne pas faire un Bad buzz ».

La réaction passe généralement par deux types de fictions : la fiction utopique et la fiction dystopique. Au sein de la série Black Mirror par exemple, les réalisateurs proposent généralement une vision tout d'abord utopique

du futur puis petit à petit la vision se dégrade jusqu'à devenir complètement dystopique. L'objectif est de faire réagir le spectateur face à ce qu'il voit, de développer son sens critique des futurs qui lui sont proposés.

Dans l'épisode "Nosedive"⁵, le réalisateur présente une société où chacun se note. Cette note au départ sympathique peut ensuite donner accès ou interdire un certain nombre de services. L'épisode permet au spectateur de réagir face aux dérives des notes qu'il attribue actuellement lors de divers services (trajet Uber, repas au restaurant) et se rendre compte que l'environnement qu'il imaginait comme utopique peut facilement basculer vers le dystopique à l'image de la situation actuelle en Chine où l'utilisation de la notation entre citoyen autorise ou non à prendre certains trajets en avion en en train.

Le Design-fiction possède donc plusieurs ob-

3 MOLLON, Max. 2013. « Design Fiction , design pour une société qui n'existe pas encore. » <https://www.slideshare.net/maxmollon/design-fiction-designer-pour-une-socit-qui-nexiste-pas-encore>.

4 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE»

5 WRIGHT, J. 2016. « Nosedive ». Black Mirror.

jectifs en termes de réaction. Reprenons les termes de Max MOLLON⁶ :

“- questionner le présent et les futurs probables de notre société, avant qu’ils ne surviennent

- suspendre l’incrédulité (au changement) pour provoquer l’intérêt

- matérialiser une “matière à conversations” autour de laquelle débattre”

Ces informations permettent de comprendre l’intérêt du design-fiction au sein de session de créativité. L’outil pousse à la discussion, au débat. Il est donc adapté au travail en plénière et au sein de session de créativité, au cours desquels il pourra permettre la réaction des participants. Le design-fiction est un outil pour permettre. En session Maxime SIMON, le décrit comme permettant «*de projeter tout le monde, faire des paris, ouvrir des débats, des discussions* »⁷.

Le réalisateur d’une œuvre de design-fiction possède donc une grande responsabilité sur l’information qu’il laisse passer, comme l’explique May-Line GRASSI « *Tu as une grosse part de responsabilité car tu détermine le point de départ* »⁸. A la différence de la fake news qui souhaite porter préjudice, le design-fiction réalise de fausses informations pour faire réagir sans porter préjudice. L’organisateur ou le réalisateur doit donc faire attention au message qu’il peut faire passer, il doit le contrôler. L’utilisation de scénario utopique

ou dystopique est donc un choix important face à la réaction potentielle des observateurs.

6 MOLLON, Max. 2013. « Design Fiction , design pour une société qui n'existe pas encore. » <https://www.slideshare.net/maxmollon/design-fiction-designer-pour-une-socit-qui-nexiste-pas-encore>.

7 disponible au sein de l’annexe «Entretien avec Maxime SIMON»

8 disponible au sein de l’annexe «Entretien avec May-Line GRASSI»



*Illustration issue du magazine Usbek & Rica ,
«Vidéosurveillance, big data, notation citoyenne... La Chine, c'est «
Black Mirror » ?»*

PARTIE 1

C- DIVERSES FORMES DE CONCEPTIONS

En proposant une réflexion plutôt qu'un produit à son client, le réalisateur de design-fiction, généralement un designer, change les règles de conception du design.

« *Nous sommes là pour vendre la réflexion et pas seulement un produit* »
selon Maxime SIMON¹

Le premier changement réside dans la place du receveur. En 2013, Bruce Sterling explique : *“Le design fiction n'a pas d'utilisateurs, il a des spectateurs”*². On se rend alors compte que les règles du design évoluent vers celles de la science-fiction.

Pour autant les rôles des participants restent identiques à ceux du design classique, comme le montre la figure suivante :

Le circuit de gestion du design-fiction par rapport au design classique ne change pas, seule la dénomination des parties-prenantes changent. Cependant, l'exposition du résultat du design-fiction diffère énormément de celle du design classique. Le rôle du réalisateur/designer n'étant plus de produire une solution mais de valoriser une problématique, de permettre une réaction, la technique de diffusion ne peut être inchangée.

Comment diffuser une œuvre de design-fiction ?

Pour répondre à cette question, nous pouvons partir des différentes façons de concevoir le résultat du design-fiction.

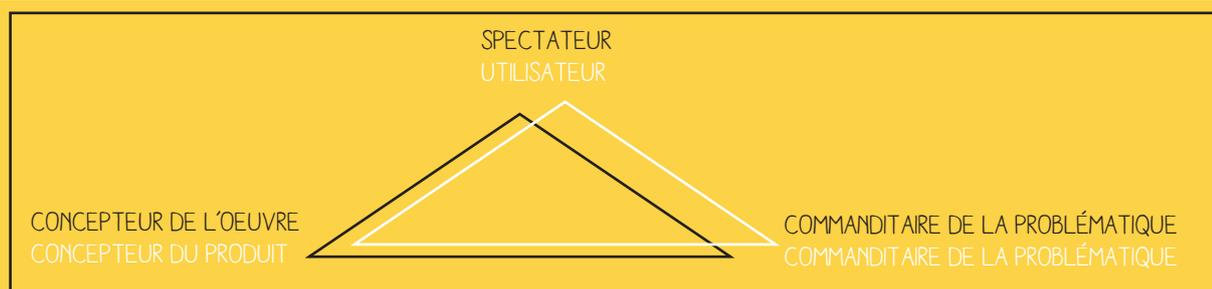


Schéma 1 : Différence des rôles des participants entre design (en blanc) et design-fiction (en noir)

1 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Maxime SIMON»

2 Bruce Sterling à lift conférences 2013, information issue de : MOLLON, Max. 2013. « Design Fiction , design pour une société qui n'existe pas encore. » <https://www.slideshare.net/maxmollon/design-fiction-designer-pour-une-socit-qui-nexiste-pas-encore>.

Première option, le résultat du design-fiction est considéré comme une œuvre artistique, il doit donc être exposé au sein d'un musée, pour que des spectateurs puissent réagir face à elle. On peut retrouver dans cette catégorie les réalisations de Auger & Loizeau, avec l'exemple ci-contre du projet AfterLife, crée en 2009 dans lequel les auteurs proposent la récupération de l'énergie à la suite d'une crémation.

La particularité d'une œuvre de type artistique est son exposition au spectateur. En effet, l'œuvre se porte seule, le réalisateur et le commanditaire (non obligatoire) ne peuvent entièrement contrôler sa diffusion. Son rôle est de faire réagir divers spectateurs à travers le monde sans objectif autre que cette réaction. On s'adresse dans ce cas à un public averti (qui a choisi de venir au musée).



Seconde option, l'œuvre est considérée au sens large et souhaite toucher un plus large public que celui préparé à la réaction qu'est le visiteur d'un musée. Dans ce cadre on peut placer les réalisations de type cinématographique telle que la série Black Mirror, avec l'exemple ci-contre de l'épisode « White Christmas ».

Ce type de réalisation touche un plus large public mais ne maîtrise en rien la réaction des spectateurs, elle ne l'utilise pas ensuite.



Troisième option, l'œuvre est la commande d'un client, il s'agit d'une réalisation ciblée pour obtenir un résultat. On peut placer dans cette catégorie des réalisations telle que le catalogue IKEA dans l'exemple ci-contre où l'entreprise présente des produits fictifs. On peut également placer dans cette catégorie les réalisations des étudiants du DSAA du lycée Léonard de Vinci (visible dans observation : design-fiction au sein du DSAA1). Le public est alors ciblé et la réaction maîtrisée. Cet objectif de réaction à travers le design-fiction permet des réalisations de diverses formes.



Quatrième option : l'œuvre est réalisée dans la cadre d'ateliers ou de futurs ateliers de créativité utilisant l'outil design-fiction. On placera dans cette catégorie le TBD catalogue présent ci-contre. Conçu par la société Near Future Laboratory, il propose des produits fictifs. Le catalogue s'accompagne de jeux et s'utilise en session de créativité. On peut également placer dans cette partie les exemples cités par May-Line GRASSI lors de son interview (en annexe).



C'est principalement cette dernière catégorie qui nous intéresse pour notre problématique. L'utilisation des œuvres de design-fiction se développe dans le cadre des ateliers de créativité pour faire réagir un public ciblé.

De nombreuses agences en innovation commencent à utiliser cet outil. La société NOD-A par exemple vend des ateliers autour du design-fiction comme nous l'explique Maxime SIMON: « *cela fait un an et demi que j'ai lancé officiellement le design-fiction chez NOD-A*³ ».

Certaines agences se sont spécialisées uniquement dans le design-fiction avec l'objectif de faire réagir les receveurs de l'œuvre. La société Design Friction cherche comme son nom l'indique à créer le débat, permettre la discussion, questionner sur les responsabilités en appuyant sur des points difficiles. Sémantiquement, le prototype se transforme même en provotype.

La société Making Tomorrow propose, quant à elle, grâce aux talents de Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE de « *crée des mondes de demain jusqu'au préférable* »⁴

Ce sont ces mêmes personnalités que nous retrouvons comme auteurs au sein du livre : *Jouer avec les futurs*, expliquant aux entreprises comment le design-fiction peut leur permettre de jouer avec le design-fiction en interne.

Pour ces diverses structures le design-fiction s'utilise de multiples façons : Making Tomor-

row crée le scénario puis le propose en réaction à son client, alors que d'autres, à l'image de l'atelier ayant eu lieu à l'IAE (disponible page suivante) proposent la réalisation en atelier des scénarios de design-fiction.

Ainsi l'outil design-fiction s'utilise dans divers contextes mais toujours dans l'objectif de faire réagir. Son utilisation dans le cadre d'atelier de créativité paraît donc fort indiquée.

Avant de passer à la diffusion de cet outil au SEBLab, commençons par comprendre le processus de création d'un scénario de design-fiction.

3 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Maxime SIMON»

4 Minvielle, Nicolas, Olivier Wathelet, et Antony Masson. 2016. *Jouer avec les futurs: utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise.*

OBSERVATION :

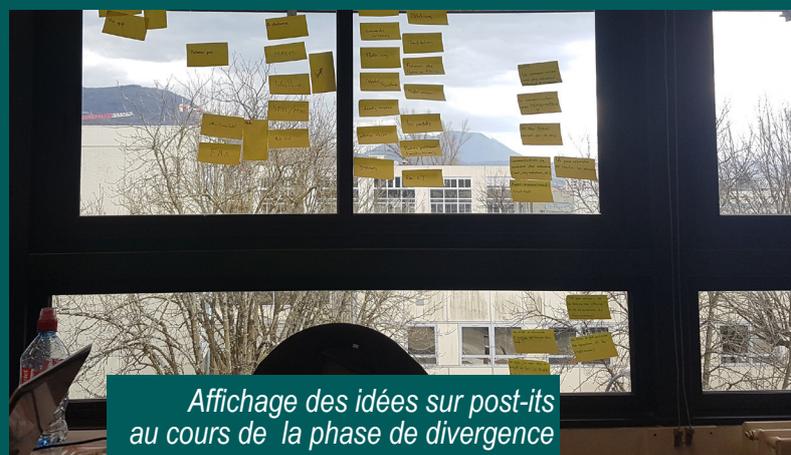
ATELIER DE DESIGN FICTION À L'IAE

Le Lundi 04 mars 2019 de 9h à 12h30 à lieu un cours sur le design-fiction en salle 306 de l'IAE, animé par May-Line Grassi. May-Line GRASSI est designer au sein de la société SOMFY, ancienne étudiante du master 2 management de l'innovation.

En préalable de cet atelier, May-Line m'a contacté à la suite de divers échanges que nous avons eu pour me proposer de tester des exercices au sein de son atelier.

Nous nous sommes donc retrouvés à 8h30 le lundi pour mettre en place la salle et aller récupérer une "boîte créative" chez Promising. A 9h, l'atelier débute par un échange d'identité entre les divers participants puis la mise en place quasi immédiate de l'atelier avec la réalisation de 4 équipes et l'explication du sujet : 2030, la pa-role citoyenne.

un appel à projet. Avec les technologies émergentes et la transformation de la société, le gouvernement se demande s'il ne doit pas aussi évoluer et pro-poser de nouvelles manières de communiquer avec la société. Il lance donc un appel à projet : « la parole citoyenne en 2030 ».



Affichage des idées sur post-its au cours de la phase de divergence

Le contexte est donné :

Le 4 mars 2019, le gouvernement lance

Le premier exercice consiste en une purge sur la communication en 2019, la communication



Groupes de travail au cours de la séance de design-fiction

ci-toyenne en 2019, puis la génération de Wildcards avec la formation suivante : « En 2030, nous communiquerons..... avec le gouvernement.

Cet exercice permis de « mettre en marche » les cerveaux sur le sujet de la communication. Puis la génération de Wildcards permis de formuler un certain nombre d'hypothèses sur notre vision du futur de la communication citoyenne utopique ou dystopique.

Le second exercice consista à choisir une des cartes émises pour la placer comme objectif sur une frise de contextualisation. Pour ensuite dérouler les événements (technologiques, politiques, sociaux...) qui ont induit cette finalité depuis nos jours jusqu'à l'objectif.

Après une pause, nous passons à l'étape de réalisation des artefacts pour se faire May-Line commença par présenter quelques

exemples d'œuvres de design-fiction tel que la dent connectée de Auger Loizeau. Suite à cette présentation, chaque équipe développe un certain nombre d'artefacts sur les conséquences du scénario choisi tel que des articles de presses critiquant la nouveauté mise en place ou des affiches placardées dans la rue, qui ont été contextualisées pour le reste de la classe.

Pour un atelier de 3H nous retrouvons des propositions de Wildcards plutôt variées tel que : le développement d'hologrammes pour communiquer avec l'état à tout moment et de chez soi, le développement d'une IA pour diriger le pays et des artefacts tout aussi variés.



PARTIE 2

—

PROCESSUS DE CRÉATION

Comprendre son “client”/spectateur et ses problématiques est le point de départ de l’outil design-fiction. Comment passer d’une problématique à une réaction ? Cette partie tentera de répondre à cette question en s’appuyant sur l’observation faite au sein du DSAA1 au lycée Léonard de Vinci à Villefontaine (page 40) ainsi que sur le livre *Jouer avec les futurs*¹.

¹ Minvielle, Nicolas, Olivier Wathelet, et Antony Masson. 2016. *Jouer avec les futurs: utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise.*

PARTIE 2

A - LA CRÉATION D'UN SCÉNARIO

L'outil design-fiction s'appuie sur la création d'un scénario. La création de ce dernier représente la genèse de l'œuvre de design-fiction.

Le scénario communiqué au spectateur représente les conséquences du chemin parcouru entre notre univers contemporain et l'univers fictionnel futuriste proposé. Il représente donc à la fois un futur et les « conséquences de ce dernier ».

Dans l'exemple de la série Netflix 3%, le réalisateur présente au spectateur un scénario dans lequel les humains sont séparés en deux catégories : les 97% "pauvres" vivent dans un pays sans électricité, sans richesse avec pour désir principal de rejoindre les 3% "élus" dans un pays où se croisent technologies, richesses et savoirs. Afin de réaliser ce scénario, l'auteur a dû parcourir un chemin de réflexion pour proposer un futur crédible. Dans cet exemple, l'auteur a choisi de partir de notre situation écologique actuelle et la potentielle proche destruction de notre planète par les Hommes jusqu'à un point de non-retour. Il a ensuite choisi d'imaginer un futur dans lequel les dirigeants ont choisi de créer cette situation pour permettre la survie de

l'espèce. On peut alors parler de storytelling.

A partir de l'analyse de la session de design-fiction effectuée par les élèves de DSAA 1 du Lycée Léonard de Vinci (disponible en article), il est possible de comprendre le déroulement du processus de création à travers diverses étapes. Ces étapes sont différentes mais dans une chronologie similaire à celle proposée au sein du processus général de scénario en cinq phases¹. L'ensemble des outils présentés au sein de ce processus sont présentés pages 34-35.

1 - LA PRISE D'INFORMATION

La première étape consiste à récolter de l'information sur le sujet concerné. Dans le cas des élèves de DSAA, il s'agissait de l'univers des opticiens. L'objectif n'est pas d'avoir une représentation exacte de l'univers en jeu mais d'avoir, selon Éric FACHE, "*une pensée impressionniste ou constellante sur notre monde*".

Cette phase de prise d'information est similaire à la phase d'empathie dans le processus du design thinking. Il s'agit de rencontrer, collecter, apprendre sur le sujet.

¹ Minvielle, Nicolas, Olivier Wathelet, et Antony Masson. 2016. Jouer avec les futurs: utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise., page 33

NETFLIX



Série Netflix 3%, 2016
par Pedro AGUILERA

2 - L'AMPLIFICATION

La seconde étape consiste à extrapoler un existant. En d'autres termes, le réalisateur exagère les informations qu'il a perçu au sein de la première étape.

L'un des exemples intéressants à ce sujet est le projet "Manger vers le futur"². Au sein de ce projet les auteurs extrapolent certaines tendances ou faits d'actualités sur notre alimentation actuelle pour en proposer des visions futuristes à travers une bande dessinée. Au sein de l'année 2027, l'auteur considère comme maxime la tendance du self-tracking associée à l'alimentation et propose un futur (une Wildcards) : Et si en 2027 l'Homme se nourrit avec des boissons-repas personnalisées selon notre état de santé, métabolisme

et profil génétique .

