



HAL
open science

**Futur(s) : de la crainte à la réassurance, le design fiction
au service du renouveau des imaginaires : opportunités
et limites de la pratique du design fiction en entreprise
(étude de cas réalisée à la MAIF)**

Mathilde Renault

► **To cite this version:**

Mathilde Renault. Futur(s) : de la crainte à la réassurance, le design fiction au service du renouveau des imaginaires : opportunités et limites de la pratique du design fiction en entreprise (étude de cas réalisée à la MAIF). Sciences de l'information et de la communication. 2019. dumas-02874039

HAL Id: dumas-02874039

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02874039>

Submitted on 18 Jun 2020

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.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Marque

Option : Marque, innovation et création

Futur(s) : de la crainte à la réassurance, le design
fiction au service du renouveau des imaginaires
Opportunités et limites de la pratique du design fiction en
entreprise (étude de cas réalisée à la MAIF)

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Hécate Vergopoulos

Nom, prénom : RENAULT Mathilde

Promotion : 2018-2019

Soutenu le : 17/09/2019

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements :

Je tiens tout d'abord à remercier ma tutrice universitaire Hécate Vergopoulos, chercheuse au GRIPIC et mon tuteur professionnel Anthony Masure, designer et responsable de la recherche à HEAD – Genève qui ont su m'aiguiller et accompagner cette recherche.

Je remercie l'ensemble du corps pédagogique du CELSA qui ont fait de cette année de master 2 une année particulièrement enrichissante.

Je souhaite également remercier toutes les personnes ayant accepté de prendre du temps pour répondre à mes questions lors d'entretiens : merci à Bastien Kerspern, Nicolas Minvielle, Anthony Masure, Cyril Leroux, Ronan Désérable et Geneviève Prentout.

Je tiens à remercier les collaborateurs de la MAIF et plus particulièrement Chloé Beaumont et Emmanuel Sorel pour leur soutien et la possibilité d'allier ce projet de recherche à des actions concrètes au sein de la MAIF.

Je remercie également mes relecteurs Adrien, Agathe, Anaïs, Béatrice, Clémence, Mailys et Marion pour leurs yeux affutés et leurs propositions.

Enfin, je remercie mes proches et plus particulièrement Maxym et Adrien pour leur aide et leurs conseils.

SOMMAIRE

Introduction	4
1. Le futur, un inconnu porteur de craintes	11
1.1 Progrès et technologies : une certaine vision du futur	11
1.1.1 GAFAM et BATX : capitaliser sur les opportunités technologiques à tout prix	11
1.1.2 Technologies et robotisation exponentielle : opportunité ou menace pour les métiers ?(étude lors d'un atelier design fiction à la MAIF)	12
1.2 Un futur caractérisé par l'effondrement	17
1.2.1 Au croisement des courbes : L'effondrement annoncé	17
1.2.2 Stratégie d'évitement et réassurance face à l'effondrement	22
1.3 Des représentations du futur pauvres	24
1.3.1 Des lieux communs du futur diffusés par la science-fiction	24
1.3.2 Une représentation du futur rétrécie	26
2. Le design fiction pour panser les craintes et inverser la tendance	29
2.1 Créer le débat pour co-construire demain	29
2.1.1 Faire réagir par le vraisemblable	29
2.1.2 Parier sur l'intelligence collective	34
2.1.3 Proposer des mondes préférables	36
2.2 Entre opportunisme et faire-valoir : le cas des ateliers de design fiction en entreprise	40
2.2.1 Le design fiction pour construire des stratégies d'entreprise	40
2.2.2 Parler autrement des craintes associées au futur et au présent : des ateliers catharsis ?	44
2.2.3 Design fiction en entreprise : une «parenthèse enchantée ?»	46
2.3 Risque de «Design fiction washing»	51
2.3.1 Design thinking et design fiction, même combat ?	51
2.3.2 Design fiction, est-ce encore du design ?	61
3. Les récits de fiction : outils de mobilisation ?	67
3.1 Diégétiser le monde pour le comprendre, un pouvoir social	67
3.1.1 Représentations du monde par la mise en récit : de la mythologie grecque au récit social	67
3.1.2 Investir dans l'immatériel pour le maintien de l'ordre social	70
3.2 Repenser les imaginaires du futur pour mieux l'appréhender	71
3.3.1 Changer le paradigme des représentations du futur : de <i>Black Mirror</i> à <i>Bright Mirror</i>	72

3.3.2 Parier sur l'imaginaire pour changer le monde	74
Conclusion	62
Références bibliographiques	65
Annexes	67
Résumé	166
Mots-clefs	167

INTRODUCTION

Collapsologie, effondrement, voire fin du monde, les terminologies sont nombreuses pour qualifier les angoisses et théories qui découlent suite à de nombreuses années d'inaction climatique. Cet effondrement annoncé nous donne déjà à voir des scènes de réchauffement climatique intense, de montée des eaux et de catastrophes climatiques démesurées. En parallèle, les technologies se développent avec une rapidité soutenue, comme le prévoit la loi de Moore¹ et la facilité avec laquelle les *deepfakes*² sont produites et diffusées va devenir un enjeu politique majeur ; Le président américain Donald Trump souhaite acheter le pays souverain qu'est le Groenland et ironise sur sa tendance hégémonique sur Twitter ; Le gouvernement chinois donne à chacun de ses concitoyens un crédit social sanctionnant par de mauvaises notes les comportements jugés nocifs et régulant ainsi la mobilité et la sociabilité des Chinois ; «Le futur est déjà là».

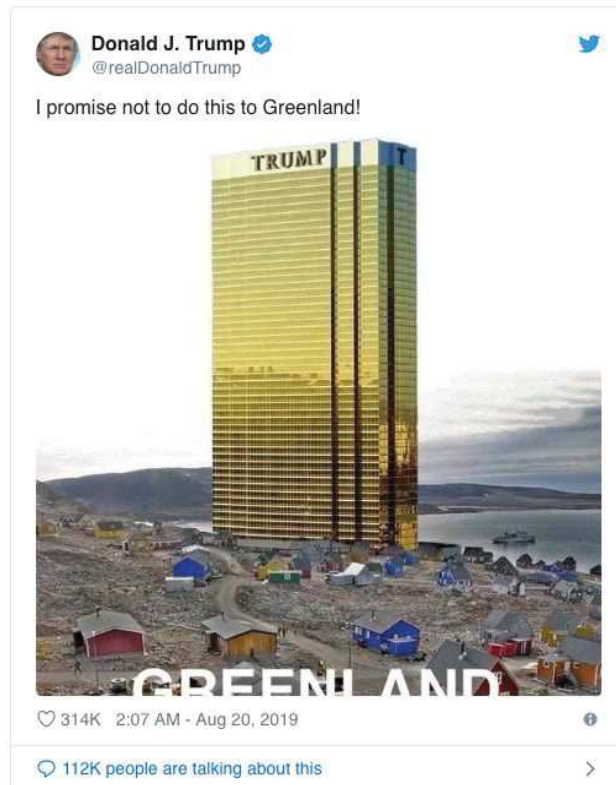


Fig.1, Tweet de Donald Trump, président des Etats-unis, «I promise not to do this to Greenland!»³

¹ A l'origine, la loi de Moore indique que la capacité de calcul des semi-conducteurs double tous les ans pour un coût fixe. Plus tard, Gordon E. Moore, son théoricien la définit comme une loi indiquant que la puissance de calcul informatique double tous les dix-huit mois. Wikipédia, «Loi de Moore», [En ligne], https://fr.wikipedia.org/wiki/Loi_de_Moore.

² Les deepfakes, mot valise formé sur deep learning (apprentissage profond) et fake (faux) est une technique permettant de superposer un visage sur un autre dans une vidéo de façon réaliste. Wikipédia, «Deepfake», [En ligne], <https://fr.wikipedia.org/wiki/Deepfake>

³ *Twitter.com*, 19 août 2019, [En ligne], <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/1163603361423351808?lang=fr>

Les contenus audiovisuels et littéraires tels que *1984* (1949), *Le meilleur des mondes* (1932) et plus récemment *Black Mirror* (2011) ou *The Walking Dead* (2010) nous donnent à voir une vision d'un futur plein de dérives, de risques et de menaces. Cette vision principalement négative du futur tant du point de vue politique, social ou environnemental dresse le portrait d'un futur si sombre qu'il devient difficile de continuer à le désirer. Il y a urgence de questionner nos représentations du futur et d'anticiper des futurs enthousiasmants afin de nourrir notre «appétit du possible⁴».

De nombreuses méthodes existent pour aider à la réflexion des futurs comme le détaille l'ouvrage *Jouer avec les Futurs* : «Agent modeling, [...], Cross-impact analysis, Decision modeling, [...] Futures Polygon, Futures Wheels, [...] Scenarios⁵». Le futur est une matière si complexe à manipuler que ces méthodes nous promettent au pire d'y voir plus clair, au mieux de nous aider à devenir acteur de ce futur.

Parmi ces méthodes, il y a le design fiction. Le design fiction est une des pratique du design et tire ses origines dans la crise du design italien dans les années 60 qui a donné ensuite le design radical. Refusant de contribuer sans questionnement au capitalisme ambiant, les designers italiens du mouvement radical puis des designers plus contemporains comme Anthony Dunne et Fiona Raby, en ont fait un objet de facilitation au débat en vue de la conceptualisation de futurs possibles et désirables. Paradoxalement, le design fiction a depuis séduit de nombreuses entreprises, et de nombreux prestataires en font une nouvelle offre d'accompagnement, à l'instar du design thinking.