Cette étape consiste à passer de maximes à des futurs. Pour réaliser cette étape, il est intéressant d'utiliser l'outil des Wildcards³. Cet outil consiste à réaliser des cartes avec des « prédictions » sur le futur en commençant par : et si en 2030... L'utilisateur prend une donnée présente et l'exagère pour l'amener à une donnée future. Elle permet de purger les imaginaires populaires⁴, de questionner fantasmes et peurs, etc.

3 - LA SELECTION

Au sein du magazine Usbek & Rica : 130 prédictions pour demain⁵, les auteurs proposent au lecteur 130 futurs ou Wildcards. Ces futurs

2 « Manger vers le futur ». s. d. Consulté le 16 mai 2019. <https://mangerverslefutur.org/>.

3 Minvielle, Nicolas, Olivier Wathelet, et Antony Masson. 2016. *Jouer avec les futurs: utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise.*, page 134

4 Wathelet, Olivier, et Nicolas Minvielle. 2017. « Design fiction, épisode 2 : que faire des imaginaires populaire ? » Usbek & Rica (blog). 20 juin 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-2-que-faire-des-imaginaires-de-la-culture-populaire>.

5 « 2010-2018 130 prédictions sur le monde de demain ». 2019, Usbek & Rica, , n° 23.

sont ensuite jugés sur une échelle de probabilité.

La création de cette échelle de probabilité permet l'étape de sélection. Cette étape consiste à choisir les éléments à exagérer. En effet, le réalisateur ne peut exagérer l'en-



tièreté des faits observés. Pour permettre la compréhension de son scénario, il doit en choisir certains sur lesquels travailler en particulier. L'auteur de design-fiction ne choisit que 1 ou 2 Wildcards pour créer sa proposition. Au contraire si l'auteur exagère tout, il a de grandes chances de se retrouver dans un scénario tellement fictionnel que le spectateur ne le considérera plus.

Les outils présents dans cette phase sont le classement selon : surprises probables, surprises improbables et surprises inimagi-

nables⁶. C'est dans cette phase, que les auteurs de Jouer avec les futurs proposent de classer les futurs selon le cône des futurs : *"Pour cela tu peux utiliser le cône du futur pour poser les cartes et définir ainsi des distances relatives entre les imaginaires"*⁷. L'ensemble des outils présents à cette étape consistent à classer pour permettre d'identifier et de séparer les Wildcards selon s'ils paraissent être la suite logique de notre présent ou s'ils sont plus surprenants. Cette étape permet également de commencer à discuter de : c'est possible si ...

Une fois les classements effectués, il s'agit d'effectuer un choix. Il est conseillé de choisir un futur plutôt improbable ou inimaginable, *« ne pas se préparer qu'aux surprises probables »*⁸. Le choix restant se définit en fonction du spectateur et de la réflexion que le réalisateur souhaite amener.

4 - LA JUSTIFICATION

Une fois le choix de la Wildcard effectué, il faut justifier ce qu'il a pu se passer entre l'événement futur et nos données actuelles. Quels ont été les faits politiques, scientifiques, économique, etc. qui ont menés notre société vers la Wildcard choisie ? Cette étape est visible au sein de l'observation faite à l'IAE lors d'un atelier de design-fiction. L'outil utilisé lors de cette étape est la frise de contextualisation. L'outil consiste à placer les divers événe-

6 Minvielle, Nicolas, Olivier Wathelet, et Antony Masson. 2016. Jouer avec les futurs: utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise., page 135

7 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE»

8 Minvielle, Nicolas, Olivier Wathelet, et Antony Masson. 2016. Jouer avec les futurs: utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise., page 135

ments sur une échelle de temps pour définir la crédibilité du futur choisi.

Pour continuer avec l'exemple de Manger vers le futur, l'intérêt de la bande-dessinée année par année est de proposer la lecture des faits qui se sont déroulés pour passer du point de départ au point final.

5 - LE MONDE DE LA WILDCARDS : LE SCÉNARIO

En design-fiction l'intérêt n'est pas d'expliquer au spectateur la Wildcards mais de la lui faire vivre pour obtenir des réactions. « *Ce que ce type d'initiative propose, c'est bien de dessiner un futur ordinaire et d'en insinuer (avec humour) les contours probables* »⁹

Ainsi la dernière étape consiste à définir le scénario. Ce scénario représente les impacts, les répercussions de la Wildcards choisi. Pour cela le réalisateur doit créer un monde autour de la Wildcards.

Par exemple, pour traiter le sujet du droit à l'euthanasie, l'agence Design Friction à imaginer qu'en 2035, l'euthanasie est un droit en France. Au lieu de présenter cette Wildcards à ses spectateurs, l'agence a imaginé qu'une société s'est emparée du sujet et a créé un bracelet connecté à votre cœur permettant de déclencher un arrêt cardiaque si vous le souhaitez.

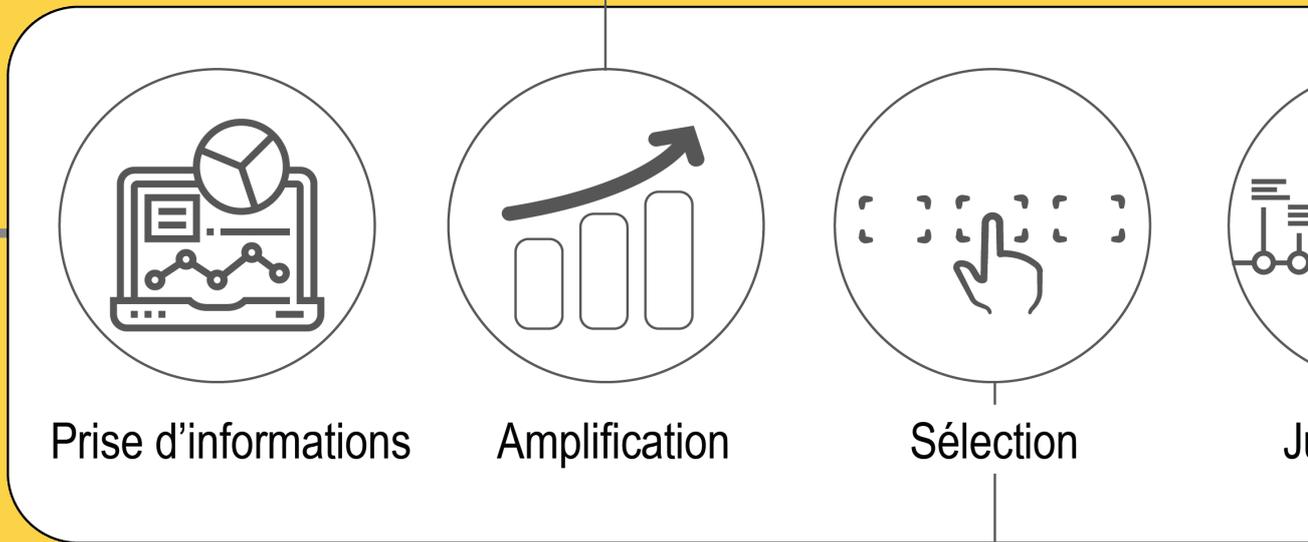
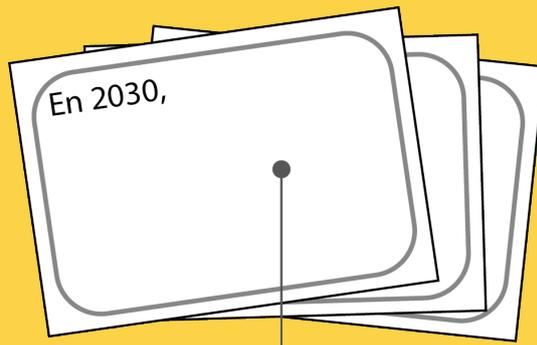
Le scénario final présenté correspond donc à l'environnement de la Wildcards choisie et aux faits qui ont pu se dérouler jusqu'à elle selon la frise de contextualisation. C'est bien un scénario dans ce futur qui est présenté au

spectateur.

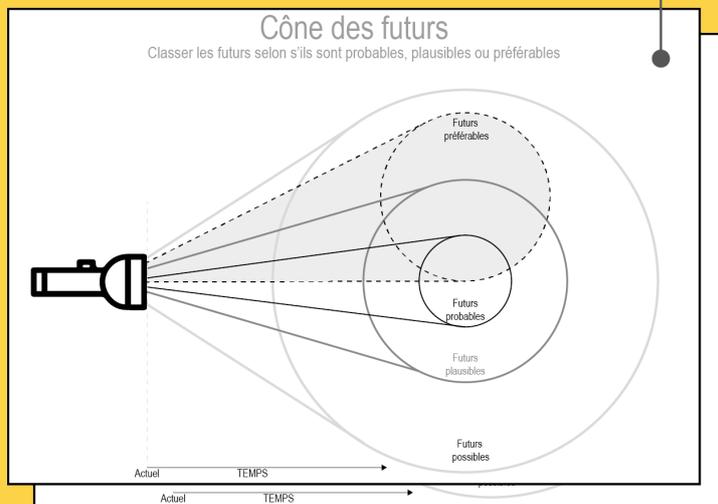
Pour autant, la réalisation de l'œuvre en design-fiction ne s'arrête pas à une tâche cognitive mais bien à une réalisation matérielle, le spectateur doit se retrouver aux faits. Il faut donc passer à la matérialisation.

9 Usbek & Rica. 2017. « Design fiction : le futur, c'est plus ce que c'était ». The Open Window (blog). 16 février 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-le-futur-c-est-plus-ce-que-c-etait>.

WILDCARDS

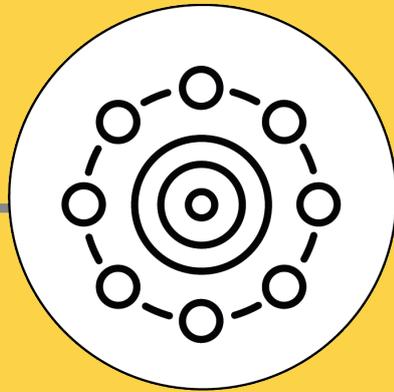
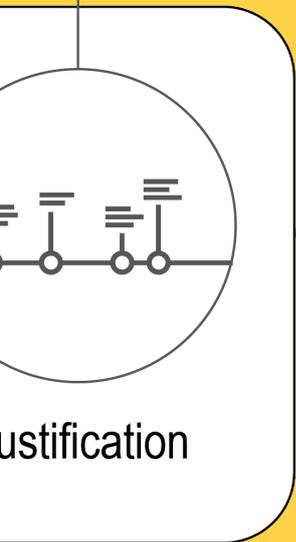
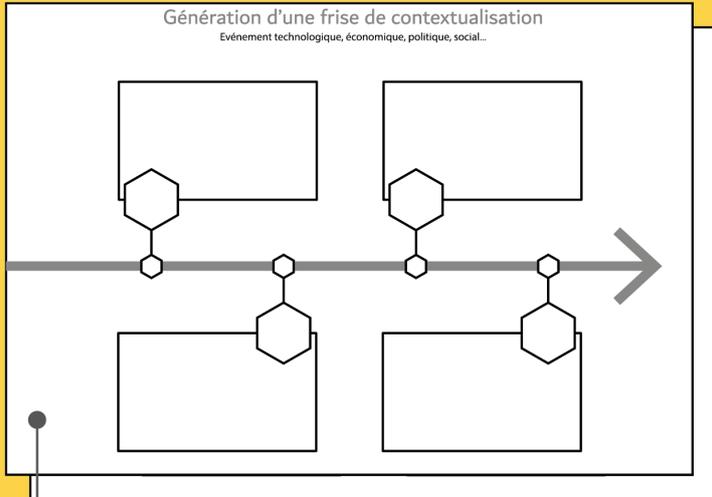


CONSTRUIRE UN SCÉNARIO



CÔNE DES FUTURS

FRISE DE CONTEXTUALISATION



CONSTRUIRE
UN UNIVERS



EXPOSITION

Schéma 2 : processus de réation d'une oeuvre de design-fiction

PARTIE 2

B - EXPOSER À UNE MATÉRIALITÉ

Comment se retrouver face aux faits ? Comment amener à réagir ? Comment provoquer le débat ? Ce sont les questions que se pose le réalisateur de design-fiction en passant du scénario à la matérialisation.

Le réalisateur propose au spectateur des objets (physique, virtuels, oraux...) lui permettant de créer l'illusion du vrai, de se retrouver face à une "réalité". Ces objets sont nommés des artefacts.

Selon Larousse¹, l'artefact est « *Structure ou phénomène d'origine artificielle ou accidentelle qui altère une expérience ou un examen portant sur un phénomène naturel* ».

Ainsi l'artefact en design-fiction est un phénomène artificielle qui rend une expérience fictionnelle crédible.

Pour reprendre l'exemple du projet Soulaje, afin de matérialiser le scénario final consistant en la création d'une société dont le business model repose sur l'euthanasie pour questionner le droit à l'euthanasie. L'agence propose la réalisation d'un objet physique : une montre avec une fiole sur le côté et un fait d'actualité : *"un des plus grands alpinistes est décédé il y*

a quelques mois, il a préféré l'arrêt cardiaque à l'hypothermie".

Ces deux artefacts crédibilisent le scénario proposé.



*Projet Soulaje
par l'agence Design Friction*

David KIRBY² parle lui de prototype diégétique, d'objets qui raconte l'histoire. L'artefact matérialisé un scénario, une histoire. Il est porteur du message du scénario.

A cette étape, le design-fiction utilise la force du design : la capacité de matérialiser un univers fictif. Actuellement, le designer matérialise des produits encore inexistantes mais qui pourraient être fabriqués dans un futur proche. Le design-fiction utilise cette capaci-

1 « Artefact ». s. d. In Larousse. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/artefact/5512>.

2 Kirby, David. 2010. The Future Is Now: Diegetic Prototypes and the Role of Popular Films in Generating Real-World Technological Development. Vol. 40. <https://doi.org/10.1177/0306312709338325>.

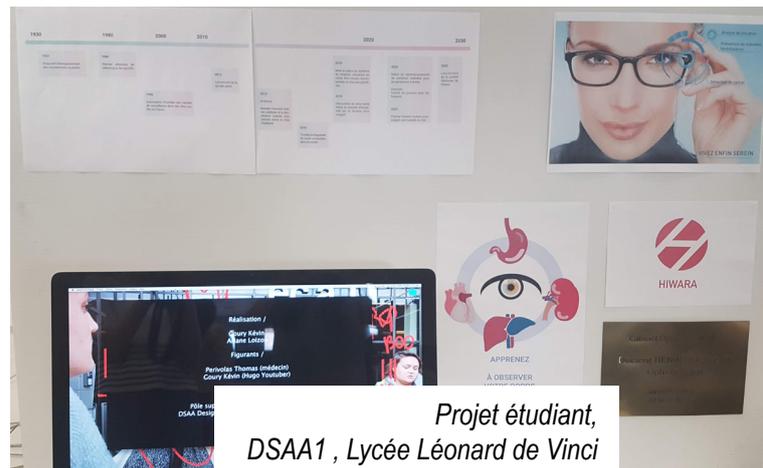
té pour un scénario futur plus lointain. L'intérêt de la matérialisation est le même en design-fiction qu'en design classique, il permet de se projeter, de comprendre. Pour autant, il est nécessaire de garder en tête l'aspect réactionnaire du design-fiction et ne pas se perdre dans l'aspect esthétique du design : « Produire une design fiction montre que l'on est en phase avec son époque, et qu'on s'intéresse au futur. Au point de la faire « jolie », mais peu déstabilisante en soi »³. L'objectif de la matérialisation doit rester la réaction.

La forme de cette matérialisation peut être varié. Partons d'un exemple, le projet d'un étudiant du lycée Léonard de Vinci⁴ consistant en un scénario où une société prénommée Hiwara propose des lunettes délivrées par un professionnel pour analyser votre état de santé. Afin de matérialiser cette idée, il propose au spectateur des lunettes, une plaque de praticien, des affiches, une vidéo de blogueur... Autant d'informations physiques tellement intégrées comme possibles dans notre monde actuel qu'il est aisé pour le spectateur de se projeter dans ce scénario, le scénario semble crédible.

En fonction des projets on retrouvera des éléments physiques tel que des emballages de produits (packaging), des cartes de santé, des livres, etc. La forme des artefacts peut donc être très variable.

Pour autant l'aspect physique de l'artefact est essentiel pour rassurer le spectateur. Les

réalisateurs privilégient par exemple un livre papier par rapport à un ebook pour ramener du concret dans le concept. Plus le scénario est difficile à croire plus l'aspect physique, palpable à de l'importance.



Projet étudiant, DSAA1, Lycée Léonard de Vinci

Le choix de la forme de l'artefact doit correspondre au contexte d'exposition choisi et à sa force de communication dans le contexte.

Le contexte d'exposition à l'œuvre de design-fiction est essentiel pour permettre une réaction. Il est donc nécessaire de réfléchir à ce contexte en parallèle de la création du scénario. Le choix des artefacts dépendra de l'exposition. En effet, en s'adressant à une entreprise par exemple des artefacts tel que des Roadmaps ou des plannings auront un effet bien plus crédible qu'un film promotionnel d'un produit. Au contraire en s'adressant au grand public, une vidéo ou des articles de presse auront beaucoup plus d'effet. Finalement le choix de la forme de l'artefact et de

3 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathélet. 2017. « Design fiction, épisode 1 : comment rater une design fiction ». Usbek & Rica (blog). 13 juin 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-1-comment-rater-une-design-fiction>.

4 disponible au sein de l'observation «Design Fiction au sein du DSAA1» page 40-44

son exposition dépend des moyens de communication courant pour le receveur : le spectateur. Ce qui est commun pour le spectateur sera plus crédible.

De plus il faudra prendre en compte la globalité d'un produit. Comme l'explique le magazine Usbek et Rica : *« Soit la conception d'artefacts futuristes, présentés comme tout à fait sérieux, parce que escortés de tout l'emballage marketing (vidéo promo, scénarios d'usage, site internet, buzz médiatique etc.) permettant d'emporter notre conviction et d'ouvrir le débat »*⁵. Il est nécessaire de prendre en compte le contexte d'un produit : par exemple la sortie d'un produit innovant sera accompagnée d'articles de presse le représentant et d'un site internet de crowdfunding pour le financer. On parlera alors de l'univers diégétique de l'histoire.

« La diégétique est ce qui se rapporte ou appartient à l'histoire, donc qui appartient strictement à l'univers fictif »

G. Gourdeau, Analyse du discours narratif, Magnard, 1993

Pour être crédible, il est également nécessaire d'amener une certaine qualité : « Nous mettons donc beaucoup d'importance dans le

livrable avec un souci du livrable bien fait.... La forme est au service du fond, elle est donc très importante.»⁶

Pour permettre à l'utilisateur de se projeter la réalisation de l'artefact doit être de bonne qualité pour justifier de sa « véracité ». Selon le principe développé au sein de la partie 1 : Croire pour réagir. Usbek & Rica développe cet aspect en expliquant : *« Créer un cadre crédible pour engager l'audience à interagir avec ces maquettes »*⁷

L'expérience d'exposition est donc importante à prendre en compte, les artefacts ne doivent pas être amené au spectateur n'importe comment. Il ne faut pas surexposer le spectateur à des artefacts, il est nécessaire d'introduire ces artefacts avec parcimonie dans un univers qui lui est habituel pour qu'il accepte de prendre ce qu'il voit comme crédible.

Dans l'exemple de Minority Report⁸, le personnage principal possède un appartement "normal" avec un certains nombres d'objets qui nous sont habituels. Ces objets du quotidien permettent de ramener une histoire fictionnelle à une histoire possible ou envisageable où le spectateur va accepter de se laisser porter dans l'univers fictionnel du réalisateur. Le fictif se compense avec le matériel. Les messages de la pré-crime arrivent sur

5 Usbek & Rica. 2017. « Design fiction : le futur, c'est plus ce que c'était ». The Open Window (blog). 16 février 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-le-futur-c-est-plus-ce-que-c-etait>.

6 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE»

7 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017. « Design fiction, épisode 8 : Comment rendre le futur participatif ? » Usbek & Rica (blog). 9 août 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-8-comment-rendre-participatif-le-futur>.

8 SPIELBERG, Steven. 2002. Minority Report.

des boules en bois.



Film *Minority Report*
Steven SPIELBERG, 2002

Le contexte d'exposition aux artefacts est également important à prendre en compte. C'est ce contexte qui enrobe les artefacts et participe à leurs crédibilités. *Making Tomorrow* propose par exemple "des événements organisés en interne ou dans le cadre de sessions de travail en équipe projet" ou "pour une assurance nous avons créé dans un lieu où l'assurance peut rencontrer ces usagers de faux produits : fausse étude marketing, le lieu étant ouvert aux sociétaires."⁹ La société NOD-A propose quant à elle un événement immersif global comme l'explique Maxime SIMON "pour Nestlé Water sur la création d'un univers à +3°C, centré sur l'écologie. L'idée est d'immerger les participants (ici les employés Nestlé) dans cet univers...entre spectacle vivant, théâtre immersif, production design d'artefacts"¹⁰.

Ces événements ou lieux spéciaux permettent de cadrer la diffusion de l'œuvre.

L'objectif dans la réception étant de garder le spectateur dans une situation d'incertitude où ce dernier croit au possible de ce qui lui est présenté pour se projeter dans les conséquences de ce scénario. Pour exemple Olivier Wathelet et Nicolas Minvielle "Nous prenons un parti pris assez fort sur la maquette, on ne dit pas que c'est un faux. Le résultat est donc assez fort émotionnellement." ¹¹

Les retours des spectateurs d'une œuvre de design-fiction peuvent être variable. Au sein du projet utop/dystop (IA)¹² les retours des spectateurs sur la mise en débat des projets sont variables. Pour certains le scénario est jugé préférable, pour d'autres indésirable avec diverses prises de réactions. Pour certains ce scénario pose des questions.

Pour amener à cette diversité de réactions qui pourront ensuite amener à des débats et des prises de positions. Il est nécessaire de travailler l'angle et la force de communication de l'artefact. Par exemple, dans les vidéos réalisées par les élèves du lycée Léonard de Vinci, on retrouve divers angles de communication. L'artefact est de forme commune au sein des divers projets : la vidéo. Commun au sens large du terme car lorsque l'on regarde en détail chaque vidéo, l'angle de communication choisi dans chacune de ces vidéos est très différent est un induit une communication

9 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE»

10 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Maxime SIMON»

11 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE»

12 Design Friction, et Stereolux. 2018. « utop/dystop(IA) Interrogeons les futurs de l'intelligence artificielle ». http://design-friction.com/utopdystopia/df_utopdystopIA_export-web-final.pdf.

du scénario et un regard critique différent. Par exemple en utilisant la vidéo de blogueurs, il est facile d'amener une critique sur un projet. Avec une technique d'expression faussement naïve le blogueur juge ce qu'il voit et certaines réflexions sont ainsi facile à amener. Au contraire une vidéo très formelle telle que la présentation d'une formation comme choisi par certains étudiants rend l'aspect critique moins directe (on le remarque plus en réfléchissant à ce que l'on vient de voir) mais la crédibilité de la vidéo est beaucoup plus fort. L'angle et la force de communication de l'artefact peut donc variés au sein d'une même forme d'artefact en fonction du réalisateur fictionnel de l'artefact. Une entreprise fictive aura un discours plutôt professionnel, un utilisateur fictionnel peut-être critique ... Ce choix aidera le spectateur à comprendre le message, la vision portée par l'artefact est ainsi accélérée l'analyse et la réaction.

Il peut également être intéressant d'amener une variété de points de vue au sein d'une même exposition « *Mettre en scène des points de vue différents pour augmenter la crédibilité de la fiction* »¹³. Au sein de l'article d'Usbek & Rica, il est expliqué que la multiplicité des points de vue au sein d'une exposition renforce son impact. Pour cela le réalisateur peut proposer divers artefacts ou proposer au sein d'un artefact tel que la page avis des utilisateurs diverses opinions. Selon la même source, choisir un angle de réalisation dystopique augmente également la possibilité de réaction du public.

L'exposition, le produit, sa qualité, son réalisateur fictionnel sont des éléments importants à prendre en compte dès le début de la réalisation de l'œuvre de design-fiction. Tous ces éléments

permettront de communiquer la réflexion associée à l'œuvre.

13 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017. « Design fiction, épisode 8 : Comment rendre le futur participatif ? » Usbek & Rica (blog). 9 août 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-8-comment-rendre-participatif-le-futur>.

OBSERVATION :

DESIGN FICTION AU SEIN DU DSAA 1 DU LYCÉE LÉONARD DE VINCI À VILLEFONTAINE (38)

Dans le cadre de la réalisation de ce mémoire, j'ai eu l'opportunité de venir observer le déroulement d'une session de Design-fiction des DSAA 1 du Lycée Léonard de Vinci de Villefontaine (38). Je me suis rendue sur place à deux occasions pour comprendre la méthodologie de travail développée. La session est coanimé par Éric FACHE en tant qu'enseignant référent et Maxime SIMON (Designer chez NOD-A spécialisé en design-fiction).

Pour cette session le client est la société JAW-Studio (Just Add Water), studio de design global spécialisé dans la lunetterie et l'optique qui souhaite enrichir le projet SILMO Next, au sein du salon SILMO Paris (salon de la lunetterie international). Le client souhaite permettre une remise en question du métier d'opticien par rapport aux enjeux actuels : ubérisation des services, déploiement de la vente sur internet, etc. Le design-fiction leur semblent un outil intéressant, s'emparer d'éléments narratifs pour raconter un récit permettra d'offrir une expérience frappante, inespéré, éthique et poétique de la fonction. Pour cela il est demandé à une dizaine de groupes d'étudiants de réaliser un artefact (une vidéo) qui sera présenté lors du salon.

La première étape consista en une phase d'exploration : saisir les éléments, les points qui mis en lien les uns avec les autres vont prendre un sens : « Comme si nous avons

pensée impressionniste ou constellant sur notre monde” selon Éric FACHE. Pour ce dernier, cette étape doit partir d'un "déjà-là. L'auteur de design-fiction extrapole à partir d'une base qui dispose de 6 types d'éléments visibles : la littérature, des techniques, des corps, des pratiques, des imaginaires ou des expériences. Cette phase se traduit au sein de ce mémoire comme : la prise d'information. Les étudiants sont ainsi aller voir des opticiens pour en apprendre plus sur le métier, ils ont regardé des tendances globales de société. Cette phase est quasiment invisible au sein du rendu fait au client mais représente une phase importante de travail pour les étudiants. En effet, une analyse mal menée conduit à une fiction peu croyable.

La seconde et la troisième étape identifiées dans ce mémoire : la sélection et l'amplification, sont traités simultanément. Ainsi chaque groupe à choisi un point de départ différent et sélectionné son information : l'automatisation du métier, l'automatisation de l'opération des yeux, l'évolution des pratiques douces, le développement de maladie avec l'augmentation de la pollution, etc. ... Ces diverses informations sélectionnées ont ensuite été augmentées, amplifiées : l'automatisation du métier d'opticien entraine la disparition de la fonction, l'évolution des pratiques dites « douces » entraine la création d'un nouveau métier, le développement des maladies liés aux di-

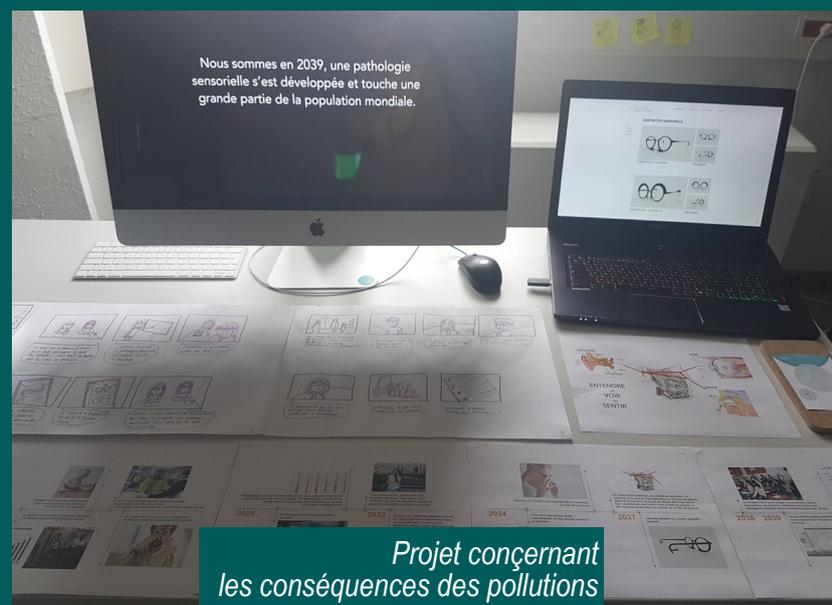
verses formes de pollution (respiratoires, sonores...) entraîne l'apparition de maladies dites sensorielles. Avec un même sujet apporté à une dizaine de groupes d'étudiants aucun n'a choisi la même information amplifiée, la même Wildcards.

Lors de la présentation finale, les étudiants ont choisi d'exposer la justification chronologique de leur fiction à travers des frises de contextualisation. Cette étape était donc visible pour le client. Au niveau du rendu, de l'artefact vidéo cette justification peut apparaître (selon le contexte de vidéo choisi).

Pour exemple, dans le cadre du projet sur les problèmes associés aux diverses formes de pollution, les étudiants ont choisi comme système d'exposition un reportage Arte. Le reportage débute en montrant la situation en 2019, puis remonte l'histoire en allant en Chine découvrir l'origine du problème pour ensuite revenir en France voir des enfants touchés au sein d'une classe et découvrir le métier : le sinesticien qui s'occupe ainsi de la vue, l'audition et l'odorat en mesurant l'acuité sensorielle et en vendant des dispositifs. A travers cette forme de reportage le groupe d'étudiants a pu mettre en valeur l'étape de justification du scénario en expliquant ce qui s'est déroulé chronologiquement pour en arriver là.

La cinquième étape : celle de création du monde autour de la Wildcards est l'élément le plus visible dans le rendu des étudiants. En effet, c'est la conclusion de cette étape : la vidéo, qui est ensuite exposée au public. Pour cette partie les étudiants ont donc imaginé le monde, les conséquences, un possible

à la Wildcards sélectionné. Par exemple un groupe d'étudiants ont choisi la tendance du FabLab est ont ainsi imaginé le développement en 2035 de Fabcommerce où les « opticiens » fabriquent des lunettes au cas par cas à partir d'anciennes lunettes recyclées et d'impression 3D. Les étudiants amènent également un nouvel angle à cette vision en mettant en avant un trafic de lunettes récupérées pour « assouvir » cette tendance. A travers cet exemple, on aperçoit le regard critique du design-fiction qui en exposant permet au client de se questionner sur sa propre situation, ses envies.



Au sein de ce travail les étudiants ont donc généré un premier artefact : la vidéo qui s'appuie elle-même sur d'autres artefacts pour justifier, appuyer le discours. Par exemple, au sein d'un rendu, un blogueur en 2030 teste une nouvelle paire de lunettes connectées : Optimus prédisant les pathologies du porteur. Ces lunettes ont été développées par la société Hiwara et le patient se rend chez

un ophtalpticien pour analyser ces résultats. L'étudiant propose donc une série d'objets que lunettes ou plaque de médecin pour appuyer son discours. L'artefact n'est donc pas le rendu d'un travail de design-fiction, il est la formalisation d'une fiction.

Il est également possible d'observer que l'artefact est de nature à se fondre esthétiquement dans son décor pour permettre son acceptation. Ainsi, un film à coller sur des lunettes sera présenté comme transparent, quasi invisible et non comme un film fluo ce qui amènera à voir que «quelque chose est étrange».

A travers ce projet, on remarque que la forme de vidéo choisie influence le discours et l'aspect critique du message. Une vidéo de blogueur ou un reportage critiquera plus facilement qu'une vidéo très formelle. Au contraire une vidéo formelle bien réalisée sera jugée comme très plausible mais ne pourra critiquer qu'indirectement. A l'image du projet HOYA où les étudiants ont présenté une vidéo de l'Onisep sur la formation d'un nouveau BTS.

Au niveau de l'exposition ce projet est à la fois intéressant car les créateurs (les étudiants) ont pu observer les réactions des clients face aux œuvres. Pour autant ce travail va être présenté au Silmo fin septembre lors d'un hackathon pour faire partie du brief sur l'opticien. Sur place seront présents opticiens, ophtalmologues ... Cette réaction sera-t-elle pas mesurable par les étudiants, ce travail sera la matière première pour inventer le métier de demain, mais comment mesurer sa transmission ?



PARTIE 3

-

AMENER CES PRATIQUES AU SEIN DU SEBLAB

La question est donc de savoir comment utiliser cette méthode au sein de SEBLab ? Comment associer l'outil design-fiction aux pratiques de créativité actuelles pour nourrir la créativité ?

PARTIE 3

A – MISE EN PERSPECTIVE DES OUTILS UTILISÉS PAR LE SEBLAB

Depuis sa création en 1857, le groupe SEB est présenté comme un acteur de l'innovation mondiale. A partir de sa première grande création : la super cocotte SEB, le groupe ne cesse de chercher à faciliter la vie de ses clients à travers des produits du quotidien dans des domaines tout aussi variées que la cuisine ou le soin de la personne.

Le groupe SEB c'est aujourd'hui plus de 33 000 salariés, 41 sites industriels et 12 produits vendus par seconde à travers le monde. En 150 ans d'histoire, la petite entreprise familiale de ferblanterie de Selongey a su prospérer et se développer.

Dans sa quête d'innovation le groupe investit en recherche et développement, pour être à la pointe des dernières technologies mais mène également un chantier sur les méthodes d'innovation.

C'est dans cette optique qu'en 2014 est créé le SEBLab. A l'image des Fablab alors en développement, le groupe crée son fablab interne porté par Jean Louis COMPEAU, Cécile TRIVERY et Antoine CASTEL.

Cet espace pensé initialement comme un espace ouvert à tous les salariés pour prototyper, matérialiser, donner corps à leurs idées est devenu à la demande des salariés un

espace d'accompagnement de projet. C'est dans ce contexte que se sont développées diverses méthodes et processus d'accompagnement : SPRINT, SCRUM, All Innovators, Lundis du Lab, Conférences...

Cette démarche d'accompagnement de l'innovation, s'appuie sur l'idée selon laquelle chacun peut être créatif selon la méthode utilisée. Le travail du SEBLab consiste donc à se renouveler constamment pour trouver, tester de nouvelles méthodes pour générer des idées "innovantes".