Le terme «design fiction» est parfois troqué contre un des «mille noms du design fiction» : «critical design, speculative design, radical design, anti-design, adversarial design, discursive design, design for debate..⁶». Les termes les plus répandus sont design fiction, design critique et design spéculatif, bien qu'ils aient chacun des nuances dans leur définition, ont les objectifs communs de proposer à voir des formes de futurs possibles pour mettre en débat le présent. Dans cette recherche nous utiliserons plus simplement le terme Design fiction, terme clarifié grâce à une conférence de Julian Bleecker du Near Future Laboratory⁷. Bruce Sterling en a donné une définition plus précise en 2012 et définit le design fiction comme «l'utilisation délibérée de prototypes diégétiques pour suspendre l'incrédulité face au

⁴ Sophie Cras, *Gestes spéculatifs*, 2015, [En ligne], <http://journals.openedition.org/critiquedart/25710>

⁵ Minvielle Nicolas, Wathelet Olivier, Masson Anthony, *Jouer avec les futurs, utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise*, Pearson France, Montreuil, 2016, p.16

⁶ Loup Célard, «Design fiction entre salves disruptives et lueurs d'espoir», *Strabic.fr*, 11 avril 2017, [En ligne], <http://strabic.fr/Design-Fiction-Sternberg-Press>

⁷ Le Near Future Laboratory est un groupe de recherche basé en Europe et Californie dont l'objectif est de «comprendre comment l'imagination et les hypothèses se matérialisent pour faire dévier le présent vers des mondes nouveaux, plus habitables et proches du futur.» Il est composé de Julian Bleecker, Nicolas Nova, Fabien Girardin et Nick Foster. [En ligne] <http://nearfuturelaboratory.com>

changement. [...] Le mot important est diégétique. Cela signifie que vous pensez très sérieusement aux objets et services potentiels et que vous essayez d'amener les gens à se concentrer sur ces mondes plutôt que sur des mondes entiers ou des tendances politiques ou des stratégies géopolitiques. Ce n'est pas une fiction. C'est une sorte de design. Il raconte des mondes plutôt que des histoires⁸».

En tant que pratique du design, le design fiction repose sur une réalité. En effet, en lien avec les usages et représentations du monde, il donne à voir le futur, le rendant plus accessible, plus présent.

Cette approche du design fiction, aujourd'hui autant utilisée pour créer un débat citoyen que pour produire des stratégies d'entreprise, intéresse des organisations très différentes, de la structure associative à l'entreprise du CAC40. L'armée a récemment dévoilé l'existence de sa «Red team [...] soit une cellule de 4 à 5 personnes, chargée de proposer des scénarios de disruption. L'objectif est d'orienter les efforts d'innovation en imaginant et en réfléchissant à des solutions permettant de se doter de capacités disruptives ou de s'en prémunir⁹ ». Imaginer les futurs pour s'en prémunir, l'idée n'est pas nouvelle et l'on retrouve des auteurs de science-fiction dans de nombreuses entités décisionnelles comme en Chine, où l'auteure de science-fiction Hao Jinfang travaille auprès de la China Development Research Foundation pour le développement des politiques publiques.

Le futur est donc une matière inconnue, impossible à étudier mais à laquelle il est possible de se préparer. Nous le définissons comme la temporalité à venir mais également comme un système de pensée de ses représentations. En imaginant les scénarios éventuels du futur nous pourrions nous en prémunir et nous préparer face à ses inconnues qui inspirent de la crainte. Ainsi notre questionnement principal reposera sur l'interrogation suivante : Dans quelle mesure le design fiction est une approche permettant de répondre aux craintes liées au futur et permet par un effet performatif d'engager à l'action ?

⁸ Citation originale : «the deliberate use of diegetic prototypes to suspend disbelief about change. [...] The important word there is diegetic. It means you're thinking very seriously about potential objects and services and trying to get people to concentrate on those rather than entire worlds or political trends or geopolitical strategies. It's not a kind of fiction. It's a kind of design. It tells worlds rather than stories.». Bosch Torie, Sterling Bruce, «Sci-Fi writer Bruce Sterling explains the intriguing new concept of design fiction», The Slate Group, 2012, [En ligne]

http://www.slate.com/blogs/future_tense/2012/03/02/bruce_sterling_on_design_fictions_.html

⁹Parly Florence, «Imaginer au-delà, document d'orientation de l'innovation de défense», [2019], Paris, Ministère des armées, [En ligne]

<https://www.defense.gouv.fr/content/download/562308/9712771/Document%20d'orientation%20de%20l'innovation%20de%20Défense%20%28DOID%29%202019.pdf>

Cette réflexion s'articulera autour de trois grandes hypothèses : Nous faisons la première hypothèse que les représentations associées au futur en façonnent la crainte. Pour explorer cette hypothèse nous nous attacherons à décrire la conception capitaliste du progrès véhiculée aujourd'hui par les grands acteurs de l'économie. À cette conception s'oppose une toute autre vision, celle de l'effondrement de la société telle que nous la connaissons actuellement. Cette conception déjà en germe laisse entrevoir plusieurs comportements face à elle. Pour finir nous étudierons les représentations du futur véhiculées par la science-fiction et nous verrons en quoi ces représentations s'appauvrissent avec le temps.

Nous formulons en deuxième hypothèse l'idée que le design fiction peut être une réponse à ces représentations du futur grâce à la prise de pouvoir sur l'élaboration des récits au sein des entreprises. Les moments de production des récits prospectifs forment des espaces permettant de penser et panser les craintes associées au futur de la part des salariés. Nous questionnerons ensuite les limites associées à l'utilisation du design fiction en entreprises.

Enfin, nous faisons la troisième hypothèse que les imaginaires du futur sont les moteurs de l'action et qu'ils doivent être renouvelés pour encourager la prise de pouvoir. Nous verrons en quoi les récits collectifs sont liés à l'humanité et en quoi ils contribuent au maintien d'un ordre social. Nous verrons ensuite en quoi nos récits du futurs sont performatifs et qu'il est nécessaire de changer nos représentations du futur pour en faire un levier de passage à l'action.

De manière à valider ou invalider ces hypothèses, plusieurs méthodologies ont été mises en place, suivant dans un premier temps une logique inductive et qualitative se rapprochant de la théorie ancrée¹⁰.

Nous avons réalisé une série d'entretiens auprès de trois publics identifiés.

Le premier public inclut des personnes ayant un retour réflexif sur leur pratique du design fiction, que celle-ci soit débutante ou affirmée, qu'elle soit bénévole ou rémunératrice. Aussi, nous avons eu l'opportunité d'interroger Bastien Kerspern, designer de politiques publiques et co-fondateur des agences Casus Ludi et Design friction, agences accompagnant la réflexion grâce au jeu et au design fiction, défendant une approche tournée vers l'inclusion citoyenne et le service public. Nous avons également eu l'occasion d'interroger Nicolas Minvielle, prestataire proposant des offres de design fiction et co-auteur de l'ouvrage *Jouer avec les futurs, utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise*. Nicolas Minvielle se positionne vers le conseil aux entreprises et aux organisations. Enfin, nous avons eu l'occasion d'interroger Anthony Masure, designer responsable de la recherche à la HEAD (la Haute École d'Art et de Design) de Genève.

¹⁰ Barney Glaser, Anselm A. Strauss, *La découverte de la théorie ancrée. Stratégies pour la recherche qualitative*, Paris, Armand Colin, coll. Individu et Société, 2010

Ces entretiens nous ont permis d'identifier les mouvements repérables au sein du design fiction français ainsi que les limites conscientes de cette pratique à la fois émergente mais ayant déjà vécu des réappropriations.

Le deuxième public inclut des collaborateurs de la MAIF ayant été animateurs d'ateliers de design fiction au sein de l'organisation : Ronan Désérable et Cyril Leroux. Ces entretiens nous ont permis de comprendre les démarches internes de la part des animateurs de design fiction dans l'entreprise et leur réflexivité sur cette pratique.

Le troisième public comporte Geneviève Prentout, celle qui a choisi de proposer un atelier de design fiction au sein de la MAIF lors d'un séminaire des managers de la direction des sinistres à Nice en 2018. Cet entretien nous a permis de comprendre les motivations qui mènent à proposer le design fiction comme une partie d'un séminaire à destination des managers.

Nous incluons également dans notre méthodologie la participation et observation pendant un atelier de design fiction proposé par Making Tomorrow à destination des entreprises partenaires de TheCamp¹¹. Cet atelier s'est déroulé le mercredi 27 mars 2019 dans les locaux de Fjord/Accenture. Nous y ajoutons également l'observation et la participation aux sessions du Design Fiction Club organisées par Max Mollon à la Gaîté Lyrique les 13 mars, 7 mai et 13 juin 2019. Ces observations et expériences nous ont permis d'observer quelles étaient les pratiques actuelles du design fiction ainsi que l'intérêt porté par les acteurs à cette pratique.

Notre méthodologie inclut également l'organisation et l'animation d'ateliers de design fiction lors du séminaire des managers de la DPAS, direction de gestion des sinistres de la MAIF, prenant place à Nice les 28 et 29 novembre 2018. Les participants à ces ateliers devaient en quelques heures produire en groupe des scénarios prospectifs sous forme de *storyboard* sur la gestion des sinistres à partir de séquences vidéos thématiques et choisies par les soins des animateurs de l'atelier. Nous avons pris soin de collecter les scénarios issus de cet atelier et d'en produire une synthèse¹² à destination des participants qui sera utilisée dans notre démonstration. Cette participation nous a permis de comprendre de façon expérientielle ce qu'implique l'organisation d'un atelier de design fiction en entreprise et d'identifier les récurrences dans les productions des participants.

À l'aide de cette méthodologie et pour répondre à notre problématique, nous nous pencherons premièrement sur les représentations collectives du futur véhiculées par les grands agents économiques, la science-fiction et les discours médiatisés de l'effondrement.

¹¹ TheCamp est une organisation de formation à destination de ses entreprises partenaires et du grand public. La mission principale de TheCamp est d'«explorer le futur».[En ligne], <https://thecamp.fr/fr>

¹² Document disponible en annexe 1

Cette réflexion nous amènera ensuite à l'analyse de l'utilisation du design fiction en entreprise et plus particulièrement à la MAIF pour comprendre ses bienfaits et ses limites. Enfin, nous questionnerons la nécessité du changement des récits et représentations du futur pour faciliter un passage à l'action.

Par souci de cohérence et de clarté, nous emprunterons de façon unifiée la forme discursive de la première personne du pluriel pour le déroulement de cette démonstration.

1. Le futur, un inconnu porteur de craintes

Dans cette première partie nous reprendrons notre première hypothèse qui indique que les représentations associées au futur en façonnent la crainte. Afin de valider ou invalider cette hypothèse, nous utiliserons des références bibliographiques externes, la matière provenant de nos entretiens ainsi que le document produit suite aux ateliers de design fiction proposés au séminaire des managers de la direction des sinistres de la MAIF. Nous brosserons un portrait de trois représentations du futur que nous avons trouvé saillantes : une représentation associée au progrès technologique et à la crainte qu'il peut engendrer, une représentation basée sur la notion d'effondrement et les comportements qui en découlent. Enfin nous étudierons la matière proposée par la science-fiction et nous verrons en quoi elle nous donne à voir une vision du futur rétrécie.

1.1 Progrès et technologies : une certaine vision du futur

La première représentation que nous allons étudier est celle du progrès technologique. Nous verrons en quoi les grands acteurs économiques de notre monde contemporain, les GAFAM et les BATX, engendrent une vision de l'avenir basée sur le progrès technologique puis nous verrons en quoi ces représentations influent sur des craintes d'un dépassement par la technologie.

1.1.1 GAFAM et BATX : capitaliser sur les opportunités technologiques à tout prix

Quand nous entendons parler des représentations du futur, un imaginaire d'envergure semble se détacher et prendre place à la fois dans les représentations mais également dans le débat public : celui du pouvoir des GAFAM et BATX. L'acronyme GAFAM signifie Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft soit les cinq entreprises technologiques les plus puissantes du monde. L'acronyme BATX signifie Baidu, Ali Baba, Tencent et Xiaomi soit les quatre entreprises asiatiques, majoritairement chinoises, qui contrôlent le marché et les interactions en Asie¹³. À elles neuf, ces entreprises représentent un tel pouvoir d'influence, de production de services et de produits qu'elles en deviennent hégémoniques.

Leur offre de produits et services est telle qu'elle en induit une certaine façon de consommer et voir le monde. Par exemple, Google a développé un algorithme permettant de retoucher automatiquement les photos pour les rendre plus esthétiques selon leurs critères encourageant ainsi une vision standard de ce qu'est une belle photo influant petit à petit sur l'oeil des utilisateurs. Les technologies développées par ces grands groupes s'introduisent

¹³ Notre démonstration mentionne principalement les GAFAM plutôt que les BATX car leur historicité plus grande facilite l'accès à des sources les concernant.

dans nos quotidiens et leur permettent d'améliorer la pertinence de leur offres par la collecte massive de données personnelles¹⁴.

En développant par exemple les voitures autonomes, la discussion en réalité virtuelle ou encore le paiement par selfie, ces entreprises dessinent petit à petit le paysage d'un futur technologique et tourné vers une vision de progrès et de croissance économique. Evgeny Morozov, chercheur et écrivain américain parle de «solutionnisme technologique¹⁵» une forme d'excroissance poussant les grandes entreprises technologiques à avoir une «foi totale dans la capacité de la technologie à offrir une solution à tous les problèmes, qu'ils soient triviaux, sociétaux ou métaphysiques». Ces entreprises fournissent donc une offre et une vision de l'avenir basée sur leurs propres représentations, aujourd'hui dans l'impossibilité d'imaginer un monde sans internet¹⁶.

A cette vision s'ajoute un pouvoir financier comparable à certains pays. À titre de comparaison la capitalisation boursière des grandes firmes comme Alphabet (plus de 810 milliards de dollars¹⁷) ou Amazon (plus de 878 milliards de dollars¹⁸) représentent plus que le PIB de pays comme la Suisse, la Belgique ou la Turquie¹⁹. Leur pouvoir économique est tel que dans une société capitaliste, ces entreprises en deviennent des acteurs politiques et influents sur l'opinion et les décisions. La rédaction du magazine *Usbek & Rica* va plus loin en imaginant même l'indépendance de ces entreprises-état arguant là leur pouvoir politique aussi fort que les états : «Les choses s'accélèrent sous le second mandat de Donald Trump. Dès sa réélection, la Californie entama son processus de sécession et devint indépendante en quelques années. Les principaux ambassadeurs auprès des GAFAs avalisèrent rapidement cette prise d'indépendance²⁰». Ainsi ces entreprises deviennent des références dans certains domaines comme le compile *Usbek & Rica* «Facebook se retrouve malgré lui responsable de la fiabilité de l'information, Uber a donné son nom à un phénomène économique au cœur des débats politiques, Apple défend la vie privée contre les agences gouvernementales et Tesla veut mener la transition énergétique que les Etats rechignent à lancer²¹».

Ces grands acteurs qui façonnent le présent par les produits et services qu'ils proposent et les vendent à grande échelle induisent également une certaine vision du futur, corrélée à

¹⁴ «Une journée de données», [En ligne], <https://www.mesdatasetmoi-donneespero.fr>

¹⁵ Morozov Evgeny, *The Net Delusion : the darkside of internet freedom*, New York, PublicAffairs, 2010

¹⁶ Morozov Evgeny, *To Save everything click*, New York, PublicAffairs, 2014

¹⁷ Google Finance, au 15 août 2019

¹⁸ Google Finance, au 15 août 2019

¹⁹ Respectivement 703,75 milliards de dollars, 533,15 milliards de dollars et 766,43 milliards de dollars. Wikipédia, «Liste des pays par PIB nominal», [En ligne],

https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_pays_par_PIB_nominal

²⁰ Lucchese Vincent, «Quand les GAFAs contrôleront le monde», Paris, *Usbek & Rica*, 15 février 2017, [En ligne], <https://usbeketrica.com/article/quand-les-gafa-controleront-le-monde>

²¹ Ibid.

internet et à l'accélération des échanges et des interactions, sans limite. La remise en cause régulière de leur principes éthiques ainsi que leur propension à vouloir s'accaparer tous les marchés pose la question du futur qu'elles engendrent suivant une logique de progrès technologique inéluctable.

Les GAFAM, acteurs clés de notre monde économique et sociétal actuel, proposent des futurs selon leur propre conception, nécessairement orientée par leur économie, du fait de leur statut d'entreprise. Questionner ces choix est donc un enjeu fondamental.

1.1.2 Technologies et robotisation exponentielle : opportunité ou menace pour les métiers ? (étude lors d'un atelier design fiction à la MAIF)

Cette vision de la technologie comme d'une nécessité à atteindre, car possible, n'est pas sans rappeler le principe de la loi de Moore, selon laquelle la puissance des ordinateurs augmente de façon exponentielle et double tous les dix-huit mois. Bien que des entreprises comme Intel mettent les moyens pour y parvenir, cette loi ne se vérifie pas toujours. Cependant l'état d'esprit qu'elle suggère est celui de suivre les potentiels technologiques et de les mettre en oeuvre comme s'ils ne dépendaient pas d'humains pour les appliquer. Cette vision d'un futur technologique de fait donne à voir une vision de l'avenir peuplée d'intelligence artificielle et de robotique imitant les humains.

C'est une vision du futur qui a été très présente lors des ateliers de design fiction réalisés lors du séminaire des managers de la filière sinistre à Nice en novembre 2018. À la suite de ce séminaire, nous avons constitué un document d'analyse et de synthèse des scénarios produits pour en tirer des conclusions. Voici la capture d'écrans du résumé des grandes thématiques abordées par les participants via la production de leurs scénarios.

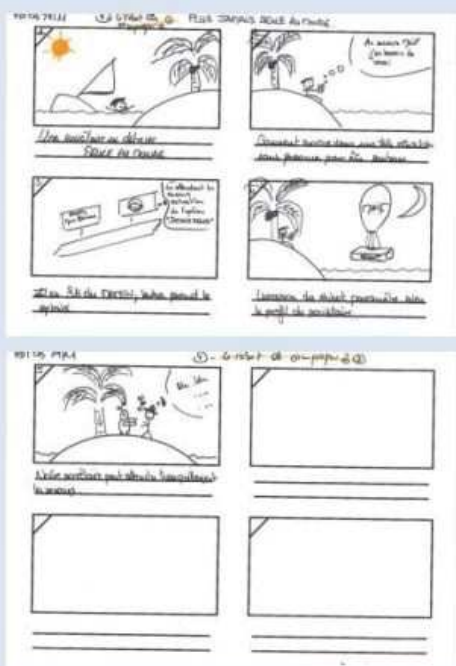
Cet exercice de design fiction nous a permis d'extraire des visions du futur, les vôtres.

Dans vos futurs, **les robots sont là pour combler les besoins humains**, ils ont **les défauts des humains** et génèrent **des insatisfactions chez les sociétaires**. En résistance, **des détournements de la technologie** sont imaginés, ou encore la **mise en place de systèmes de contrôle par les humains**. De **nouvelles offres inspirées de technologies** permettent, au quotidien, **d'imaginer une nouvelle relation au sociétaire** où l'on **récompense la fidélité sur le long terme**. Bien souvent, **c'est l'humain qui fait la différence et garantit l'éthique**: on sait **la nécessité d'adapter sa communication à la différence**.