Les processus d'innovation actuels s'appuient sur des méthodes telles que la méthode océan bleu, la méthode CK et surtout le design thinking. Cette approche de l'innovation, développée dans les années 80 à l'université Stanford, inspirée du travail des designers, repose sur l'observation des pratiques actuelles des utilisateurs pour améliorer leur expérience en passant à travers des étapes tel que l'empathie, la définition, l'idéation, la modélisation et le test. Pour autant cette approche de l'innovation est aujourd'hui mise en perspective. C'est dans le cadre de cette mise en perspective, que le design-fiction peut venir apporter une nouvelle vision à l'innovation.

Le design thinking né dans les années 80 a été créé au cœur d'une époque en croissance régulière. Or, comme l'explique Edouard Le Maréchal¹, notre contexte actuel est comme un monde chaotique étayé par des bouleversements technologiques, la numérisation de l'information, une croissance exponentielle et des enjeux environnementaux importants. Ce monde accéléré bouleverse les repères de l'activité économique. Nous sommes à un tournant de notre civilisation, en phase transitoire où tout est possible et tout à des conséquences à l'image du battement d'aile du papillon. L'environnement de l'innovation étant instable, il devient incohérent de considérer que l'innovation va progresser, se développer de façon croissante.

*“La seule chose que nous savons sur l'avenir est que ce sera différent”
Peter Drucker.*

L'idée de prévoir le futur devient compliqué. Dans ce cadre, le design-fiction apporte une nouvelle vision : il ne cherche pas à prévoir des futur mais à s'y préparer. A l'image de la théorie du cygne noir². Avant d'avoir vu qu'un événement était possible, il était inimaginable. Le design-fiction propose de se confronter à ces inimaginables pour se préparer à réagir face à eux et s'éduquer à réagir au changement.

Concernant la place donnée à l'utilisateur dans le processus de design thinking. L'utilisateur actuel est au cœur de l'innovation. Le design thinking part ainsi des problèmes actuels des utilisateurs pour développer une solution qui ne sortira que demain. L'échelle temporelle d'évolution étant accélérée, cette donnée doit être prise en compte. L'utilisateur de demain n'est pas celui d'aujourd'hui et ne peut connaître ces envies ou besoins.

*“Le design thinking part des problèmes des utilisateurs d'aujourd'hui pour créer les produits de demain.”
Olivier WATHELET.*

Il y a incohérence entre la cible souhaitée et la cible étudiée. Or, selon Olivier WATHELET : “Pour travailler aujourd'hui, il faut comprendre demain”³. Le design-fiction permet de se projeter concrètement dans le futur pour comprendre les problématiques auxquelles va faire face l'utilisateur, la société de demain.

Au sein des processus actuels d'innovation, l'entreprise se place comme un fournisseur de solution. L'entreprise ne distribue que peu de valeurs au sein de son innovation. Or, comme l'explique Edouard Le Maréchal : “J'innove car je crois que le monde doit être autrement”, “L'innovation ce n'est pas amé-

1 Le Maréchal, Edouard. 2017. Innover à l'âge du papillon: comment réussir durablement dans un monde chaotique? S.l.: s.n.

2 Minvielle, Nicolas, Olivier Wathelet, et Antony Masson. 2016. Jouer avec les futurs: utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise.

3 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE»

*liorer les choses c'est d'abord construire une vision*⁴. Selon cet auteur, l'innovation c'est développer une vision. L'entreprise possède une responsabilité sociétale, en opposition avec l'idéologie selon laquelle l'innovation est l'action de sortir de nouveaux produits en vue d'augmenter son chiffre d'affaires. Cette vision est remarquable au sein de l'exemple concernant le service Blablacar⁵ : « *l'argent, valeur intrinsèquement économique, prend une valeur éthique d'engagement* ». Dans le cadre de cet exemple, l'auteur explique que l'acheteur actuel est à la recherche de sens. Son acte d'achat représente un geste d'engagement. L'entreprise doit ainsi proposer des produits en accords avec les convictions de ces clients. Au-delà d'une simple solution, elle doit proposer une vision qui peut impliquer des perturbations. C'est en s'exerçant au design-fiction qu'une entreprise peut, au regard des futurs proposés, prendre des décisions, faire des choix, choisir sa vision de la situation.

Au regard de la mise en perspective des méthodes actuels de l'innovation utilisé par le SEBLab, le design-fiction possède un intérêt à travers : la prise en compte d'un environnement en changement, la remise en cause de l'innovation centrée utilisateur et l'importance de prendre parti dans l'innovation. En modifiant toutes ces données d'entrée, le design fiction permet un nouveau regard sur l'innovation

qui peut apporter de nouvelles idées provenant du futur, à l'image de la citation de Retour vers le futur 2 : « Je suis de retour du futur ! »

4 Le Maréchal, Edouard. 2017. *Innover à l'âge du papillon: comment réussir durablement dans un monde chaotique?* S.l.: s.n.

5 Le Maréchal, Edouard. s. d. « Blablacar, la confiance a des limites ». <https://agedupapillon.wordpress.com/2016/05/13/blablacar-la-confiance-a-des-limites/>. Butterfly Process (blog). Consulté le 5 juin 2019.



Photo du SEBLab

PARTIE 3

B - LE PASSÉ DU DESIGN-FICTION AU SEBLAB

Par le passé, l'équipe du SEB Lab a déjà testé un atelier de créativité inspiré des démarches de design-fiction.

Cet atelier sur les futures solutions de nettoyer son intérieur, réalisée en 2017, a été reçu en demi-teinte. Au cours de la session, les animateurs ont proposé aux participants d'imaginer des idées à partir de planches tendances futuristes. Ces planches regroupaient des articles de presses sur les tendances à venir en termes de ménage, des images de visions, etc. L'objectif étant d'aller vers des innovations radicales dans la façon de nettoyer sa maison. Cette session a été fort créatives avec des idées plus originales qu'habituellement. Pour autant, l'originalité des idées a effrayé le commanditaire qui a demandé une seconde session plus "classique", pour générer des idées beaucoup plus court terme.

Plusieurs hypothèses peuvent être formulées à partir de cette étude de cas :

- Il est nécessaire d'expliquer au commanditaire les formes d'idées issues d'une session de design-fiction
- Il est nécessaire de prévoir au sein de la session une forme de retour, pour amener l'idée potentiellement trop futuriste vers une idée plus court terme.

- Le design-fiction utilisé de cette façon est plus adapté à certaines formes de sessions de types visionnaire

NETTOYER QUAND TOUT EST POLLUÉ

ORIGINES

Les particules en suspension sont constituées de substances solides et/ou liquides présentant une vitesse de chute négligeable. Minérales ou organiques, composées de matières vivantes (pollens...) ou non, grosses ou fines, les particules en suspension constituent un ensemble extrêmement hétérogène de polluant dont la taille varie de quelques dixièmes de micromètres à une centaine de micromètres.

Elles ont, d'une part, une origine naturelle (embruns océaniques, éruptions volcaniques, érosion éolienne des sols, feu de forêt). Elles proviennent également des installations de chauffage domestique et urbain, des activités industrielles (centrales électriques, usines d'incinération), des transports (notamment véhicules diesel). Elles sont également émises par les activités agricoles.

En raison de ses origines, la pollution atmosphérique par les particules en suspension concerne particulièrement les zones urbaines et industrielles. Les taux atmosphériques de particules en suspension sont plus élevés en automne et en hiver. Pendant ces périodes, les rejets de poussières dus aux chauffages à base de combustibles fossiles sont plus importants et les conditions météorologiques sont moins favorables à la dispersion des polluants, notamment dans le cas d'inversion de températures.

<http://www.air-lorraine.org/air-en-lorraine/les-polluants/particules-fines>

Emissions de poussières fines dans le domaine agricole à 10 km (Source: Air Lorraine 2016)

Source	Pourcentage
Émission: combustion de carburants fossiles	35%
Émission: combustion de biomasse	25%
Émission: usages agricoles	15%
Émission: usages domestiques	10%
Émission: usages industriels	15%

Emissions de poussières fines dans le domaine agricole à 10 km (Source: Air Lorraine 2016)

Source	Pourcentage
Émission: combustion de carburants fossiles	35%
Émission: combustion de biomasse	25%
Émission: usages agricoles	15%
Émission: usages domestiques	10%
Émission: usages industriels	15%

Hand Tree

Thérapie innovante d'inspiration naturelle. Une main qui nettoie, rafraîchit, désinfecte, parfume.

CO₂, O₂, H₂O, O₃, NO₂, SO₂, PM₁₀, PM_{2.5}, NO, NH₃, H₂S, H₂, CO, CH₄, C₂H₆, C₃H₈, C₄H₁₀, C₅H₁₂, C₆H₁₄, C₇H₁₆, C₈H₁₈, C₉H₂₀, C₁₀H₂₂, C₁₁H₂₄, C₁₂H₂₆, C₁₃H₂₈, C₁₄H₃₀, C₁₅H₃₂, C₁₆H₃₄, C₁₇H₃₆, C₁₈H₃₈, C₁₉H₄₀, C₂₀H₄₂, C₂₁H₄₄, C₂₂H₄₆, C₂₃H₄₈, C₂₄H₅₀, C₂₅H₅₂, C₂₆H₅₄, C₂₇H₅₆, C₂₈H₅₈, C₂₉H₆₀, C₃₀H₆₂, C₃₁H₆₄, C₃₂H₆₆, C₃₃H₆₈, C₃₄H₇₀, C₃₅H₇₂, C₃₆H₇₄, C₃₇H₇₆, C₃₈H₇₈, C₃₉H₈₀, C₄₀H₈₂, C₄₁H₈₄, C₄₂H₈₆, C₄₃H₈₈, C₄₄H₉₀, C₄₅H₉₂, C₄₆H₉₄, C₄₇H₉₆, C₄₈H₉₈, C₄₉H₁₀₀, C₅₀H₁₀₂, C₅₁H₁₀₄, C₅₂H₁₀₆, C₅₃H₁₀₈, C₅₄H₁₁₀, C₅₅H₁₁₂, C₅₆H₁₁₄, C₅₇H₁₁₆, C₅₈H₁₁₈, C₅₉H₁₂₀, C₆₀H₁₂₂, C₆₁H₁₂₄, C₆₂H₁₂₆, C₆₃H₁₂₈, C₆₄H₁₃₀, C₆₅H₁₃₂, C₆₆H₁₃₄, C₆₇H₁₃₆, C₆₈H₁₃₈, C₆₉H₁₄₀, C₇₀H₁₄₂, C₇₁H₁₄₄, C₇₂H₁₄₆, C₇₃H₁₄₈, C₇₄H₁₅₀, C₇₅H₁₅₂, C₇₆H₁₅₄, C₇₇H₁₅₆, C₇₈H₁₅₈, C₇₉H₁₆₀, C₈₀H₁₆₂, C₈₁H₁₆₄, C₈₂H₁₆₆, C₈₃H₁₆₈, C₈₄H₁₇₀, C₈₅H₁₇₂, C₈₆H₁₇₄, C₈₇H₁₇₆, C₈₈H₁₇₈, C₈₉H₁₈₀, C₉₀H₁₈₂, C₉₁H₁₈₄, C₉₂H₁₈₆, C₉₃H₁₈₈, C₉₄H₁₉₀, C₉₅H₁₉₂, C₉₆H₁₉₄, C₉₇H₁₉₆, C₉₈H₁₉₈, C₉₉H₂₀₀, C₁₀₀H₂₀₂.

Fiche immersive concernant la session sur les futurs du nettoyage au SEB Lab

Des entretiens auprès d'employés du services design du groupe m'ont permis de comprendre un peu plus la réaction des commanditaires face au résultat et l'état d'esprit du service design face au design-fiction.

Le premier entretien avec une designer Stéphanie COMPARD¹, m'informa ne pas connaître le terme de design-fiction. Le service design commence quant à lui, à s'intéresser aux sujets de prospectives avec un projet de vision design prévu pour l'année 2019.

1 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Stéphanie COMPARD»

Un entretien avec le Kim HELMBOLD², m'a appris que le design-fiction est un sujet encore trop avancé pour le service et qu'il n'a jamais été testé. La prospection est également un sujet encore peu abordé : « *Nous avons une vision très réduite (les feuilles de routes marketing du produit sont à 2020-2012)* ». C'est dans cet objectif qu'est lancé le projet en design de vision design : « se projeter et poser les scénarios du futur ».

Olivier WATHELET³, en tant qu'ancien employé du groupe SEB me donna sa vision sur la prospective au sein du groupe : « *qu'un groupe mondial ne regarde pas l'avenir à 10 ans c'est une erreur* ».

Enfin, Anthony MASSON, co-auteur du livre *Jouer avec les futurs et designer* au sein du groupe m'expliqua également que le groupe SEB n'était jusqu'alors pas prêt pour travailler avec le design-fiction. Il m'expliqua également l'importance de la communication au sein du groupe de ce sujet afin de ne pas effrayer le groupe et ses employés avec les artefacts créés par le design-fiction, généralement dystopique et par conséquent potentiellement provocant.

Au mois de février, le service recherche m'informa que dans le cadre d'un projet concernant une vision à 10 ans, l'étude de plusieurs agences d'innovation a été effectuée. Dans cette recherche la possibilité d'une réponse

par le design-fiction avec le collectif Making Tomorrow a été envisagée. Pour autant c'est la proposition d'une agence d'innovation plus "classique" qui a été accepté.

De ces divers entretiens et informations pré-projet, je retiens 3 points :

- Le SEB Lab est à la recherche de nouvelles méthodes
- Les commanditaires de sessions ont peur d'une vision lointaine qui ne peut être transformé à court terme
- Le groupe SEB est intéressé par des démarches sur des visions futures
- La communication est essentielle dans le cadre du développement du design-fiction au sein du groupe

Pour autant, selon Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE⁴ : « *notre conviction est que créer une culture du futur est aussi important pour une organisation que de dialoguer avec des usagers, ses clients ou ses consommateurs. Cela permet de se projeter, d'avancer, et surtout de dérouter les trajectoires convenues ou morbides, au sens où elles n'apportent rien qui ne soit déjà imaginé. L'imaginaire est un capital, faisons-le croître* ». Ainsi le développement en douceur du design-fiction au sein du groupe SEB à travers le SEB Lab peut permettre de développer la créativité du groupe.

2 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Kim HELMBOLD»

3 disponible au sein de l'annexe «Entretien avec Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE»

4 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017. « Design fiction, épisode 12 : l'imagination est le premier capital d'une organisation ». Usbek & Rica (blog). 18 septembre 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-12-l-imagination-est-le-premier-capital-d-une-organisation>.

PARTIE 3

C- MISE EN PLACE DU DESIGN-FICTION AU SEIN DU SEBLAB

Pour amener en douceur le sujet et la pratique du design-fiction au sein du SEBLab, je mets en parallèle plusieurs chantiers.

La compréhension de l'outil design-fiction aux salariés du SEBLab est testée avec l'organisation d'une session pour le SEBLab. Cette session a pour objectif d'améliorer les processus de créativité du SEBLab en partant de divers artefacts créés à partir d'un scénario.

Au cours de cette session j'ai pu tester la réalisation de Wildcards avec l'équipe du SEBLab comme technique d'analyse de projection de l'équipe. Cette technique m'a permis de comprendre les visions de chacun sur le futur du SEBLab, du groupe SEB, etc. Cette analyse m'a surtout permis de définir le thème dans lequel choisir mon scénario afin d'être impactante.

La réalisation du scénario m'a appris que l'exercice de réalisation en autonomie d'un scénario est difficile, car l'auteur manque de recul sur sa propre vision. Il serait intéressant de tester une réalisation à plusieurs.

Au niveau de la réalisation des artefacts, la production fut rapide à mettre en œuvre avec la réalisation de produits principalement graphique.

Au niveau de l'exposition, le fait de laisser l'équipe découvrir seule les artefacts permit une prise de réaction intéressante et constructive. Leurs échanges permirent une mise en débat des produits proposés. Pour autant, l'effet de surprise fut absent, l'équipe étant au courant de l'utilisation de la méthode. Je ne pus donc tester une réelle immersion.