Fig. 2, capture d'écran issue du document de synthèse produit suite au séminaire des managers de la direction des sinistres à la MAIF, document complet en annexe 1.

D'un point de vue plus sensible, nous pouvons témoigner d'une forme d'angoisse lors de ces ateliers de la part des participants, et ce notamment sur la vision d'un futur qui n'est pas unifiée. Cette observation fait écho à une remarque de Nicolas Minvielle lors de notre entretien «Les gens ont besoin de comprendre demain, tout le monde a peur, [...] tant qu'on a pas de réponses à ça, les gens vont continuer à se poser des questions quant à demain». Dans le document de synthèse du séminaire de Nice, nous remarquons un premier pendant sur le fait que dans les représentations de la robotique par les participants aux ateliers, les robots combler les besoins humains et sont parfois mêmes perçus comme des surhommes sans défaut.

Dans le futur // Les robots sont là pour combler les besoins humains



Scenario 3

Ici, la MAIF prend les devants et envoie à son sociétaire isolé un robot d'accompagnement « selon le profil du sociétaire ». On comprend alors que le robot est aux mesures du sociétaires et les cœurs présents sur la dernière case nous indique qu'il est très apprécié...

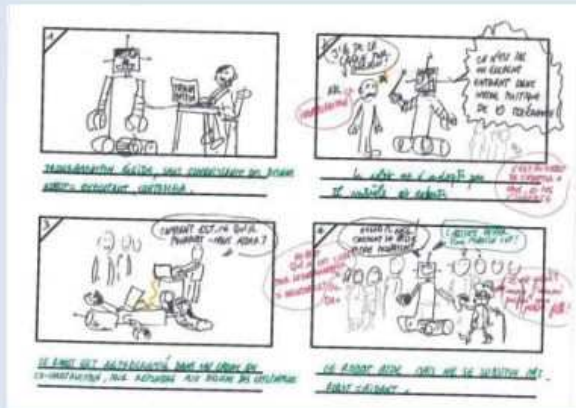
Fig. 3, capture d'écran issue du document de synthèse produit suite au séminaire des managers de la direction des sinistres à la MAIF, document complet en annexe 1.

Cependant, on observe par la suite un transfert total des défauts humains vers les robots, cela n'est pas sans rappeler la tendance très médiatisée de faire des robots humanoïdes, qui nous ressemblent. Il est assez paradoxal d'imaginer la robotique comme ayant les défauts associés à notre humanité et cela rappelle les biais qui se retrouvent aujourd'hui dans certaines intelligences artificielles²² qui « reflètent les systèmes de représentation de leurs concepteurs ²³». Nous constatons ensuite que les scénarios relatent des histoires où l'humain doit adopter des stratégies de contrôle pour ne plus être sous l'emprise des robots, devenus majoritaires ou prescripteurs.

²² Kanh Annie, «Gare aux algorithmes machistes !», chronique, Paris, *Le Monde*, [En ligne], https://www.lemonde.fr/emploi/article/2019/03/06/gare-aux-algorithmes-machistes_5431953_1698637.html

²³ Bernheim Aude, Vincent Flora, *L'intelligence artificielle pas sans elle*, Paris, Belin, 2019

Dans le futur // Les humains mettent en place des systèmes de contrôle des robots



Scenario 12

Ce scénario nous présente un robot-dictateur qui s'impose aux humains sans tolérance ni service rendu. Bien vite, il est reprogrammé « dans un cadre de co-construction, pour répondre aux besoins des utilisateurs ».

On a là une réflexion sur la place des robots dans notre quotidien et sur la relation que nous souhaitons avoir avec eux.

Fig. 4, capture d'écran issue du document de synthèse produit suite au séminaire des managers de la direction des sinistres à la MAIF, document complet en annexe 1.

Nous voyons là la force de la représentation mentale de la robotique, mal programmée dont les dérives deviennent dictatoriales. Il est intéressant de constater que dans cette représentation, l'humain apparaît comme un sauveur lucide permettant de cadrer les dérives robotiques.

Ces quelques scénarios, non représentatifs d'une pensée globale au sein même de la MAIF, dont la production a été limitée dans le temps, nous donnent des éléments quant à une certaine perception du futur. Les participants questionnent leur propre place en tant que salariés de la MAIF mais également en tant que citoyens. Cette vision nous semble particulièrement corrélée à celle notamment véhiculée par les grands acteurs économiques contemporains, liée à la loi de Moore et de la technologie par et pour elle-même.

1.2 Un futur caractérisé par l'effondrement

Une autre représentation du futur se fait de plus en plus présente dans les esprits : celle de l'effondrement. Cette représentation est confirmée notamment par des données scientifiques sur la démographie et notre impact d'un côté et sur les ressources disponibles d'un autre, l'empreinte écologique d'un côté et de l'autre la biocapacité. Les annonces d'effondrement révèlent des comportements d'évitement et de nécessité de réassurance.

1.2.1 Au croisement des courbes : L'effondrement annoncé

En 1972, le club de Rome – groupe de réflexion incluant industriels, scientifiques et économistes – publie le rapport *Les limites à la croissance*²⁴ également connu sous le nom de rapport Meadows²⁵. Ce rapport se base sur une modélisation informatique pour simuler les courbes de production de nourriture, de démographie, de croissance industrielle et de réserves naturelles qui démontre qu'un effondrement de notre civilisation arrivera avant 2050. Il semblerait que l'effondrement soit quasi inévitable et lié à notre condition d'humains, «Notre contemporaine vulnérabilité est le produit, somme toute paradoxal, de notre propre condition : accroissement et concentration des activités, complexification des technologies, croisés avec une certaine impéritie d'une part, et, dépendance et désir profond de sûreté et de sécurité d'autre part²⁶». Depuis, à chaque année sa piqûre de rappel : le jour du dépassement des ressources naturelles nécessaires pour une année arrive chaque année un peu plus tôt²⁷.

²⁴Meadows Dennis, Meadows Donella, Randers Jorgen, *Les limites à la croissance*, collection Retrouvailles, 1972, [En ligne], <http://parolesdesjours.free.fr/limitescroissance.pdf>

²⁵ Du nom de ses auteurs principaux : Donella et Dennis Meadows

²⁶ Vidal Bertrand, *Les représentations collectives de l'événement-catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, thèse Sous la direction de M. le Professeur Patrick Tacussel et M. le Professeur Jean-Martin Rabot, décembre 2012

²⁷ Le jour du dépassement était le 29 juillet en 2019 contre le 1er août en 2018. Il calculé chaque année par l'Institut international de recherche Global Footprint Network

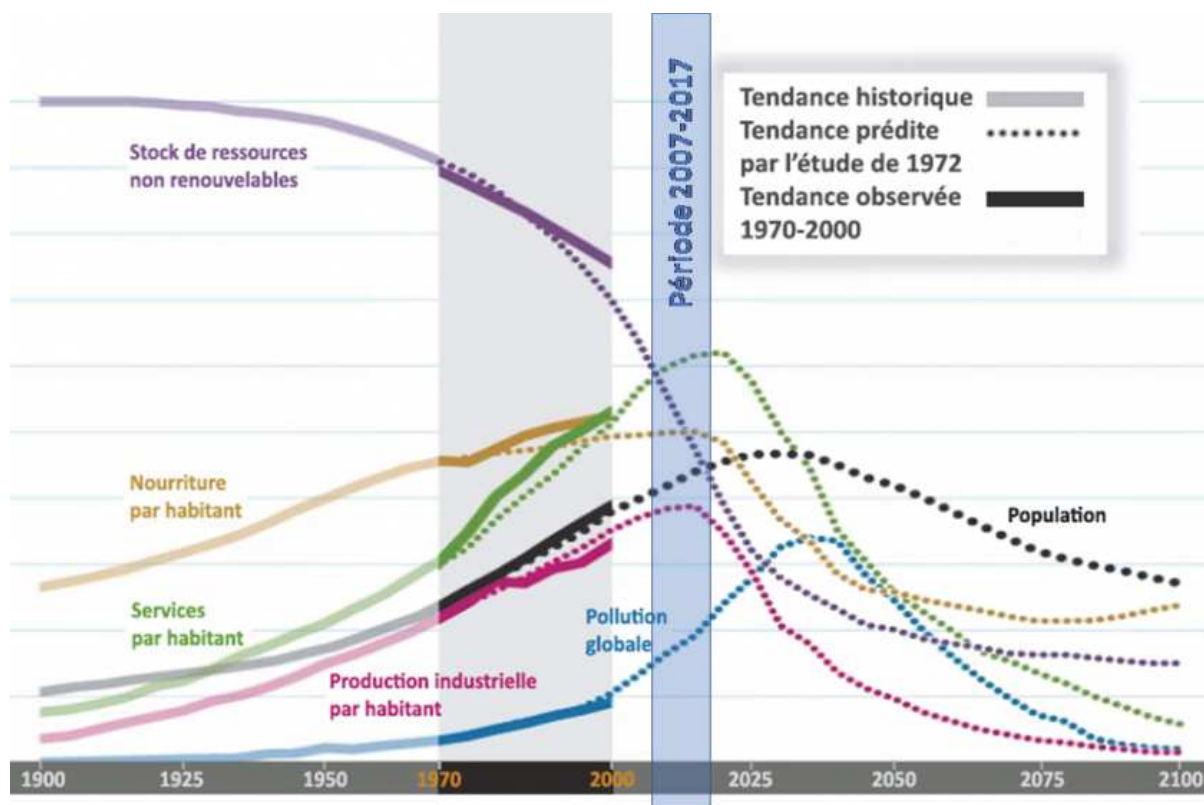


Fig. 5, capture d'écran issue du site internet d'Adrastia ²⁸

Ainsi, et comme l'indique Paul Valéry « Nous autres, civilisations, nous savons maintenant que nous sommes mortelles²⁹ » et sommes dorénavant très conscients des dérèglements qu'engendrent nos modes de vie.