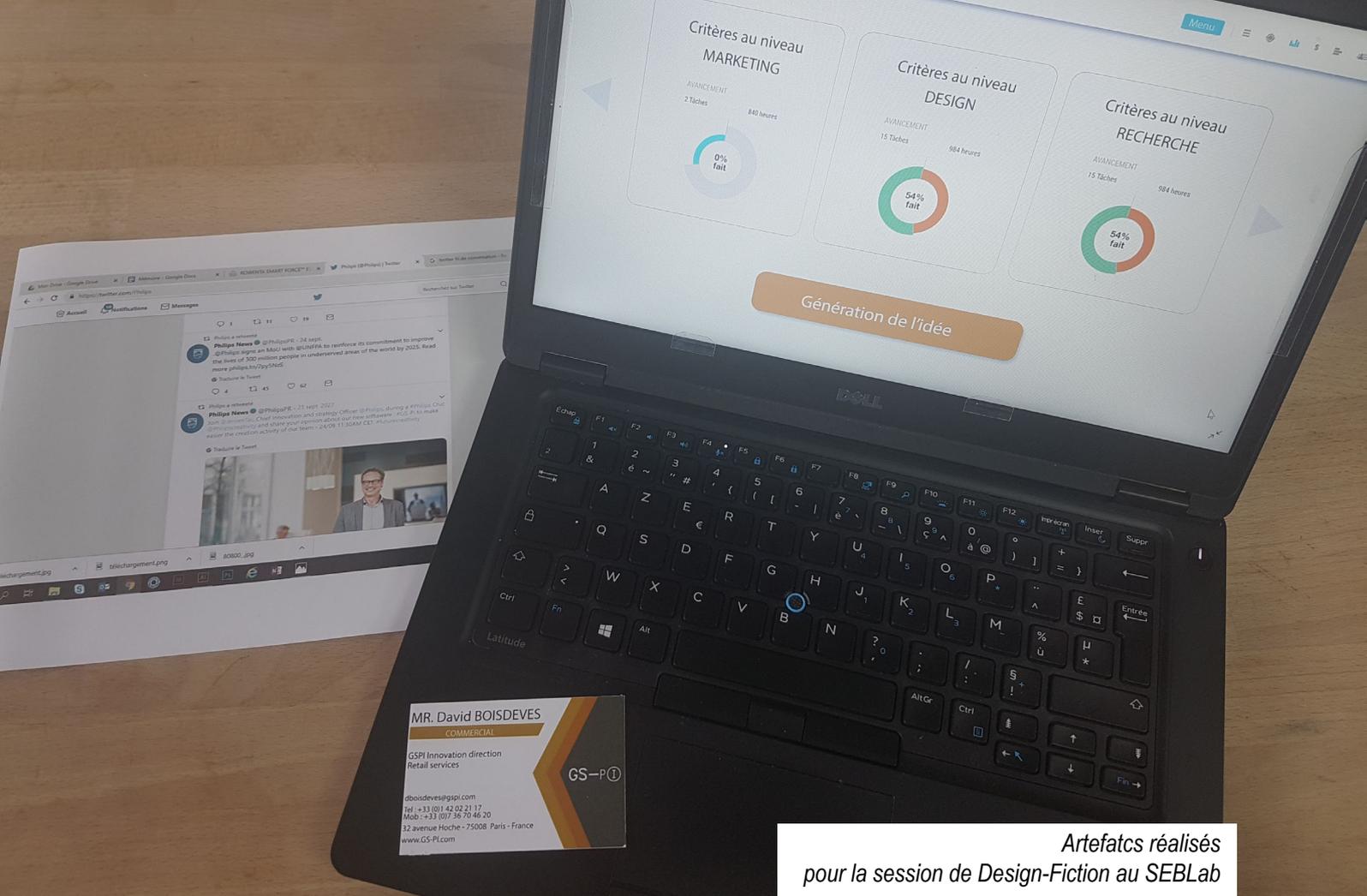
La fiction proposée a engendré des réactions positives et négatives ce qui signifie qu'elle était perturbante et donc potentiellement déclencheuse de réflexions.

Globalement, les réactions ont permis de faire ressortir les points clés d'un service d'aide à la génération d'idée et ainsi remettre en question le processus actuel pour l'améliorer. Ce qui était l'objectif visé, le retour aux problématiques actuelles a été plutôt facile et naturel. L'atelier a duré 4 heures au lieu de 2 initialement prévues, il a permis de grandes discussions.

Avec quelques semaines de recul, les participants ont jugé la session comme :

« Hyper efficace, profitable, à creuser mais l'anticipation est indispensable car nécessite un temps de préparation »

Jean-Louis COMPEAU



Artefacts réalisés
pour la session de Design-Fiction au SEBLab

« Réappropriation un peu flou,
comment utiliser ce que l'on fait dans une
session lambda, dans un SPRINT »
Cécile TRIVERY

« C'est le lancement de la créativité,
nécessite une préparation plus
costaud avec les commanditaires »
Stéphanie LEMAIRE

« C'est de l'immersion
mais ne se superpose pas à l'imput »
Jean-Louis COMPEAU

« Tu ne peux pas te loucher,
c'est une animation très personnalisé »
Jean-Louis COMPEAU

Le second outil testé est celui des créations de collections. Olivier WATHELET et Nicolas MINVIELLE dans le magazine Usbek et Rica expliquent la richesse d'étudier des détails d'imaginaires¹ ou de quantités d'imaginaires². J'ai pu tester l'utilisation de cet outil au cours d'une session de type SPRINT sur un sujet concernant l'intelligence artificielle afin de provoquer des réactions. L'outil se présente

1 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017. « Design fiction, épisode 3 : le « pouvoir » se niche dans les détails ». Usbek & Rica (blog). 26 juin 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-3-le-pouvoir-se-niche-dans-les-detais>.

2 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017. « Design fiction, épisode 4 : pourquoi étudier des collections d'imaginaires ». Usbek & Rica (blog). 1 juillet 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-4-pourquoi-etudier-des-collections-d-imaginaires>.



Résultat du travail sur la lignée d'imaginaire, Classement selon le degré de perturbation ressenti face à la référence proposée

comme la mise en avant d'images en adéquation avec le sujet, issues de multiples références culturelles. Il a été demandé aux participants de donner leurs opinions sur ces images afin de provoquer des réactions. Ces réactions ont permis aux participants de partager sur leurs imaginaires face au projet et commencer à se projeter.

L'analyse de l'usage de ces divers outils me permet de proposer deux façons d'aborder l'outil design-fiction par le SEBLab (voir schéma ci-contre).

La première proposition utilise des outils de design-fiction comme Insight, au cours d'une session de type SPRINT. Cette approche permet une vision plus divergente, une nouvelle source de créativité. Elle peut être utilisée pour tous types de sujets. Elle propose une nouvelle forme d'immersion à partir d'outils du design fiction tel que les lignées d'imaginaires pour ou l'utilisation d'artefacts propres ou non à la séance. A l'image de

la légende concernant les indicateurs lumineux des parkings ³ (inspirés du film Retour vers le Futur), les participants à la session pourront s'inspirer des futurs pour développer leurs produits, créer le produit d'un futur utopique ou au contraire ne pas prendre un chemin qui mène vers un futur dystopique.

La seconde proposition, adaptée à des sujets plus réflexifs ou futuristes, propose la création d'un processus basé sur le processus de création de l'œuvre de design-fiction. Dans ce cas, les participants sont auteurs des œuvres de design-fiction et testent leurs expositions sur autrui. Ce processus est plus adapté pour des prises de décisions, une définition stratégique ou le développement de produit à partir de données technologiques ou de savoirs. Cette proposition consiste à permettre à une équipe créative de se diriger vers un futur à partir de technologies développées ou de savoirs et d'imaginer les scénarios

3 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017. « Design fiction, épisode 3 : le « pouvoir » se niche dans les détails ». Usbek & Rica (blog). 26 juin 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-3-le-pouvoir-se-niche-dans-les-details>.

narios et artefacts qui en découlent pour ensuite les exposer à autrui. Cette exposition permettra de connaître les réactions face à ces futurs et l'utilisation faites des technologies et des savoirs.

En proposant une immersion par le design-fiction, le rôle de l'animateur de session évolue. Au sein des processus issus du design thinking, l'animateur propose un rôle neutre face aux participants. Le design-fiction propose à son réalisateur de faire passer un message, de mener la réflexion de ces spectateurs. L'animateur n'est plus neutre dans le processus de créativ-

té, il donne un point de départ. L'animateur de séances de créativité permet à ces participants de comprendre et d'imaginer toute l'envergure de leurs problématiques, les conséquences, les dérives de leurs futurs.

Cette nouvelle approche de l'animation permet une nouvelle source de créativité. A l'image de la pensée divergente fortement reconnue dans l'imaginaire des enfants, les participants imaginent les futurs de leurs idées et les pistes qu'ils souhaitent alors emprunter. Le design-fiction vient enrichir la créativité.

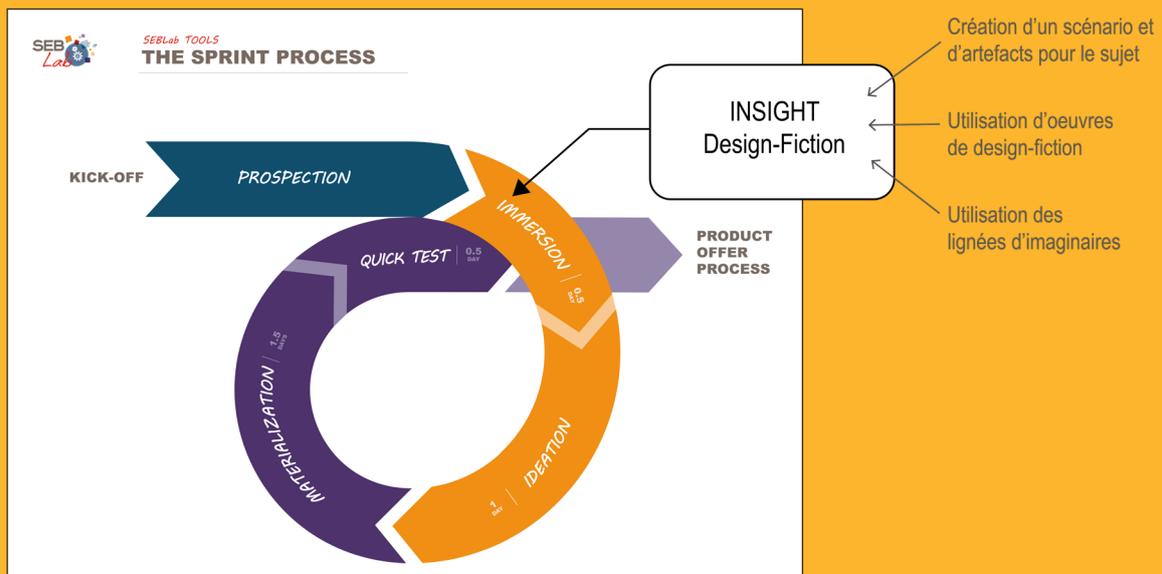


Schéma 3 : processus de Design-Fiction proposition n°2

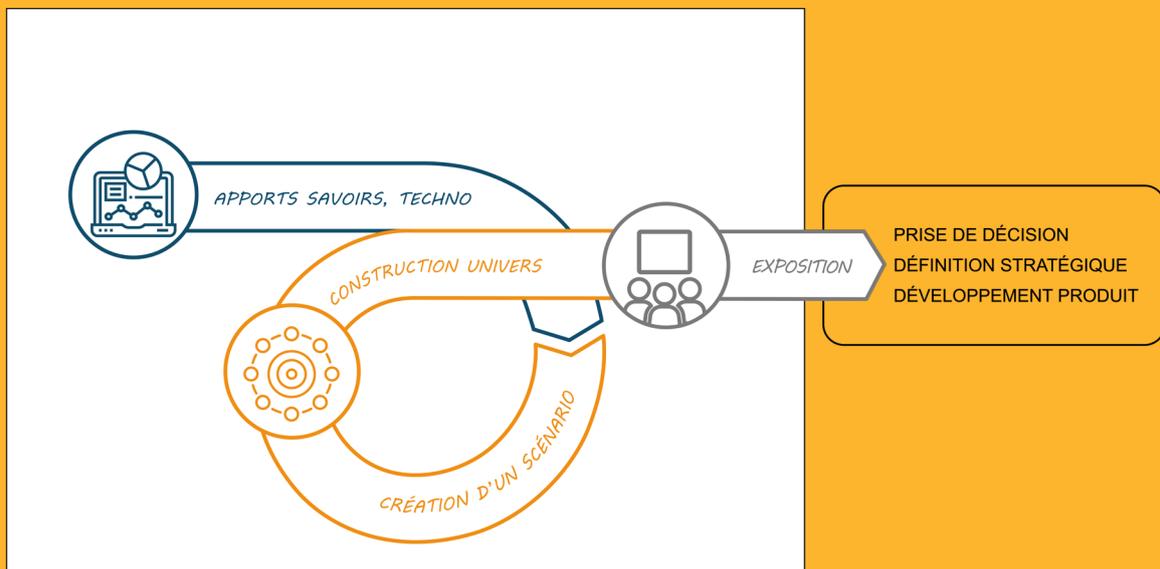


Schéma 4 : processus de Design-Fiction proposition n°2

CONCLUSION

Le design-fiction nommé en 2008 par Julian BLEECKER, associe design et science-fiction pour permettre par la matérialisation, une réaction sur des futurs fictifs. L'évolution du design-fiction à travers les diverses époques de pratiques du design met en avant son adaptation à chaque époque. Son caractère réaliste propose au spectateur une réaction véritable sur un sujet pourtant fictionnel. La diversité de ces représentations suit pour autant un processus de réflexion et de création similaires. La mise en avant de ce processus à partir de diverses sources littéraires et l'analyse de pratiques permet d'expliquer la méthode du design-fiction. C'est en analysant ce processus qu'il devient possible d'utiliser l'outil dans le cadre de l'entreprise.

Le SEB Lab peut ainsi utiliser cet outil pour permettre de nourrir la créativité des participants aux sessions. Le design-fiction permet à cet espace une approche de l'innovation différente des outils utilisés actuellement et par conséquent une possibilité d'idées nouvelles. Le magazine Usbek et Rica nous explique au sein d'un article concernant l'imaginaire comme capital d'une organisation que « *créer une culture du futur est aussi important pour une organisation que de dialoguer avec ses usagers, ses clients ou ses consommateurs. Cela permet de se projeter, d'avancer et surtout de dérouter les trajectoires convenues ou morbides, au sens où elles n'apportent rien qui ne soit déjà imaginé.* »¹

Le design-fiction est ainsi une réponse inté-

1 Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017. « Design fiction, épisode 12 : l'imagination est le premier capital d'une organisation ». Usbek & Rica (blog). 18 septembre 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-12-l-imagination-est-le-premier-capital-d-une-organisation>.

ressante aux manques mis en avant au sein des processus inspirés du design thinking.

Le test effectué au sein du SEBLab permet de mettre en avant deux processus d'utilisation des méthodes de design-fiction pour nourrir la créativité, ainsi que des outils à utiliser en fonction des sessions.

Ainsi le design-fiction offre à son réalisateur une force de réflexion que peu d'outils peuvent permettre. Le SEBLab pourrait ainsi à travers le design-fiction ouvrir à ces commanditaires un nouveau regard sur leurs projets, une nouvelle approche. Cet espace souhaité comme un catalyseur de l'innovation au sein du groupe, apporterait ainsi une nouvelle forme d'aide à l'innovation, une nourriture pour la créativité.

Car selon Peter DRUCKER « le meilleur moyen de prévoir le futur, c'est de le créer ». Pour autant il est nécessaire de maîtriser cet outil et de se l'approprier doucement pour ne pas en perdre l'usage.

Selon Antony MASSON, il est donc important de sensibiliser les salariés du groupe SEB au design-fiction.

Le SEBLab a déjà commencé à sensibiliser le groupe SEB sur les enjeux du futur avec l'intervention de Philippe Caen - Méthode & pratiques de la prospective par les signaux faibles détecter, libérer, créer le futur. Mais il faut désormais sensibiliser sur l'outil pour ne pas effrayer. Pour Antony MASSON, la méthode ne doit pas être mal comprise, sinon elle sera rejetée. Les tâches du SEBLab sont multiples : intégrer les méthodes de design-fiction dans des accompagnements de l'innovation, permettre la compréhension de la méthode aux divers services, des enjeux et justifier le positionnement du SEBLab.

Pour cela l'intervention du collectif Making Tomorrow au sein d'une conférence est envisagée.

Toutes ses actions auront lieu en aval de ce mémoire mais permettront potentiellement à l'outil design-fiction de continuer à se développer au sein du SEBLab pour le Groupe SEB.

Pour autant, préparer les spectateurs du design-fiction à sa pratique n'est-il pas à l'encontre de la véracité de la réaction face à l'expérimentation ?

BILAN PERSONNEL

L'expérience d'écriture de ce mémoire est pour moi un fait intéressant. D'un sujet qui représentait pour moi la simple association de deux termes, j'ai appris à connaître et décoder une pratique. J'ai eu l'occasion de rencontrer des personnes intéressantes et passionnées par un outil, un sujet en devenir. Pour devenir moi-même une fan du design-fiction, ces pratiques, ces formes...

J'espère que ce mémoire aura été utile pour le SEBLab et je souhaite sincèrement que cet outil progresse pour pouvoir s'intégrer à la palette des compétences du SEBLab.

Dans mon cas, la découverte de cet outil me permettra d'avoir une façon de penser différente au sein de mes réalisations et créations pour toujours penser au futur et ces conséquences.

La rédaction du mémoire qu'en a elle a été une épreuve mitigée, à l'image de ma personnalité. Toujours à la recherche de nouveauté les phases de découverte et recherche d'informations ont été mes préférées jusqu'à avoir dans ma chambre une pile de lecture que je n'aurais jamais le temps de finir. La phase de rédaction a été un peu plus compliqué, n'étant pas une romancière naïf j'espère que la lecture de ce mémoire n'aura pas été trop ennuyante. Ma ténacité associée à la passion pour ce sujet m'ont permis d'aborder l'ensemble de ma réflexion sur le design-fiction et son intérêt comme source de créativité.

BIBLIOGRAPHIE & SITOGRAPHIE

« Artefact ». s. d. In Larousse. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/artefact/5512>.

BLEECKER, J. 2009. « Design Fiction , A short essay on design, science, fact and fiction. » http://drbfw5wflxon.cloudfront.net/writing/DesignFiction_WebEdition.pdf.