Dans sa thèse intitulée *Les représentations collectives de l'événement catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, Bertrand Vidal remarque la multiplication de cette conscience forte de notre mortalité : « L'on peut même avancer qu'aujourd'hui, le *fatum* s'accorde avec l'air du temps dans la multiplication de l'idée de « chaos », de « bouleversement », de « dérèglement », de « crise » ou encore de « renversement ». Alors si, assurément, l'idée n'est pas neuve [...] la multiplication de l'idée de désordre et de confusion, certainement qu'à notre époque la situation l'est. Et si l'imaginaire se constate empiriquement plus qu'il ne s'explique, il faut avouer que jamais l'idée de « chaos » n'avait autant enveloppé, non seulement les sphères médiatiques, mais l'ensemble du complexe sociétal³⁰ ». Depuis quelques années, c'est la notion de collapsologie que nous entendons plus régulièrement. Cette discipline se définit comme la « science appliquée et

²⁸ Adrastia, « Observatoire de l'effondrement : y sommes-nous ? », <http://adrastia.org/observatoire-effondrement-quand/>

²⁹ Valéry Paul, *La crise de l'esprit*, Œuvres I, Paris, NRF-Gallimard, coll. La Pléiade, 1957

³⁰ Vidal Bertrand, *Les représentations collectives de l'événement-catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, thèse Sous la direction de M. le Professeur Patrick Tacussel et M. le Professeur Jean-Martin Rabot, décembre 2012

transdisciplinaire de l'effondrement³¹». Cette nouvelle discipline se défend par son approche systémique, pensant l'effondrement comme une conséquence liée à plusieurs disciplines.

Bertrand Vidal fait une distinction entre «les futurologies roses des années modernes, véhiculées par le mythe du Progrès, l'avenir – notre avenir» et «les futurologies grises» où «se dessine à l'horizon un assombrissement général de l'idée de maîtrise humaine sur son milieu environnant³²». Cette distinction soulève la difficulté de projection et de réalisme de la part des êtres humains. Oscillants entre alarmisme et laxisme, il n'y a peu de juste milieu sain comme le soulève cet exemple «En 1987, Alain Carignon, alors ministre Français de l'Environnement, présentait un ouvrage majeur [...] pour la connaissance des risques et leurs impacts sur la société. Monsieur le ministre insistait alors sur la difficulté d'aborder les problèmes d'évaluations et de gestion des risques en dehors des périodes de crises : entre incurie pour les uns et culture du silence pour les autres, entre une population ne se sentant pas concernée par les menaces en situation faste et des experts et des politiques souhaitant au mieux éviter des mouvements de panique inconsidérés et un alarmisme improductif. Aborder la question des menaces ne tombait pas sous le sens³³».

Nous constatons que la menace est un cas difficile à aborder pour l'esprit humain qui semble agir «en réaction à», ainsi Bertrand Vidal poursuit en invoquant «La pensée de la catastrophe s'accorde à merveille avec « l'argument de dissuasion » qui fonde le statut de l'otage, et précise l'inédit de la situation dans laquelle nous nous trouvons : éviter le pire (quelque chose, nous en conviendrons, de relativement différent que de tendre vers le meilleur)³⁴». La pensée catastrophe induirait donc une réaction d'évitement cohérent avec la capacité du cerveau à agir plus facilement quand les effets sont visibles et liés à nos sens³⁵, plutôt qu'à faire appel à une capacité d'abstraction et de projection. Cette capacité ou non à réagir face à un potentiel effondrement est liée au concept de mémoire du futur.

Dans son ouvrage *La mémoire au futur*³⁶, Francis Eustache cite Daniel Schacter, professeur de psychologie à Harvard, et indique que cette mémoire du futur est notre « capacité que nous avons à envisager une expérience en créant mentalement un scénario réaliste

³¹ Servigne Pablo, Stevens Raphaël, *Comment tout peut s'effondrer*, Paris, Seuil, 2015

³² Vidal Bertrand, *Les représentations collectives de l'événement-catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, thèse Sous la direction de M. le Professeur Patrick Tacussel et M. le Professeur Jean-Martin Rabot, décembre 2012

³³ Fabiani Jean -Louis, Theys Jacques, *La Société vulnérable. Évaluer et maîtriser les risques*, Paris, Presses de l'École Normale Supérieure, 1987

³⁴ Vidal Bertrand, *Les représentations collectives de l'événement-catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, thèse Sous la direction de M. le Professeur Patrick Tacussel et M. le Professeur Jean-Martin Rabot, décembre 2012

³⁵ Per Espen Stoknes, «How to transform apocalyps fatigue into action on global warming», *Ted.com*, [En ligne]

https://www.ted.com/talks/per_espen_stoknes_how_to_transform_apocalypse_fatigue_into_action_on_global_warming

³⁶ Eustache Francis, *La mémoire au futur*, Paris, Le Pommier, Essais et document, 2018

associant images, pensées, actions³⁷». Notre capacité à anticiper ce danger nous donne des comportements de sécurité mais avec parfois un décalage massif dû à la difficulté de projection.

En définitive soit il n'y a pas assez de projection dans le danger, soit cette projection est trop forte au point d'envisager sa propre mort : «En effet la sécurité est en partie liée à la prévisualisation de danger que l'on projette dans son propre avenir, et se concentre, pour mieux l'éviter, souvent sur le danger ultime de son propre anéantissement, de sa propre mort.». Bertrand Vidal considère que prévision et prévention sont devenu l'imaginaire «summum de nos systèmes contemporains de maîtrise et de sécurité, et qui se constitue comme une technologie exemplaire de la simulation³⁸». Deux visions opposées s'affrontent «Tantôt nous essayons de préserver ce qui nous semble essentiel dans ce qui fût, et dont nous pensons qu'il nous serait impossible de se passer. Tantôt il nous paraît tout autant nécessaire et essentiel de faire table rase du passé, d'échafauder un nouveau paradigme civilisationnel³⁹».

³⁷ Schacter Daniel L, Rosa Addis Donna, *Remembering the Past to Imagine the Future: A Cognitive Neuroscience Perspective*, Harvard University, Cambridge, Massachusetts, 2009, [En ligne], http://scholar.harvard.edu/files/schacterlab/files/schacteraddis2009_0.pdf

³⁸ Vidal Bertrand, *Les représentations collectives de l'événement-catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, thèse Sous la direction de M. le Professeur Patrick Tacussel et M. le Professeur Jean-Martin Rabot, décembre 2012

³⁹ Vidal Bertrand, *Les représentations collectives de l'événement-catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, thèse Sous la direction de M. le Professeur Patrick Tacussel et M. le Professeur Jean-Martin Rabot, décembre 2012

1.2.2 Stratégie d'évitement et réassurance face à l'effondrement

Face à ce drame annoncé, nous voyons apparaître plusieurs discours : des discours d'urgence incitant au changement des politiques publiques et des politiques d'entreprises mais aussi des discours sceptiques ou d'évitement pour ne pas voir les choses en face. Ces stratégies témoignent d'une difficulté à affronter ce futur là, caractérisé par l'effondrement. Face à ces drames annoncés, la difficulté du cerveau humain à se positionner est grande entre catastrophisme et évitement. Explorons les réactions.

Pablo Servigne, créateur du terme de collapsologie indique son angoisse ressentie pendant l'écriture de son ouvrage *Comment tout peut s'effondrer* : «C'est vrai. En préparant ce livre, j'ai beaucoup pleuré. Ce n'est pas simple de s'occuper de ses enfants puis de retourner à son ordinateur pour passer au peigne fin des études profondément déprimantes, qui prouvent que l'avenir sera très sombre. On est submergé par des vagues d'anxiété, de colère et de profonde tristesse. On n'en sort pas indemne⁴⁰». Ce témoignage est intéressant car il nous montre la difficulté que nous avons à nous confronter à un imaginaire du futur lié à l'effondrement. Cela rappelle également la difficulté de projection de notre cerveau «programmé pour réagir au danger immédiat⁴¹».

Une des réactions face à l'effondrement est le survivalisme défini par les activités de ceux qui se préparent à une catastrophe naturelle ou sanitaire ou un effondrement économique. Cet état d'esprit s'observe dans des productions audiovisuelles comme la mini web série *Survivre*⁴² réalisé par Alexandre Pierrin, série de portraits de cinq survivalistes français aux approches très différentes : l'un apprend à vivre de façon autonome dans les bois quand un autre fait du stock. Alexandre Pierrin réalise que la « survie devient un marché et la peur, un argument de vente ». Une autre série «L'effondrement» conforte cette observation de l'intérêt du sujet. Elle se positionne avec un simple questionnement : «Les scientifiques ne cessent de nous mettre en garde. Et si le terrible « effondrement » général de notre civilisation, le « collapse » dont tout le monde parle en ce moment, avait vraiment lieu bientôt ?⁴³».

En rapprochant cette intuition de la multiplication des productions audiovisuelles liées à la représentation de l'effondrement annoncé, nous nous rapprochons de la construction d'un imaginaire de crainte que l'on peut lier à l'analyse des monstres de l'ouvrage *Sociologie de l'imaginaire* : « Les monstres (ou les êtres fantastiques) sont les reflets des peurs et

⁴⁰ Mao Blaise, « Je défends un catastrophisme positif », entretien avec Pablo Servigne, Paris, *Usbek & Rica*, 10 août 2016, [En ligne], <https://usbeketrica.com/article/pablo-servigne-je-defends-un-catastrophisme-positif>

⁴¹ Marshall George, *Le syndrome de l'autruche, pourquoi notre cerveau veut ignorer le changement climatique*, Arles, Actes Sud, 2017

⁴² France TV Slash, *Survivre*, <https://www.france.tv/slash/survivre/>

⁴³ Canal +, *Effondrement*, Série, novembre 2019, [En ligne], <https://www.mycanal.fr/articles/series/l-effondrement-la-nouvelle-creation-decalee-tres-attendue-sur-canal>

angoisses qui traversent une époque⁴⁴». Nous comprenons alors que l'imaginaire du futur et les projections qui y sont faites sont très puissantes sur les comportements des individus, «Il existe une confusion entre la réalité du risque et l'imaginaire du risque [...] Proposition qui se vérifie systématiquement dans la logique anthropique et sociale : l'évaluation du risque répond d'une construction sociale de ce qui est sûr et de ce qui est dangereux⁴⁵». Cette deuxième représentation de l'avenir qu'est celle de l'effondrement, associée à la notion de risque façonne nos imaginaires du futur de façon prononcée.

⁴⁴ Renard Jean-Bruno, Legros Patrick, Monneyron Frédéric, Tacussel Patrick, *Sociologie de l'imaginaire*, Paris, Armand Colin, 2006

⁴⁵ Vidal Bertrand, *Les représentations collectives de l'événement-catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, thèse Sous la direction de M. le Professeur Patrick Tacussel et M. le Professeur Jean-Martin Rabot, décembre 2012

1.3 Des représentations du futur véhiculées par la science-fiction majoritairement pauvres

Les productions littéraires et audiovisuelles de la science-fiction sont souvent une source de représentation des imaginaires du futur. Or, en analysant des éléments associés au «futur» et leur récurrence, nous verrons en quoi ces productions proposent une représentation du futur rétrécie.

1.3.1 Des lieux communs du futur diffusés par la science-fiction

Penser au futur, c'est bien souvent se raccrocher aux imaginaires véhiculés par la science-fiction, au sens qu'en donne Nicolas Nova dans son ouvrage *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, comme ne faisant pas «exclusivement référence à la littérature » mais considérant « toute la culture populaire de la civilisation moderne plus généralement formée par les productions littéraires, graphiques, cinématographiques ou vidéoludiques tournées vers des représentations de l'avenir⁴⁶».

Instinctivement, nous pensons à des éléments tels que des voitures volantes, des robots humanoïdes ou aux interfaces tactiles géantes de *Minority Report*⁴⁷. Ces futurs devenant même caricaturaux sont résumés avec humour dans le mémoire d'Antoine Puel intitulé *La guerre des imaginaires* : «Il y a quelques années, dans le cadre d'un projet scolaire, j'ai eu l'occasion de demander à des enfants d'une école primaire de produire des dessins représentant leur vision du futur. Le thème était volontairement libre, je voulais connaître leurs idées sur la ville, les objets, ou les humains du futur. Le résultat fut assez univoque : il semblerait que pour les enfants, le futur se résume à des voitures volantes, des animaux volants, des objets volants ainsi que des robots ménagers volants et des machines à remonter le temps (volantes)⁴⁸». Au sein même de la production cinématographique de science-fiction sont repris, de film en film des représentations venant d'autres films comme l'a montré récemment le documentaire *Jodorowsky's Dune*.⁴⁹

En bref, il semblerait que nos représentations du futur soient peuplées de lieux communs qui trouvent un écho dans des événements bien antérieurs à nous, comme l'indique Nicolas Nova : «Un exemple couramment cité concerne l'Exposition universelle de New York en 1939, qui avait pris «le futur» comme thème général. Les objets et les pavillons présentés

⁴⁶ Nova Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, format Kindle, Bordeaux, Les Moutons électriques, 2014

⁴⁷ The Open Window, «Le design fiction ce n'est plus ce que c'était», Paris, *Usbek & Rica*, 16 février 2017, [En ligne], <https://usbeketrica.com/article/design-fiction-le-futur-c-est-plus-ce-que-c-etait>

⁴⁸ Puel Antoine, *La guerre des imaginaires*, mémoire de recherche, ERG, 2017 [En ligne] <https://www.antoine.cool/content/2-projects/1-la-guerre-des-imaginaires/memoire-antoine-puel-la-guerre-des-imaginaires.pdf>

⁴⁹ Voir les planches montrant des ressemblances de plan entre le storyboard de *Jodorowsky's Dune* et de films réalisés ensuite, Annexe 10

dans cette ode monumentale à la modernité résumant la diversité des innovations d'alors : robots humanoïdes géants, automobiles produites en séries, machines de toutes sortes conçues avec une esthétique streamline, etc. Chaque grand groupe américain a choisi de créer un lieu emblématique». Ces propositions de ce qu'est le futur aura même une déclinaison particulièrement assumée sur le pavillon de General Motors où les participants pouvaient récupérer à la fin un badge «J'ai vu le futur». Le futur devient donc avec ces représentations un catalogue de ce qu'il faut avoir vu. Le courant *Merveilleux-scientifique* serait à l'origine de ces représentations. En effet dès le début des années 1900, Maurice Renard –écrivain français de romans fantastiques et de science-fiction – et ses acolytes imaginent «à quoi ressemblerait un monde peuplé de robots, d'hommes augmentés – les précurseurs du transhumanisme –, échafaudent des scénarios de fin du monde, mettent le cap sur la planète rouge...⁵⁰». On remarque que ces représentations anciennes sont finalement encore contemporaines et qu'elles viennent de façon instinctives comme a pu le montrer Antoine Puel.

Le futur fascine, plus encore ses représentations se matérialisent souvent comme des objectifs à atteindre du futur ou encore comme une source d'inspiration pour des objets et services réels. Nous pouvons faire un lien entre ces éléments tirés de la science-fiction et leur incarnation dans le réel. L'ouvrage *De la Terre à la Lune* est particulièrement évocateur. Jules Verne y décrit le voyage lunaire un siècle avant que les États-Unis ne le réalisent ou encore la surveillance d'État via des écrans dans *1984* de George Orwell, bien que la télévision fut encore en noir et blanc dans les foyers. Donner une incarnation à ces objets encore fictifs « semble être un des moteurs de processus de recherche et développement actuels⁵¹ ». Les représentations du futur véhiculées par la science-fiction sont également à voir comme des sources d'inspiration pour les créateurs comme l'indique Cyril Leroux, designer de service à la MAIF « on le voit avec tous les *Star Wars* tous les films de science-fiction, il y a pas mal d'innovation, de services, de produits qui sortent de ce genre de choses, parce qu'en fait ces films-là sont devenus commerciaux mais à l'origine ils étaient là pour imaginer l'avenir⁵² ». Le futur et ses représentations seraient donc performatifs et seraient utiles à l'imagination au moment de la diffusion mais aussi comme source d'inspiration à plus long terme.

⁵⁰ Kloetzli Sophie, «Expo « merveilleux-scientifique » : quand la SF française d'il y a un siècle prévoyait le futur», Paris, *Usbek & Rica*, 27 avril 2019, [En ligne] <https://usbeketrica.com/article/expo-merveilleux-scientifique-quand-la-sf-francaise-d-il-y-a-un-siecle-prevoyait-le-futur>

⁵¹ Nova Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, format Kindle, Bordeaux, Les Moutons électriques, 2014

⁵² Entretien de Cyril Leroux, annexe 4

1.3.2 Une représentation du futur rétrécie

Ces poncifs du futur sont le sujet d'étude de Nicolas Nova, chercheur, professeur et fondateur du Near Future Laboratory⁵³, dans son ouvrage *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*⁵⁴. Dès l'avant-propos de cet ouvrage, il constate «un sentiment diffus et partagé par beaucoup d'entre nous : le constat que le futur, imaginé, promis et même conçu au cours du XXème siècle ne s'est pas matérialisé ; qu'il est resté coincé quelque part entre les laboratoires de recherche et les œuvres de science-fiction». Cette constatation résonne étrangement dans les esprits car elle met en lumière cette dissonance entre ce que nous pourrions appeler des promesses de futur et leur non-réalisations les années passant. En effet, bien que la science-fiction ait inspiré des produits et des services qui existent bel et bien actuellement, nous nous rendons compte aujourd'hui que notre quotidien est encore très éloigné des représentations de la science-fiction. Mais alors que s'est-il passé ? Cette dissonance résulte-t-elle de technologies qui ne sont pas à la hauteur des espérances de la science-fiction, ou bien d'une difficulté à imaginer des futurs réalistes et réalisables ?