Chaire ANCA. s. d. « Manger vers le futur ». Consulté le 16 mai 2019. <https://mangerversle-futur.org/>.

« Définitions et fonctionnement de la science-fiction ». 2019. Blogspot. Portail de la science-fiction (blog). 9 décembre 2019. <https://science-fiction002.blogspot.com/2009/12/definitions-et-fonctionnement-de-la.html>.

Design Friction, et Stereolux. 2018. « utop/dystop(IA) Interrogeons les futurs de l'intelligence artificielle ». http://design-friction.com/utopdystopia/df_utopdystopIA_export-web-final.pdf.

Grassi, May-Line. 2018. « Le design fiction comme solution possible à l'enrichissement des visions en entreprise ». Mémoire professionnel sous la direction de Valéry Merminod, Grenoble: IAE Grenoble, Master Management de l'innovation.

Kirby, David. 2010. The Future Is Now: Diegetic Prototypes and the Role of Popular Films in Generating Real-World Technological Development. Vol. 40. <https://doi.org/10.1177/0306312709338325>.

Le Maréchal, Edouard. 2016. « Blablacar, la confiance a des limites ». <https://agedupapillon.wordpress.com/2016/05/13/blablacar-la-confiance-a-des-limites/>. Butterfly Process (blog). 13 mai 2016.

———. 2017. Innover à l'âge du papillon: comment réussir durablement dans un monde chaotique? S.l.: s.n.

Loewy, Raymond. 2009. La laideur se vend mal. Paris: Gallimard.

Minvielle, Nicolas, et Olivier Wathelet. 2017a. « Design fiction, épisode 1 : comment rater une design fiction ». Usbek & Rica (blog). 13 juin 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-1-comment-rater-une-design-fiction>.

———. 2017b. « Design fiction, épisode 2 : que faire des imaginaires populaire ? » Usbek & Rica (blog). 20 juin 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-2-que-faire->

des-imaginaires-de-la-culture-populaire.

———. 2017c. « Design fiction, épisode 3 : le « pouvoir » se niche dans les détails ». Usbek & Rica (blog). 26 juin 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-3-le-pouvoir-se-niche-dans-les-details>.

———. 2017d. « Design fiction, épisode 4 : pourquoi étudier des collections d'imaginaires ». Usbek & Rica (blog). 1 juillet 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-4-pourquoi-etudier-des-collections-d-imaginaires>.

———. 2017e. « Design fiction, épisode 8 : Comment rendre le futur participatif ? » Usbek & Rica (blog). 9 août 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-8-comment-rendre-participatif-le-futur>.

———. 2017f. « Design fiction, épisode 12 : l'imagination est le premier capital d'une organisation ». Usbek & Rica (blog). 18 septembre 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-episode-12-l-imagination-est-le-premier-capital-d-une-organisation>.

Minvielle, Nicolas, Olivier Wathelet, et Antony Masson. 2016. Jouer avec les futurs: utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise.

MOLLON, Max. 2013. « Design Fiction , design pour une société qui n'existe pas encore. » <https://www.slideshare.net/maxmollon/design-fiction-designer-pour-une-socit-qui-nexiste-pas-encore>.

Owen Harris. 2013. « Be Right Back ». Black Mirror.

Samsung. 2014. Welcome To The Future. <https://www.youtube.com/watch?v=XyIvSIY0MTM>.

Silberzahn, Philippe. 2017. « Bienvenue en incertitude ». 12 septembre 2017. <https://philippe-silberzahn.com/ouvrages/bienvenue-en-incertitude/>.

SIMON, Maxime. 2016. « Fiction Réaliste, Opportunités du design-fiction dans un contexte de projet ». Mémoire de recherche professionnel sous la direction de Sandrine Chatagnon et Guillaume Giroud, Villefontaine: Pôle supérieur de design de Villefontaine, Diplôme supérieur d'Arts Appliqués. https://issuu.com/maxsim_simon/docs/split_fiction-realiste_maximesimon.

SPIELBERG, Steven. 2002. Minority Report.

« United Micro Kingdoms ». s. d. <http://unitedmicrokingdoms.org/>.

Usbek & Rica. 2017. « Design fiction : le futur, c'est plus ce que c'était ». The Open Window

(blog). 16 février 2017. <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-le-futur-c-est-plus-ce-que-c-etait>.

———. 2018. 2010-2018 130 prédictions sur le monde de demain. 23.

Wathelet, Olivier. 2018. Design fiction et IoT : concevoir au-delà de l'expérience. <https://soundcloud.com/escpeurope/design-fiction-et-iot-concevoir-au-dela-de-l-experience-olivier-wathelet>.

WRIGHT, J. 2016. « Nosedive ». Black Mirror.

ZAMPA, Virginie, Eric BOUIN, Mônica MACEDO-ROUET, et Jean-François ROUET. s. d. « L'information Internet : le jugement de crédibilité des usagers. » In . ERT -IRMA Langage et Cognition - Université de Poitiers, Agence des usages des TICE, CNDP. Consulté le 1 juin 2019. https://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?page=imprime&id_article=132.

ANNEXES

SESSION DE DESIGN-FICTION AU SEBLAB - 18.04.2019 -

Quelques semaines avant cette session, Bénédicte Simon (VPC recherche) nous demande en réunion d'équipe de commencer à réfléchir sur les futurs du SEBLab : le sujet est donc tout trouvé, 2030, le futur du SEBLAB.

1 - Analyse de la situation

Je commence donc cette approche par l'exercice des Wildcards afin de sonder mon public sur sa vision du futur. Le contexte présenté est le suivant :

Présent depuis plusieurs années le SEBLAB est aujourd'hui installé dans le groupe SEB. Pour autant, le Groupe SEB est à la recherche des évolutions de son service SEBLAB et demande donc l'ouverture d'un nouveau projet : "SEBLAB 2030". Les équipes SEBLAB sont donc chargés de proposer les versions futures de son service.

Pour cela, je vous propose l'aide du design-fiction en plusieurs séances, nous allons tester divers outils pour essayer de donner petit à petit réponse à cette question.

Afin de savoir vers quoi diriger ma réflexion dans la thématique du futur du SEBLab, j'ai choisi d'effectuer des premiers ateliers d'environ une heure pour permettre à l'équipe d'exprimer ces potentielles inquiétudes, sujet de potentiels débat ...

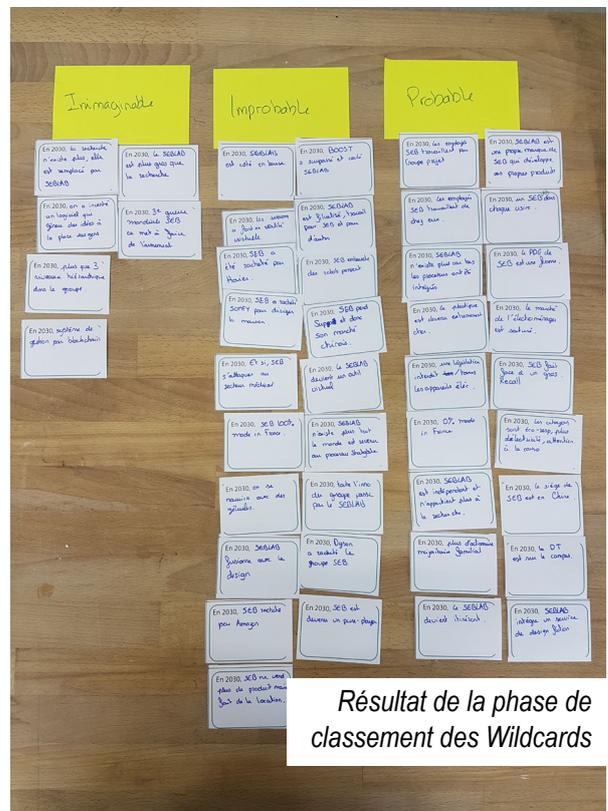
Le 1er atelier a eu lieu le 25.02.2019 avec Jean-Louis COMPEAU, Jérémy CORNU et moi-même. Pour cet atelier j'ai choisi d'être à la fois facilitateur et participant afin d'aider la réflexion. L'objectif principal était de tester la

réalisation de Wildcards.

La session a donc commencé par l'explication du déroulement de l'atelier et l'explication des Wildcards.

La session débute donc par des exercices de purges pour permettre de mettre des qualifications sur le groupe SEB et le SEBLab. Puis débuta la création de Wildcards à partir de cartes préremplies. Lors de cette session les participants s'expriment oralement et ne ressentait pas l'envie d'écrire, je pris donc le parti d'écrire leurs diverses propositions.

Je remarquai que l'exercice des Wildcards sur le sujet du groupe SEB en 2030 était plutôt facile alors que le même sujet basé sur le SEBLab en 2030 donnait des résultats in-



Résultat de la phase de classement des Wildcards

téressants. Les participants et en particulier Jean Louis COMPEAU mettant en avant des visions principalement utopiques du SEBLab. L'étape de classement des idées selon : possible, improbable et inimaginable s'avéra très difficile, les termes étant difficiles à dissocier les uns des autres.

Pour ce premier atelier, je senti un intérêt mitigé face à l'exercice, le moment fu sympathique mais les participants semblaient sceptiques face à l'après de cette démarche.

Le second atelier eu lieu deux semaines après avec la participation de Stéphanie LE-MAIRE et Cécile TRIVERY. Lors de cet atelier construit exactement comme le premier je conclue quelques différences : l'atelier dura plus longtemps, les participantes ont écrit elle mêmes sur les cartes préparées et ont semblées plus impliquées. La vision du futur du groupe SEB et du SEBLab fut plus riche et mixte entre utopie et dystopie. Malgré encore une difficulté sur la différenciation entre inimaginable et improbable, l'exercice de classement pris plus de sens car les participantes effectuées des associations entre le futur du groupe et des tendances.

2 - Mise en avant d'un objectif et d'un format

A partir des diverses informations obtenues, je peux définir l'objectif de ma session : la remise en question des méthodes procédés d'innovation actuel proposé au SEBLAB. Je souhaite utiliser l'outil design-fiction comme une entrée dans la session en proposant une série d'artefacts associée à un scénario qui va permettre de questionner l'objectif. Ce questionnement est ensuite utilisé pour faire

progresser la session vers une proposition d'amélioration des services du SEBLab actuel. Le process s'inspire de celui proposé par Adam Owen, Graduate Student at OCAD University, Digital Futures

3 - Réalisation d'un scénario

Je commence donc par réaliser mon scénario en partant du logiciel "Supershaper : générateur de formes abstraites" logiciel qui se base sur une formule mathématique pour générer une multitude formes et ainsi questionner le travail des designers esthétiques qui proposent à leurs clients des variétés de formes.

En partant de ce constat j'imagine que les formules mathématiques évoluent au cours des 5 années suivantes et se développent pour créer un logiciel permettant de générer l'idée parfaite pour une demande en fonction des besoins marketing, produits, prix ... Ce logiciel remet en question la place du SEBLab par rapport à l'innovation. Actuellement, ce dernier se positionne principalement au cours de la génération d'idée et non dans le processus d'accompagnement de l'innovation dans les divers services pour permettre sa réussite.

Ma Wildcards :

Et si en 2030 une IA génère l'idée parfaite

Mon scénario :

NOM du logiciel : GSPI pour generation software of perfect idea

Ce logiciel propose à chaque acteur de l'innovation de mettre ces divers critères. A partir d'une IA le logiciel met en commun les di-

verses demandes et calcul l'idée parfaite pour répondre à la demande.

- La place de l'animateur de session de créativité

Ce scénario permet de questionner sur :

- Que faire si toutes les entreprises ont les mêmes idées
- Qu'est-ce qu'accompagner l'innovation

4 - la réalisation d'artefacts

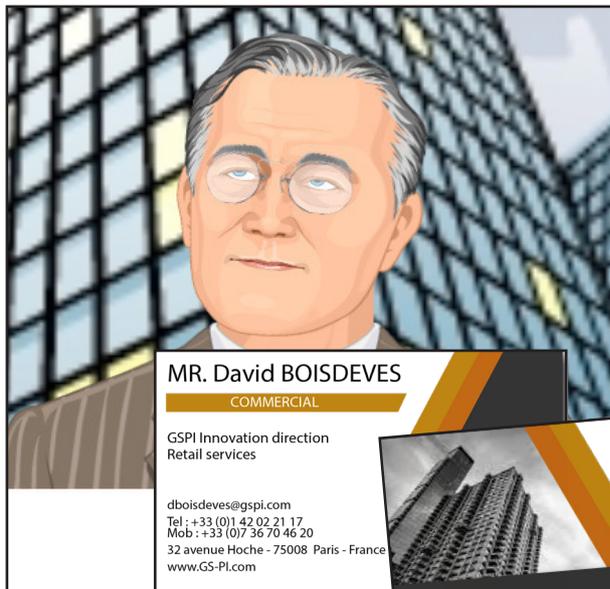
S'en suit la réalisation des artefacts avec l'idée que le logiciel GSPI porté par Dassault c'est développé, Philips utilise désormais le logiciel et un commercial vient proposer le logiciel au SEB Lab. Je crée donc un certain nombre d'artefacts visibles dans les photographies associés.



Fausse publication Twitter de la part de la société Philips



Faux logiciel GSPI



Bonjour, je suis David BOISDEVES, commercial pour la société Dassault système et je viens aujourd'hui vous présenter un logiciel développé par nos soins : le GSPI, pour Generation Software of Perfect Idea. Ce logiciel développé depuis désormais 3 ans vous permet de déléguer vos sessions de générations d'idées à l'IA du logiciel. L'utilisation du produit est simple : les divers acteurs du projet entrent les critères auxquels devra faire face la solution parfaite. Une fois cette opération effectuée vous n'avez plus qu'à cliquer sur Générer la solution. Le logiciel vous développe alors l'idée, le produit correspondant à vos besoins. Ce logiciel vous permet donc un gain de temps, une économie financière, ainsi qu'une véracité des idées proposés. Pour plus de renseignement n'hésitez pas à me contacter.

<http://tinyurl.com/y2cf8dq5>

Faux commercial GSPI (carte de visite, rencontre virtuelle)

5 - Réalisation de la session

La session débute par la présentation des artefacts que j'ai pris soin d'installer à l'étage. Je laisse les 4 autres membres du SEBLab découvrir les artefacts à leurs rythmes comme la découverte d'une exposition.

À la suite de cette contextualisation, je propose à l'équipe de s'installer pour effectuer une prise de réaction. J'en profite pour réaliser un mind-mapping des réactions suite à la vision de ces différents artefacts et des conséquences du scénario proposé. Je note au fur et à mesure leurs réactions sur des post-it. Leurs retours sont intéressants avec une discussion commune sur ce qui est compris et ce que cela met en question. Globalement le scénario et ces conséquences sont compris de façon autonome et la réflexion se lance seule.

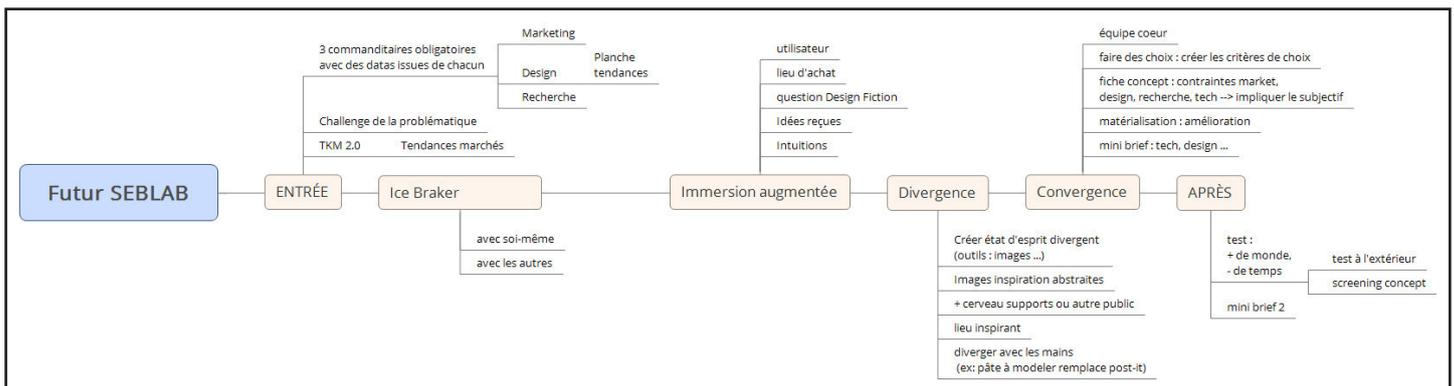
À la suite de cette prise de réaction, nous classons ensemble sous différentes familles. La mise

en avant de ces familles nous permet de mettre en exergue les problématiques à travailler au sujet du SEBLab pour évoluer vers une proposition future plus en adéquation avec les souhaits pour le futur du SEBLab.

Ces familles sont ensuite développées avec la réalisation de post-it d'améliorations envisageables, de remarques sur l'association SEBLab/Présent/Futur et le titre d'une famille.

À partir de cette étape, nous pouvons générer des post-it concernant les solutions envisageables, les évolutions du SEBLab

Suite à cette génération de commentaires, il a été créé un processus amélioré des sessions futurs du SEBLab.



Résultat de la session

ENTRETIEN AVEC STÉPHANIE COMPARD

- 06.12.2018 -

Lors du choix du sujet, j'ai eu l'occasion de discuter du sujet de la prospective au sein du Groupe SEB avec Stéphanie COMPARD : designer au sein du Groupe SEB

d'autres domaines que le petit électroménager comme IKEA durant la Design Week de Milan, Renault et son concept car mobilité EZ-GO.