Plus loin, le constat est encore plus brutal : «nous sommes confrontés ici à un paradoxe : l'imaginaire de l'avenir qui nous est vendu en tant qu'adulte aujourd'hui est le même que celui proposé aux enfants de l'après-guerre». L'opposition des termes «vendu en tant qu'adulte» et «proposé aux enfants» est particulièrement forte. Elle démontre la différence entre deux imaginaires. Un premier imaginaire, proposé et visible dans une multitude de dessins animés pour enfant comme des portes ouvertes vers des futurs possibles sans injonction à participer à leur création. Un autre imaginaire du futur semble être directement lié à un acte d'achat comme si la participation que les adultes pouvaient avoir vis-à-vis de ce futur serait de l'accepter, de le valider en le finançant. Le terme «vendu» renvoie aussi à l'idée que ce futur, cette proposition là, est déjà là et elle est disponible sapant aussi les autres formes encore non imaginées. Peter Thiel, le fondateur de Paypal le résume de façon humoristique «Nous voulions des voitures volantes- et nous avons eu à la place 140 caractères». Cette simple phrase contient en elle une forme de désenchantement mais aussi une forme de réalisme des projections du futur. En effet, il indique que le fantasme des voitures volantes qui étaient également un élément constitutif de son imaginaire du futur

⁵³ *Pasta and vinegar*, [En ligne], <http://www.nicolasnova.net/>

⁵⁴ Nova Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, format Kindle, Bordeaux, Les Moutons électriques, 2014

étant plus jeune ne se conforme pas avec le futur obtenu, le présent d'aujourd'hui lui a donné un réseau social comme Twitter permettant d'écrire au monde en seulement 140 caractères. Selon Nicolas Nova, les quelques exemples de produits et services ayant donné lieu à des incarnations physiques ne sont pas suffisants, et surtout ils ne prouvent pas que la science-fiction a un pouvoir d'influence fort sur la conception. «[...] la science-fiction a perdu son influence comme force d'inspiration sur le « futur », et plus particulièrement pour inspirer la création technologique et ses imaginaires. Il suffit de regarder les représentations du futur qui nous sont présentées régulièrement dans les médias grand public ou dans les publicités pour des objets technologiques. Les inévitables gratte-ciels qui accompagnent les affiches des fabricants automobiles, le pseudo-monorail présenté sur les plaquettes du projet du Grand Paris, le retour sans fin des lunettes et casques de réalité virtuelle, les robots humanoïdes dont on nous vante l'arrivée prochaine, en constituent de bons exemples. Ils montrent au mieux une perpétuation des mythes, au pire, une panne des imaginaires⁵⁵». L'exemple souvent emblématique qu'est la voiture volante incarne selon Patrick Gyger, auteur de l'ouvrage *Les voitures volantes : souvenirs d'un futur rêvé*, un marqueur temporel plus qu'un objet incarnant ce futur : «ces visions [du futur] sont évidemment des clichés et ont souvent été utilisées comme tels. Ainsi, placer une voiture volante dans une histoire a longtemps simplement été un «marqueur» sur le fait que l'action se déroule dans le futur⁵⁶». Une question se pose : celle de la performativité de la fiction. Si nos imaginaires sont compressés peut-être que c'est pour prendre le temps d'arriver à la réalisation de ces imaginaires ou peut-être que ces imaginaires sont là pour orienter l'action sans date de livraison prévue. Cyril Leroux en est persuadé : «c'était il y a soixante ans, un jour on aura les voitures qui volent, mais ça arrivera dans on ne sait combien de temps mais ça arrivera, ces choses là ce sont de grands rêves des doux rêves qui émanent et finalement les gens vont naturellement vers ça⁵⁷».

Ces représentations du futur qui se compressent laissent même entendre que finalement cette notion de futur ne serait peut-être qu'un mirage. En effet, si nous vivons le futur d'autres comme un présent alors le futur n'est qu'une notion mouvante et une notion de l'après.

Dans leur ouvrage *Le Futur n'existe pas*, les auteurs Bublex Alain et During Elie, philosophes, parlent d'un «mirage» du futur que l'on imagine «comme une région temporelle où se logerait d'avance tout ce qui aura eu lieu», une réserve à imaginaire. Ils y opposent la notion de «présent simplement à venir, d'une vaste réserve de présent, en attente de réalisation» et concluent qu'«alors le futur n'existe pas et n'existera jamais. Aujourd'hui, il

⁵⁵ Nova Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, format Kindle, Bordeaux, Les Moutons électriques, 2014

⁵⁶ Nova Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, entretien de Patrick Gyger directeur du lieu unique à Nantes et auteur de l'ouvrage *Les voitures volantes : souvenirs d'un futur rêvé*, format Kindle, Bordeaux, Les Moutons électriques, 2014

⁵⁷ Entretien de Cyril Leroux, annexe 4

n'est pas encore; une fois réalisé, il ne sera plus à venir. Reste la grammaire des temps signalée par les conjugaisons du verbe. Mais ce futur là n'a pas grand chose à voir avec l'objet de nos espoirs et de nos craintes, l'avenir prédit ou promis, redouté ou rêvé⁵⁸». La notion de futur se voit rétrécie par ces promesses de l'imaginaire non tenues et devient un simple à-venir.

Les représentations du futur que nous voyons depuis des années ne concordent pas tellement avec les produits et services consommables aujourd'hui. Non pas que l'offre actuelle soit pauvre, bien que gouvernées en grande partie par une minorité d'acteurs mais elle ne concordent simplement pas avec les idées de voitures volantes, robots humanoïdes et autres téléportations imaginées et «vendues». Pourtant, ces désirs technologiques sont encore bel et bien présents dans les esprits, preuve en est que la recherche dans ces domaines, qu'elle provienne de laboratoires de recherche ou d'entreprise, continuent de développer les technologies allant dans ce sens là.

Cette première partie valide notre première hypothèse selon laquelle nos représentations du futur en façonnent la crainte. Souvent associé à une déception ou à une crainte, un risque, ces imaginaires du futur doivent être repensés pour en proposer des alternatives. Le design fiction et notamment les ateliers de design fiction se basent sur ces représentations pour accompagner de nouvelles visions du futur.

⁵⁸ Bublex Alain, During Elie, *Le futur n'existe pas*, Paris, édition B42, 2014

2. Le design fiction pour panser les craintes et inverser la tendance

Cette deuxième partie nous permet de confronter notre deuxième hypothèse selon laquelle le design fiction peut être une réponse à ces représentations du futur grâce à la prise de pouvoir sur l'élaboration des récits au sein des entreprises. D'un point de vue méthodologique, afin de valider ou invalider cette hypothèse nous l'avons confronté par des entretiens à des personnes ayant pratiqué l'animation d'atelier de design fiction au sein de la MAIF, Ronan Désérable et Cyril Leroux, ainsi qu'à la personne ayant décidé de son utilisation lors du séminaire des managers de la direction des sinistres, Geneviève Prentout. Nous avons également confronté cette question à des référents externes reconnus soit pour leur pratique ou pour leur recherche dans le champ du design fiction : Bastien Kerspern, Anthony Measure et Nicolas Minvielle. Nos observations et participations in-situ à l'atelier de design fiction proposé par Making Tomorrow ainsi qu'aux sessions du Design Fiction Club. Dans cette deuxième partie nous analyserons la pratique du design fiction sous le prisme de la mise en débat, nous verrons ensuite comment cette pratique s'incarne en entreprise et plus particulièrement dans notre terrain qu'est la MAIF puis nous étudierons les limites de cette pratique en entreprise et ses risques de «Design fiction washing».

2.1 Créer le débat pour co-construire demain

Afin d'étudier le design fiction par le prisme du débat, nous allons en déconstruire les étapes. Cette pratique commence bien souvent par exposer une vision d'un futur probable volontairement clivant pour créer une réaction forte de l'audience. Nous verrons en quoi la réaction à une représentation vraisemblable du futur peut donner lieu ensuite à un débat. Pour finir, nous verrons comment en pariant sur l'intelligence collective, le design fiction aboutit à la construction de représentations de mondes préférables.

2.1.1 Faire réagir par le vraisemblable

Le design fiction dans sa forme actuelle proposée fournit à son audience des visions d'un futur volontairement clivant de manière à encourager la réaction vive de ceux qui y sont confrontés. Pour clarifier le propos on peut mentionner l'exemple de l'implant dentaire proposé par James Auger et Jimmy Loizeau. Proposé comme un véritable produit, cet implant promettait de changer le paradigme des interactions sociales en permettant, par exemple, de communiquer par dent interposée.



Fig. 6, Implant dentaire proposé par James Auger et Jimmy Loizeau

L'idée est de proposer une réalité suffisamment probable pour faire réagir. Les designers ayant popularisé le terme de *design fiction*, Anthony Dunne et Fiona Raby définissent que ces fictions doivent être «par nécessité provocatrices, intentionnellement simplifiées et fictives⁵⁹». Dans notre entretien, Bastien Kerspern les définit comme «des objets-manifestes qui sont des lunettes pour apercevoir un futur préférable et de le faire de manière non prescriptive et prédictive⁶⁰».

La forme de ces objets manifestes a donc une importance primordiale dans son interaction avec les publics. Nicolas Minvielle, interrogé dans le cadre de nos recherches et co-auteur de l'ouvrage *Jouer avec les futurs*, l'indique simplement en disant «On cherche à immerger les gens, on cherche ce qui est le plus immersif, le plus facile à communiquer⁶¹». Il nous évoque comme exemple un passage remarqué au salon de l'agriculture : «Vous avez peut-être vu notre journal, on a fait un journal au salon de l'agriculture il y a trois ans, on a fait un journal de 2040, un faux *20 minutes*, qui a créé un gros bordel parce qu'on a créé à quoi

⁵⁹ Citation originale «therefore they are by necessity provocative, intentionally simplified, and fictional.», Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014

⁶⁰ Entretien de Bastien Kerspern, annexe 8

⁶¹ Entretien de Nicolas Minvielle, annexe 3

ressemblerait l'agriculture de la France en 2040, ça n'a pas fait rigoler tout le monde⁶²». En indiquant que ce faux-journal n'avait pas «fait rigoler tout le monde», il indique par cette antiphrase qu'il a suscité des réactions plutôt négatives et s'opposait de ce fait à une pensée majoritaire au salon de l'agriculture, à un système dominant, posture qui n'est pas sans rappeler dans une moindre mesure celle du lanceur d'alerte. Donner à voir les futurs possible, une vérité qui dérange ?