Avez-vous déjà fait du design prospectif ou design fiction au Groupe SEB ?

On a en un peu fait avec l'agence Design Office mais je pense qu'il y a plusieurs types de prospection : court terme, moyen terme, long terme. Pour l'instant plutôt court terme.

Qui s'occupe de la veille chez SEB ?

Pour nous Véronique BRUCHWALSKI, mais en dehors Valérie SATRE veille tendance de CIMI.

Du coup en faites-vous en interne ?

Pas pour l'instant, mais je pense que tu devrais en parler avec Kim car un projet de vision design aurais dû être lancé cet été par l'équipe des créatives leads. En partant d'une analyse veille et tendances futurs et comment nous interprétons, mais le projet a été reporté à la suite de coupures budgétaires.

"La particularité du Groupe SEB pour ce sujet c'est la variété de ces marques qui ont chacune des histoires différentes à raconter. En fonction de tel marque ou tel marque pas véhiculé la même histoire, le même usage..."

De mon souvenir, le projet s'inspirait des concepts produits que font certaines marques tel que LG et son frigo-robot présenté à l'IFA 2017, Bosch et des accessoires pour faciliter la façon de cuisiner, Panasonic qui présentent des concepts pendant les Show-room.

Je pense que pour ton sujet tu dois aller chercher des exemples dans



ENTRETIEN AVEC MAY LINE GRASSI

- 12.01.2019 -

Au début des recherches concernant ce mémoire, j'ai appris qu'une ancienne étudiante avait effectué son mémoire sur le sujet du design fiction au sein de la société SOMFY. J'ai donc effectué un entretien avec May-Line GRASSI : designer innovation et créativité au sein de société SOMFY, anciennement étudiante en master management de l'innovation à l'IAE de Grenoble et étudiante en design au pôle supérieur de design du Lycée Léonard de Vinci.

D'où est parti ton mémoire ?

Personnellement, je voulais un sujet qui touche au design et un stage où j'étais designer. Ma première mission chez Somfy était d'accompagner l'imagination des équipes sur le futur du control.

J'ai commencé en Avril, par des workshops avec des méthodes classiques or ceci ne fonctionnait pas, nous retombions sur des idées déjà faites ou trouvées, donc pas de prise de risque, de sauts.

J'avais besoin d'une solution, j'ai creusé le sujet du design fiction que j'ai pu tester en DSAA. L'idée étant de voir si le sujet fonctionne au sein d'une grande entreprise et réalisé par quelqu'un de l'entreprise.

Aujourd'hui, beaucoup d'agences proposent ce service mais moins en intégré.

Comment c'est passé la mise en place chez SOMFY ?

Je pensai utiliser la méthode développée en

DSAA : une partie théorique associée à des petites expérimentations alimenté au fur et à mesure.

Finalement, j'ai fait une ou deux expérimentations puis un gros atelier basé sur le design fiction.

La première chose que j'ai testé (avec les designers) est la gymnastique consistant à transformer des mots-clés ou des faits d'actualités en hypothèses. Faire l'effort de formuler des choses pour avoir presque des débuts de scénario. En amont, j'avais extrait des faits d'actualités du moments, catégorisé, etc.

Nous avons donc essayé plusieurs manières de faire qui sont notés dans mon mémoire. Ce premier test dans l'esprit design fiction a été super bien reçu car j'étais avec des gens ouverts d'esprits et déjà sensibilisé.

Ensuite, j'ai fait un gros atelier où je suis resté avec mon business groupe et des personnes avec qui j'avais déjà travaillé pour faciliter le contact (des techniques, des créatifs, des personnes hors Somfy). Cette fois nous avons fait un atelier design fiction hors problématique Somfy. L'idée était de questionner la Smart Home, de leur montrer un côté sombre de la Smart Home. On a réussi à se détacher complètement des contraintes Somfy et à penser loin (on a vraiment levé ce frein-là !). Il y a eu des idées dans tous les sens, des trucs assez fous mais hyper intéressant et toujours justifié. Les gens prenaient cœur à le faire.

Nous avons fait plusieurs exercices mais nous n'avons pas réussi à atteindre la phase



où on ramène à aujourd'hui. Globalement, c'est l'étape qui a manqué. Nous sommes allés loin, on a justifié, on a fait des artefacts rapidement. En revanche nous n'avons pas fait la phase où ont défini notre plan d'action pour éviter ça ou atteindre ça.

Donc assez bien reçu, car je pense que les gens sont quand même curieux, c'est une méthode un peu mystérieuse qui donne envie de connaître. Après, pour que ce soit vraiment ancré par les décideurs dans les process ou accepté ce n'est pas encore fait (frein de la rentabilité, du chiffre).

Mon chef a remarqué que le design fiction chez Somfy peut être intéressant ne serait-ce que pour trouver des idées de projet, avoir l'élément déclencheur, savoir trouver une idée sans contexte, sans rien. Du coup avec

le design fiction pourquoi pas.

Comment as-tu organisé tes sessions de créativité ?

Tu as une grosse part de responsabilité car tu détermine le point de départ indirectement. La dernière fois, c'était un extrait de Black Mirror, en faisant ce choix-là tu vas avoir des idées négatives, des scénarios catastrophes, tu n'es jamais neutre.

J'ai préparé par critère : qu'est-ce que tu veux obtenir des gens et quel truc veux-tu tester ?

L'atelier que j'ai organisé en juillet dernier c'était axé critique. Je voulais qu'ils s'impliquent personnellement et qu'ils donnent leurs avis sur l'avenir de tel ou tel technologie. Je voulais leurs faire tester le je fais croire quelque chose : phase où l'on réalise des visuels, le fait de transformer des mots en phrases, en hypothèses.

Je voulais donc faire tester plusieurs trucs qui correspondent au design fiction global.

Tout cela combiné j'ai déterminé un ordre et un point de départ. Après ça peut ressembler à un truc classique : on purge puis on resserre mais toujours avec des techniques fictions.

Le point de départ était basé sur la vidéo pour ouvrir les esprits.

Ensuite, nous avons fait une purge : qu'est-ce que ça évoque, questionne ?

Ensuite on a fait des hypothèses où je structuré sinon c'est trop flou. Je m'étais préparé en back-up des trucs à mettre sur post-it

Après la transformation en phrase tu es obligé d'écrire demain ou dans le futur ou de déterminer une année.

Après tout le monde rebondi et la vidéo influence sur la critique : part dans pleins de problématiques. D'un point de départ qui était intelligence artificiel et maison on est arrivé sur de la santé, de l'éducation.

Après je voulais leurs faire imaginer des événements chronologique (un des intérêts du design fiction est d'imaginer quel événement pourrait arriver et que fait-on). C'est testé au sein d'un module design fiction au DSAA de Villefontaine. La chronologie permet de se structurer, cadrer ce qui est trop possible ou pas du tout possible. Dans mon cas j'ai imposé de penser événements politiques, cas sociaux pour penser contexte global.

Les artefacts permettent de rendre visible des choses que tu émetts. Du coup il faut toujours quelques créatifs dans l'équipe mais comme pour toutes les séances de créativité.

Le design fiction à une grosse relation avec la science-fiction et la fiction en général. Ceux qui font de la science-fiction sont toujours entourés de personnes techniques, scientifiques, ce que l'on voit dans les films n'est pas censé être si faux que cela. Les données ne sortent pas de nulle part.

Quels sont tes retours sur le timing et le temps de mise en place imaginé ?

Pour partir au début en plus de la vidéo j'avais

préparé des artefacts sur Somfy : tel que l'association de Somfy et Tesla en 2040, pour leur permettre de vivre le doute et certain y ont vraiment cru. Par exemple, pour une carte de visite où j'avais collé un papier sur une carte, quelqu'un a cru qu'il y avait une puce NFC dedans.

Du coup le gros atelier, j'ai estimé sur le temps global que j'ai, c'est plus pour faire rentrer un maximum de choses.

Du coup il faut que les gens soient tout de suite dans le truc pour ne pas perdre de temps donc il faut bien accompagner, être pédagogue. Être pédagogue du design-fiction ce n'est pas facile. Mais globalement sur la partie atelier ça a été, tout était là pour que tu saches que c'est le moment de te lâcher.

Cependant ça a été difficile lorsque l'ont été collé Somfy. Lorsque nous avons testé le jeu des cartes entre designers, on a testé de le faire à partir de piliers Somfy et de les inverser c'était bloquant (si dans 20 ans il y a une pénurie de plastique ou s'il est interdit que fait Somfy alors que toutes ces pièces sont en plastiques).

Alors qu'en parlant d'actualités et en recollant cela à Somfy ça fonctionnait mieux.

Tu ne te projette pas, ce que tu dis c'est ce que l'on t'a appris de Somfy. Même entre personnes ouvertes et sensibilisé à cela.

Quel a été la suite des ateliers depuis ton mémoire ?

Je n'en ai pas refait depuis et je n'en ai pas eu l'occasion et le temps de le proposer. Après les ateliers les gens étaient enthousiastes, ils ont passé un bon moment.

Concrètement nous n'en faisons rien, c'est

long à mettre en place, à cadrer et du coup difficilement compatible avec le design fiction. L'étape d'après ce serait de se forcer à formuler des hypothèses, prendre des petits mécanismes du design fiction et les intégrer à des ateliers classiques, déjà ce serait efficace et faisable facilement.

Quels étaient les objectifs de Somfy par rapport au design fiction ?

Ils ne connaissaient pas, le souhait était que j'arrive à animer la réflexion du futur, ils sont toujours en demande de méthode de créativité, ils sont curieux de cela au design. On a beaucoup de demande d'ateliers de créativité des autres services qui viennent vers nous. Mathieu mon chef, m'a donc expliqué qu'une partie de ma mission était de proposer des nouvelles méthodes de créa et le design fiction en faisait du coup un peu partie, en plus ça répondait au futur.

Ils se sont un peu challengés dessus mais ils n'avaient pas désir de creuser particulièrement là-dessus.

Ton retour personnel ?

Je suis une grande fan du design fiction, du coup en faisant ce mémoire j'ai découvert aussi ce qu'est la prospective, qui sont assez liés.

Le design fiction est vraiment malin, parce que tu allies beaucoup de choses, dans la pratique, dans le travail ça te permet de faire de belles choses, tu développes des côtés que tu n'oserais pas développer d'habitude, ça te permet de faire du storytelling, maquetter des trucs avec aucun sens sans avoir besoin d'être créatif, donner ton avis personnel,

ce qui est rare en entreprise mais ce fait naturellement avec du design fiction, ça te permet d'ouvrir les yeux.

Méthode qui est super quand c'est fait par des designers et étudié par des designers car tu montres aussi la réflexion que peut avoir le métier.

Je suis convaincu de l'efficacité, c'est beaucoup de travail de préparer un atelier design-fiction. Je dirai que design fiction ne veut pas forcément dire atelier, ça peut prendre une toute forme aussi. La difficulté est là, c'est que ce n'est pas cadré, c'est jeune, tu peux facilement et te le réapproprier, il ne faut pas le cadrer.

Design thinking par exemple tu t'en lasses car maintenant c'est un processus, tu te bloques si ça sort du process.

Design fiction comme il n'a pas trop été structuré, il faut juste prendre l'état d'esprit et voir ce que tu en fait.

ENTRETIEN AVEC KIM HELMBOLD

- 02.01.2019 -

Lors des prémices de ce mémoire, j'ai souhaité en savoir plus sur l'état de l'art du design fiction au sein du Groupe SEB. Pour ce faire, j'ai eu l'occasion de rencontrer Kim HELMBOLD : VP design au sein du groupe SEB depuis 1 an et demi.

Ces missions principales à l'arrivée au sein du groupe SEB étaient de regrouper les équipes à Ecully dans un espace réaménagé et de renforcer la fonction design en reconnectant tous les éléments à travers 3 grands axes sur la façon d'aborder le design :

- user human centric
- la gestion d'expression de marques
- l'alimentation à travers les tendances pour se projeter plus loin et permettre d'identifier les signaux du futur

Groupe SEB / Design / Prospectives est ce que ces sujets ont déjà été liés ?

Au programme de l'année dernière il y avait un projet de vision design (l'équivalent du concept-car de l'industrie automobile) qui a été arrêté. Cependant, nous avons réussi à faire une étude : les tendances par rapport au domaine de la maison, qui était le travail préparatoire en amont de cet exercice de vision design.

Cette année nous avons réussi à remettre ce projet dans le budget 2019, on espère démarer le plus rapidement possible. L'idée est de se projeter assez loin, autour de 10 ans. Si on se projette au-delà des tendances esthétiques et style de vie, dans les tendances plus culturelles, nous pouvons aller toucher des

choses plus profondes et plus significatives pour nous.

Le fait de se projeter permet de poser les différentes étapes pour arriver à cette vision et donc de se donner les moyens, l'impulsion. Plus on vise loin, plus ça permet de pavé la route, d'aiguiller et de donner une certaine direction par rapport à des directions marketing mais aussi des directions technologiques. Sans ce travail, nous avons une visibilité très réduite (les feuilles de routes marketing ou produit sont à 2020-2021).

La vision est une des responsabilités du design car on a les moyens de matérialiser tout ça (rendu photoréaliste, matérialisation physique, démonstrateur). L'idée c'est de se projeter et de poser les scénarios du futur.

Est-ce que vous connaissez le design fiction ?

Je ne me suis jamais trop posé la question dans ces termes-là, je pense qu'il a pas mal de définitions derrière ça. J'ai l'impression que l'on est en train de catégoriser de manière plus fine des choses qui se font déjà.

Est-ce que c'est une démarche déjà traité par le service design ?

On fait ce que l'on appelle des parcours d'expériences anticipées sur un sujet posé. En termes de périmètre temporel c'est assez proche de là où l'on est aujourd'hui, ça reste très pragmatique. Ce sont des choses qui sont en train de changer mais j'ai le sentiment que cette vision de se projeter assez loin n'a

jamais été quelque chose de beaucoup pratiqué ici. Ce n'est pas ce que l'on demande au quotidien évidemment.

Le mot innovation est imprimé un peu partout, flotte partout dans toutes les entreprises. La plupart des gens parlent de l'innovation comme un processus, pas comme une fin en soi, ce n'est pas le qualificatif d'un résultat. Ce qui rend l'innovation difficile à définir. Comment arrive-t-on à l'innovation ?



D'autres chantiers sont en route par rapport à la créativité : comment réinjecter de la créativité au quotidien ?

Dans ce groupe, j'étais sponsor. Pour autant, je suis convaincu que ce n'est pas le privilège du design. La créativité s'applique partout, elle est pas du tout confinée dans une fonction ou une compétence.

Les premières discussions ont permis de mettre en avant une démarche : la créativité peut nourrir l'innovation mais que faut-il pour nourrir la créativité ? Avant la créativité il y a quelque chose qui est peu adressé : la pensée divergente. C'est quelque chose dont on

ne parle même pas. La pensée divergente est opposée à notre système qui formate les gens (à l'école, dans les processus de travail). Les choses sont posées dans un certain cadre dont il est très difficile de sortir. Pour avoir une pensée divergente il faut oser penser différemment, aborder les choses d'une manière différente. A ce moment-là, nous avons mis le point sur un aspect culturel et c'est difficile d'agir à ce niveau. Donc on est revenu au niveau plus créativité mais qui reste (c'est très personnel comme point de vue) un mot généraliste. En revanche je pense que la pensée divergente c'est très concret mais comment y arrive-t-on ? Si l'on demande à un enfant d'être créatif, il utilise la pensée divergente à plein régime. Lors des séances de créativité que l'on fait en groupe on retombe toujours sur les mêmes solutions, ça tourne en rond. Il faut donc faciliter cette ouverture, c'est la partie la plus difficile à amorcer.

Que pensez-vous du design fiction au sein du groupe SEB ?

"Reformater ailleurs", il n'y a pas beaucoup de gens capable de faire cette démarche ici, ils sont encore très formatés. Lorsque je suis arrivé le commentaire que l'on me faisait : le design est la dernière roue du carrosse, son rôle est de faire de l'habillage.

L'idée est donc de remonter de plus en plus en amont : définir les scénarios, hypothèses, s'inspirer et se nourrir des tendances pour oxygéner l'équipe et penser au-delà de faire de l'habillage, finir un fichier 3D ...

Donc on va y aller petit à petit, poser les événements pour construire et ne pas apparenter cela à une élucubration.

ENTRETIEN AVEC MAXIME SIMON

- 11.03.2019 -

A l'occasion de l'expérience de design-fiction mené par les DSAA1 du Pôle supérieur de design du lycée Léonard de Vinci, j'ai eu l'occasion de rencontrer Maxime SIMON : ancien étudiant ayant fait son mémoire sur le design-fiction et actuellement designer au sein de la société NOD-A (agence d'innovation basé à Lyon et Paris) en train de mettre en place des sessions de design-fiction pour ces clients.

Pourquoi avoir choisi le sujet du design-fiction pour ton mémoire ?

Ce qui m'intéresse dans le design-fiction c'est son aspect critique. Au cours de notre enseignement nous développons notre regard critique à travers les cours tel que la philosophie ou la littérature. Ces facultés ne sont généralement pas utilisées par la suite en entreprise. Je me suis donc demandé si les entreprises recherchent des esprits critiques ?

A cette même période, à travers des cours de design-fiction, j'ai compris son aspect critique, son enjeu principal : la création de débat, de discussion. C'est à partir de ce moment que je me suis réellement intéressé au sujet.

Pour mon mémoire, j'avais envie de développer cette méthode dans des entreprises car il y avait des choses qui commençait à se passer mais pas encore appliqué aux entreprises et vendu en tant que tel. J'ai donc choisi de consacrer une année de recherche à ce sujet : trouver des codes de fonctionnement pour pouvoir appliquer mon mémoire dans une entreprise.

Comment as-tu choisi d'aborder la thématique du design-fiction ?

Au départ je pensai partir d'un sujet général (s'intéresser au transhumanisme via le design-fiction) mais j'ai choisi de prendre le design-fiction comme un objet d'étude plutôt qu'un outil. Je me suis donc intéressé aux méthodologies, aux outils à l'intérieur du concept de design-fiction pour l'appliquer à différents contextes de projet, souvent tourné autour des ateliers collaboratifs.

Qu'est-ce que le design-fiction t'as permis dans ton expérience personnelle de design lorsque tu étais dans ton mémoire ?

Humainement, le design-fiction m'a permis d'avoir un prétexte pour aller rencontrer des gens qui m'intéressaient beaucoup.

Le design-fiction m'a donné des moyens pour exprimer une volonté plutôt que présenter un objet. Nous sommes là pour vendre de la réflexion et pas seulement un produit, car la réflexion peut davantage évoluer qu'un produit, qui lui est figé et s'adapte moins au temps.

Mon aspect critique a également été conforté.

Comment as-tu abordé le sujet du design-fiction chez NOD-A ?

Le design-fiction du fait de son nom et sa production est difficile à vendre. Le mot design est compliqué à comprendre, pour beaucoup d'entreprises, il ne fait pas sens. Le mot fiction apporte de l'instabilité à quelque chose qui n'est donc pas compris.

NOD-A consacre une grande place à la recherche avec un système de temps pour faire de la recherche en interne sur des nouvelles offres. Ayant de nombreux événements qui s'enchaînent tel que sprint ou hackathons, nous pouvons tester pas mal de choses. J'ai donc pu tester des petites parts d'outils, de méthodes dans chacun des ateliers pour voir ce qui fonctionnait, ce qu'il fallait améliorer. Ils ont été séduits par le format qui faisait échos à des problématiques : Comment embarquer les gens dans des questions de perspectives ? Comment les fédérer ?

NOD-A à une approche pluridisciplinaire de la créativité, nous mélangeons diverses professions au sein de ces ateliers. Le design-fiction à cette vocation d'avoir un livrable universel qui puisse être compris par tous.



Quel est le passé de NOD-A envers le design-fiction ?

Complètement nouveau, vierge.

Mon mémoire m'a permis d'avoir un carnet de personnes référentes dans le domaine. Je suis donc arrivé en ayant déjà expérimenté des méthodes et j'avais déjà l'expérience du réseau. Le développement du design-fiction représente donc un moindre investissement pour l'entreprise et le test de méthodes au sein d'ateliers un faible risque.

As-tu eu l'occasion de tester des séances basées sur le design-fiction chez NOD-A ?

Oui, au début on vendait du design-fiction sans le dire, aujourd'hui on dit que l'atelier va être un atelier de design-fiction et les gens l'achètent. Cela fait un an et demi que

j'ai lancé officiellement le design-fiction chez NOD-A, avec des petits outils d'immersion (l'aspect immersif est la porte d'entrée). Comment embarquer les gens ? Par quel type de moyens les immerger dans ta fiction, dans le débat que tu souhaites créer ?

J'ai donc commencé à travailler avec l'ajout de petites briques. Puis, c'est développé l'atelier de design-fiction : le client n'est jamais venu avec la demande d'un atelier de design-fiction. Néanmoins le client est assez

réceptif à l'idée de créer une discussion, un débat plutôt que de vouloir faire un pari affirmé sur une techno qui sera présente dans 15, 20 ou 30 ans. Le client admet qu'il n'est pas en mesure de tout anticiper : la technologie, les usages évoluent très vite, affirmer un concept produit. Nous ne vivons pas dans un univers de développement fermé, il est donc difficile d'affirmer une mode.

Par exemple, comment affirmer un concept-car de voiture autonome dans 20 ans alors que l'on ne connaît pas son environnement ? Le design-fiction, dans cette situation, permet de réfléchir sur ce que cela va changer .

La clientèle de NOD-A est intéressée pas ce type de méthode pour : anticiper, désamorcer des tabous, cultiver de la flexibilité, développer une agilité de réflexion d'anticipation, être capable de s'adapter à un événements imprévus et en accepter d'autres, accepter que l'on présente une nouvelle vision d'un futur et être en mesure de la considérer pour mieux la comprendre, comprendre que nos actes peuvent avoir des répercussions.

Comment les participants réagissent aux sessions de design-fiction ?

Globalement en culture occidentale c'est récent de travailler tous ensemble. Que ce soit un atelier de design-fiction ou de design thinking (makestorming comme appelé chez NOD-A), ces méthodes changent leur quotidien de travail. Par conséquent, ils y trouvent quelque chose de positif car ils peuvent produire des choses, réfléchir ensemble.

En revanche, lorsque l'on travaille avec des cellules d'innovation, qui ont l'habitude de ce type de format, le principe de design-fiction

est toujours bien reçu car il permet de projeter tout le monde, faire des paris, ouvrir des débats, des discussions, communiquer des concepts, des éléments abstraits, une vision qui est complètement critiquable et qui est juste une porte d'entrée à des discussions.

Par exemple, nous avons réalisé un atelier au Canada pour Via Rail sur : la gare de demain. Qu'est-ce que le train de demain ? A quoi va servir la gare si le train est tout automatisé, s'il n'y plus de retard ? Que devient cet espace d'attente ? Que devient ce connecteur, cette place centrale ? Nous sommes sortis avec des maquettes, des visions différentes et tout le monde était intéressé par cette expérience. Elle leurs a permis de se projeter dans un nouvel univers.

Actuellement, nous sommes en train de voir où fixer la barre du design-fiction chez NOD-A : s'arrêter au développement actuel (proposer des outils) ou créer un nouvel outil dans un format plus immersif (expérience d'immersion de 1 ou 2 jours dans un univers). Plutôt qu'un outil ou une méthode, là c'est un élément d'immersion pour prendre conscience de certains concepts, te faire comprendre en profondeur *Nous travaillons actuellement pour Nestlé Water sur la création d'un univers à +3°C, centré sur l'écologie. L'idée est d'immerger les participants (ici les employés Nestlé) dans cet univers pour qu'ils prennent conscience des enjeux, qu'ils ont un pouvoir et donc une responsabilité sur cette avenir. Leurs faire prendre conscience que tous les éléments écologiques sont systémique. On part du principe que cela fait des années que l'on tire la sonnette d'alarme et très peu de décisions effectives sont prise, on se demande pour-*

quoi l'on n'y arrive pas, c'est le symptôme de l'autruche. Donc nous changeons le cadre : "et si c'était là" devient "c'est là". On donne la possibilité de voir ce monde-là puis on retourne en 2019 pour voir quelles actions sont réellement prises. C'est un gros pari : entre spectacle vivant, théâtre immersif, production design d'artefacts.

Depuis combien de temps intervies tu as Villefontaine ?

C'est la troisième année que j'interviens.

L'an dernier sur une problématique autour du domaine des RH : former, réformer, déformer. C'était un sujet intéressant car il n'arrive pas avec une problématique technique mais social : Qu'est-ce que demain on pourra faire pour se former ? Comment va évoluer le monde professionnel ?

L'année d'avant, nous avons travaillé sur un sujet de politique fiction : réinvention des modes de scrutin, en coanimation avec Max MOLLON. Si demain nous réinventons la démocratie.

Que t'apporte le fait de donner des cours ?

L'enseignement m'apporte tout d'abord, la motivation de retransmettre une passion. Ce n'est pas la même chose de présenter à des étudiants (apports intellectuel) et des professionnels (pourquoi investir) car ils n'ont pas la même source de motivation, j'adapte donc mon discours.

Les projets étudiants me permettent de travailler sur d'autres projets tel que des questions plus engagées mais également la possibilité d'être plus radical. Les étudiants apportent des regards neuf sur tout un tas de sujets

L'enseignement me permet de me poser la question de comment présenter une nouvelle méthode, d'évoluer chaque année, les étudiants sont de plus en plus éveillés sur le design-fiction. Cela me donne la possibilité de réfléchir à des nouveaux formats mais pas trop de tester des outils car la façon de penser est trop différente entre des étudiants de design de 20 ans habitués à travailler de cette façon et des personnes de 40 ans en entreprises.

Selon toi, qu'est-ce que le design-fiction permet de plus que les autres approches (design thinking, design classique ...) ?

Le design-fiction est difficilement comparable à d'autres méthodes. Il utilise tellement de moyens produits par des designer, des sociologues, des scientifiques, tellement d'intelligence de communication visuelle, d'argumentaire de produit de réflexion, d'analyse sociologiques, des infos scientifiques, d'interview, d'anthropologie ... C'est un tel condensé de méthodes et d'outils que le design-fiction est difficile à comparer à autre chose.

Par exemple, le design thinking te donne une structure mais pas les outils à utiliser. Quant à lui, le design-fiction apporte une liberté de réflexion et de projection. Au sein du projet, tu peux faire table rase de tes inquiétudes, tes peurs et te jeter dans la fiction. En même temps ; pour réaliser un projet de design-fiction tu dois te donner une rigueur pour ne pas tomber dans un univers trop gris, trop caricaturale. A chaque fois que je crée un univers, je dois rester hyper respectueux de la vraisemblance que je propose

ENTRETIEN AVEC OLIVIER WATHELET ET NICOLAS MINVIELLE

- 27.03.2019 -

Suite au divers échange avec Antony MASSON (UX designer au Groupe SEB), ce dernier m'a mis en contact avec Olivier WATHELET (anthropologue) et Nicolas MINVIELLE (professeur de marketing, design et création à Audencia Nantes), les auteurs de Jouer avec les futurs : Utilisez le design-fiction pour faire pivoter votre entreprise et créateurs du collectif Making Tomorrow.

Pourquoi avoir choisi le sujet du design-fiction pour écrire un livre en 2016 ?

Nous avons une pratique en train d'émerger sur le sujet et pas de ressources disponibles pour développer la méthode et l'exploiter. Il faut aussi savoir que l'on aime bien intellectualiser les choses pour bonifier les outils, faire sens pour les autres.

A travers ce livre, nous nous sommes rendu compte du pouvoir de la projection, nous avons rencontré Near Future Laboratory et avons rapidement établi les choses.

Comment avez-vous procédé pour nourrir ce livre ? (Rencontre, pratique ...)

Nous avons combiné diverses sources tel que des rencontres auprès de ceux qui ont déjà testé la méthode, nous avons pu faire les bilans de ce que nous avons déjà produit. Nous avons souhaité mettre au sein du livre une approche assez théorique qui nous correspond, nous avons eu besoin de pilier dans la littérature pour le situer.

Nous avons ainsi pu situer le design-fiction dans le champ de la réflexion sur le futur par

rapport à d'autres méthodes tel que la prospective. Mais également à quoi cela sert-il ? Débattre, pour faire quoi ?

Pourquoi avoir créé le collectif Making Tomorrow ?

Nous nous connaissons depuis 10 ans, nous avons créé une entreprise de conseil ensemble puis le projet a été abandonné. Nous avons donc choisi de créer un collectif pour l'agilité du format, la facilité des partenariats. Nous nous situons plutôt du côté artisan, pas d'industrialisation du process.

Pour le nom, nous voulions symboliser la construction du futur d'où le terme de « making ». Nous avons choisi de ne pas utiliser la terminologie design-fiction car ce dernier est un moyen et pas une fin en soi.

Comment expliquez-vous votre approche aux entreprises ?

Pour travailler aujourd'hui, il faut comprendre demain. La méthode est inversée du design thinking qui dit que demain ressemble à aujourd'hui. Le design thinking part des problèmes des utilisateurs d'aujourd'hui pour créer les produits de demain.

La prospective elle souhaite déterminer ce que sera demain, le quantifier.

Ce n'est pas l'objectif du design-fiction qui lui crée des mondes de demain jusqu'au préférable.

Jusqu'à aujourd'hui nous avons principalement été sollicité par des entreprises, deux sources de motivation les poussent à venir :

- l'idée de rupture ("out of the box")
- un besoin d'alternative

Nous mettons en avant deux types de futurs : le lignée riche et la lignée faible. Par exemple, le futur que tout le monde imagine avec l'idée que si une société ne fait pas d'IA elle court à sa perte est une lignée pauvre.

Comment le Design-fiction est-il perçu par vos clients ?

Nous prenons un parti pris assez fort sur la maquette : on ne dit pas que c'est un faux. Le résultat est donc assez fort émotionnellement.

Par exemple, nous avons créé pour un rassemblement une fausse startup que nous avons présenté sur scène. Les réactions ont été diverses : questionnement sur faux/ vrai, etc. Faire réagir est dérangeant mais nous préférons faire vivre quelque chose, bousculer en étant immersif

Nous mettons donc beaucoup d'importance dans le livrable avec un souci du livrable bien fait. Les gens sont aujourd'hui habitués à voir du quick and dirty, du rapidement fait. Dans ce cas nous prônons le contraire : le très fini pour être le plus immersif (pub, film), il faut faire le travail jusqu'au bout très joli, pas un Shaddock dégradé en contradiction avec la tendance actuelle.

La forme est au service du fond, elle est donc très importante.

Comment gérez-vous la diffusion des artefacts ?

Nous organisons cela de différentes manières : à travers des événements organisés en in-



terne ou dans le cadre de sessions de travail en équipe projet.

C'est le support pour challenger le CODIR ou un consommateur qui ne s'annonce pas comme un faux. Par exemple pour une assurance nous avons créé, dans un lieu où l'assurance peut rencontrer ces usagers, de faux produits : fausse étude marketing, le lieu étant ouvert aux sociétaires. Nous avons une maîtrise du processus pour ne pas faire un Bad buzz. Pour autant, il ne s'agit pas juste d'un exercice de créativité avec des bonbons. Le lieu hybride permet un impact maximal.

Nous avons également travaillé 4 mois avec les journalistes de Le Monde World building pour créer de faux articles diffusés dans le journal sur la construction des mondes que l'on partage, l'idée est d'infuser sur les enjeux futurs.

J'ai eu l'occasion de partager avec les auteurs sur les tests que je suis actuellement en train d'effectuer au SEBLab. A savoir en ce moment, la réalisation de 2 ateliers sur l'exercice des Wildcards et la création en cours d'artefacts pour un session de créa-

tivité sur le SEB Lab dans 10 ans.

Dans l'exercice des Wildcards, comment différenciez-vous les 3 types d'événements (probables, improbables et inimaginable) ?

Le but est d'aller chercher la conviction profonde des gens, les personnes très intellectuelles : se pose 1000 questions, il faut les amener à faire des positionnements. Pour cela tu peux utiliser le cône du futur pour poser les cartes et définir ainsi des distances relatives entre les imaginaires. Les colonnes ont la problématique des frontières alors que le cône permet de travailler par relatifs, sans catégories fermées.

Il paraît intéressant de redéfinir l'environnement et les acteurs dans cet environnement et ainsi définir dans ces circonstances préférables ou non les possibles réactions du SEB Lab.

Quel type d'artefacts fonctionnent le mieux ou pratiquez-vous ?

Il paraîtrait intéressant que tu présentes les artefacts à d'autres que le groupe projet, exposer à d'autres collaborateurs du Lab pour des réactions plus concrètes, réagir de manière plus poussée. Il est intéressant d'utiliser cette réaction comme input pour travailler ensuite.

Le type d'artefacts dépend de l'audience. Pour SEB des exemples d'artefacts possibles sont : support de charte de projet, interface pour commander prototype, support projet roadmap, etc. Tous sont des artefacts du quotidien.

Arrêter vous vos séances à la génération du débat ou passer-vous à la suite ?

Pour le moment les clients ont du mal à passer la bascule mais nous leurs faisons faire des roadmaps. Par exemple la création d'un livre blanc pour la société d'assurance.

Nous sommes plutôt au niveau organisationnel avec une vision plus de ce que pourrait être l'avenir, du coup d'autres sous-groupes prennent la suite du travail.

Si la roadmap de futur préférable est réalisée avec consensus, le client est en ordre de bataille, en plan projet classique.

Si nous sommes sur un futur non souhaitable, nous aidons à l'alimentation en alternative : créer des offres ou services pour contrecarrer ça.

Sur le sujet Groupe SEB : qu'un groupe mondial ne regarde pas l'avenir de façon radical a 10 ans c'est une erreur, on se pose des enjeux assez inédits que l'on avis de préempté on joue à se clarifier la vision, clarifier ma posture pas un peu de ci, de ça.

Que vous apporte cette expérience du design-fiction dans vos pratiques actuelles ?

Pour Olivier WATHELET : j'ai adoré les années au Groupe SEB mais à un moment je me suis rendu compte que je regardai l'avenir a 2 ans. J'ai donc accepté que l'on pourrait faire autrement, imaginer demain est un exercice mental qui permet de regarder l'avenir proche autrement. Il y a également un aspect jouissif à concevoir des mondes plutôt que de décider la taille du bouton.

Pour Nicolas MINVIELLE, le design-fiction a permis de justifier, mettre du sens sur des zones bizarres à explorer.