Dans un tout autre contexte, Nicolas Minvielle évoque le projet *Air Pollution Revealer*⁶³ une fausse startup dont la présentation indique que «Face aux conséquences dramatiques de la pollution sur la santé humaine, et après plusieurs années de recherche et développement, APR a développé une technologie de pointe pour s'attaquer au problème dont souffrent des millions de citoyens urbains. APR est extrêmement fier de vous présenter le premier outil de suivi dédié à l'analyse de la pollution, Air Pollution Revealer⁶⁴». Air Pollution Revealer est présenté comme un scanner capable d'identifier le taux de particules fines présentes dans le corps. Couplé à une application mobile, ce service permettrait ensuite à de nombreuses entreprise de collecter les données sur les particules fines présentes dans le corps de leurs clients et d'adapter leur offre en fonction, la vidéo de présentation évoque par exemple un partenariat avec une application de rencontre pour permettre aux clients de ne rencontrer que des personnes saines et sans trop de particules fines. Au-delà du fait que le site et la vidéo de présentation soient particulièrement réalistes et conformes aux codes narratifs des présentations de produits actuels, cette startup a été présentée lors de l'événement *Hello Tomorrow* à l'occasion de son annuelle session de pitch, au même niveau que toutes les autres startups, sans indication sur la nature fictionnelle de celle-ci. Nicolas indique son étonnement intense à ce sujet «vous auriez vu la tête des gens quand on leur a révélé le pollution revealer sans leur dire que c'était un faux ; on a eu des candidatures. [...] On a eu 500 personnes qui ont voté pour, 4 qui ont voté contre; tout le monde a trouvé ça génial, il en a eu un qui voulait financer. C'est ultra choquant, on a attendu la fin de la journée pour leur dire que c'était faux mais c'était fondamentalement hyper choquant».

Bastien Kerspern, designer et co-fondateur des studios Design friction et Casus Ludi indique, dans notre entretien, une autre réaction forte face à son projet Soulaje⁶⁵ : «on a amené la montre au Parlement Britannique, les députés ne voulaient pas la prendre dans les mains

⁶² Entretien de Nicolas Minvielle, annexe 3

⁶³ Air pollution revealer, [En ligne], <http://www.airpollution-revealer.com/>

⁶⁴ Julie Broeck, *LinkedIn*, Texte original : «Faced with the dramatic consequences of pollution on human health, and after several years of research and development, APR has developed a cutting edge technology to tackle the issue that millions of urban citizens suffer from. APR is extremely proud to present the first tracking tool dedicated to pollution analysis, the Air Pollution Revealer» [En ligne] <https://www.linkedin.com/in/julie-broek-459363181/?originalSubdomain=be>

⁶⁵ Soulaje est un projet de réflexion sur la fin de vie autonome commandité par le Parlement Britannique. L'objectif était, à travers des ateliers citoyens, produire les insights liés à la fin de vie. Ce projet a abouti sur un objet manifeste (et donc inerte) qui était une montre permettant l'euthanasie sur commande.

parce qu'ils avaient peur qu'elle se déclenche alors qu'elle était inerte, l'écran était fonctionnel mais il n'y avait pas de poison ou quoique ce soit dedans, il n'y avait pas de risque». Les réactions que cet objet inerte a suscité ont été très révélatrices au sein des députés et « en disait beaucoup sur leur relation et leur méfiances vis-à-vis de la technologie⁶⁶ ». Tout l'enjeu de cette réaction réside sur la forme même de l'objet «qui a été designé comme un vrai produit, un travail que peut faire un designer pour le rendre suffisamment convainquant, plausible, subtil, avec une esthétique propre, futuriste [...]».

Ces exemples évoqués par ces praticiens du design fiction n'est pas sans rappeler la notion de vraisemblance décrite par Yves Citton comme une troisième catégorie «entre l'inexistant fictionnel et la réalité actuelle vient se frayer une voie intermédiaire, celle du vraisemblable⁶⁷ ». Cette notion est intéressante car elle suggère le pouvoir que la forme peut avoir dans la notion de croyance. C'est en jouant sur cette notion de vraisemblance que les praticiens du design fiction que j'ai pu rencontrer suscitent des émotions vives sur leurs interlocuteurs, et exacerbent une «tension dynamique entre croyance et non-croyance», ce qu'Yves Citton décrit comme une «vertu essentielle du merveilleux».

Cette recherche de la réaction pour guider vers le débat rappelle à Max Mollon «une citation de James Auger, qui est dans sa thèse : c'est que le vrai produit, de ce type de design c'est la réaction des gens. Ce que l'on veut produire c'est un ensemble de réactions. Et c'est peut-être ça la clé de ce type de design par rapport à un design qui résout des problèmes ou qui fait de la prospective⁶⁸». Cette forme de design aurait donc pour volonté, avant même la production de scénarios de futurs préférables, de créer la réaction, ce que Nicolas Minvielle appelle «ressentir avec ses tripes». Cyril Leroux souligne l'importance de cette réaction pour ensuite amener les participants aux ateliers vers le débat qui sera source de productions : «Le but de ce genre d'exercices c'est de créer du débat, plus ce sera problématique plus ce sera facile de réagir et d'aller plus loin⁶⁹». Cyril Leroux évoque un lien avec une forme de «culture française» indiquant que « les gens aiment râler et si on apporte des choses qui font débat, ça délie les langues et ça permet d'aller plus loin». Aller plus loin selon Cyril, c'est en fait creuser les motivations de la réaction pour comprendre le fond de la pensée «les gens vont vouloir expliquer pourquoi ils pensent ça et ils vont arriver sur le comment et le pourquoi, et c'est ce qui nous intéresse».

⁶⁶ Entretien Bastien Kerspern, annexe 8

⁶⁷ Citton Yves, *À travers la fiction. Forces de l'image, de l'exemple et de la merveille*, vol. 54, Paris, Revue Vacarme, 2011

⁶⁸ Peneau Justine, *Fiction du réel, réel du fictionnel : quand le design critique*, retranscription entretien de Max Mollon, mémoire de recherche, 2015, [En ligne], <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01212518/document>

⁶⁹ Entretien de Cyril Leroux, annexe 4

En définitive, le design fiction se place dans une posture interpellatrice permettant de susciter la réaction la plus vive possible chez ses interlocuteurs, afin de créer un terreau fertile au débat guidé. Ce débat permettra ensuite de questionner les raisons de cette vive réaction et d'en faire une matière à réflexion sur l'avenir.

2.1.2 Parier sur l'intelligence collective

De cette réaction naît un débat qui devient la matière d'une co-création pour réfléchir au futur préférable. L'intérêt du design fiction réside dans le regroupement d'individu différents pour multiplier les points de vue avec l'objectif de constituer des univers riches par la suite.

Or, au delà du mélange, il y a aussi nécessité de créer les conditions propres à l'installation de cette intelligence collective. Geneviève Prentout, interrogée au sujet de son choix d'introduire un atelier de design fiction dans le programme du séminaire des managers de la direction des sinistres de la MAIF, soulève la difficulté, dans le cadre de l'entreprise, de se détacher le temps d'un atelier de son quotidien professionnel et de laisser court à la créativité, de sortir de sa zone de confort : «Ma crainte était que le design fiction [...] est un outil de créativité, qui est elle même crée par là des multiplicités des profils, la diversité et on est pas très divergents quand on met que des managers sinistres dans la même pièce... or la créativité n'est pas la compétence pour laquelle on les a recrutés, c'est pas qu'ils n'en ont pas en tout cas elle est plus rare et elle n'a pas été forcément valorisée pendant toutes ces années, eux c'est "on a pas le droit, c'est les règles"⁷⁰».

En voulant construire sur ce que nous appelons l'intelligence collective, l'idéal n'est pas uniquement de réunir des personnes ayant le même métier mais également de confronter les points de vue en incluant des personnes de toutes expertises comme l'indique Cyril Leroux «on peut toucher tout type de public que ça soit des managers, des directeurs, des directions globales enfin des personnes du réseau, du grand public⁷¹».

Le design fiction se veut donc être une approche ouverte convoquant la multiplicité des profils mais également des sources diverses et variées, se basant sur l'apport des arts et des disciplines qui peuvent également nourrir cette réflexion. Cette approche de design ouvert est mentionné par Dunne et Raby dans leur ouvrage *Speculative everything* dans lequel il indique la nécessité de « regarder au-delà du design vers le terrain de jeu méthodologique du cinéma, de la littérature, des sciences, de l'éthique, de la politique, et de l'art ; pour explorer, hybrider, emprunter et embrasser le plus grand nombre d'outils disponibles⁷²». Le design fiction se caractérise donc par son ouverture sur un champ disciplinaire étendu participant également à cette notion d'intelligence collective, en convoquant justement les intelligences des autres disciplines.

⁷⁰ Entretien de Geneviève Prentout, annexe 5

⁷¹ Entretien de Cyril Leroux, annexe 4

⁷² Citation originale «To find inspiration for speculating through design we need to look beyond design to methodological playground of cinema, literature, science, ethics, politics, and art; to explore, hybridize, borrow, and embrace the many tools available for crafting not only things but also ideas – fictional worlds, cautionary tales, what if scenarios, thought experiments, counterfactuals, reductio ad absurdum experiments, prefigurative futures, and so on», Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014

À l'échelle de la société, le design fiction peut être utilisé pour la co-conception de politiques publiques, à l'image du travail de l'agence Design Friction qui a lancé le projet Proto Policy pour inviter à la négociation des changements sociétaux et politiques⁷³». La démarche de cette agence montre un potentiel intéressant pour le design fiction : en se positionnant comme un outil de dialogue public il devient un outil militant penchant vers une démarche, vers une démocratie plus participative.

L'ouverture sur des points de vue multiples et divers fait donc partie des fondements du design fiction et par cet aspect en fait un outil intéressant d'inclusion et de concertation collective qui nourrit son dessein de construire des mondes préférables.

2.1.3 Proposer des mondes préférables

Le design fiction par sa démarche permet d'aboutir à une réflexion sur des mondes préférables pour le futur et permet de penser le monde au prisme de ces mondes pour en faire un levier d'action.

Le terme de «préférable» est un terme régulièrement utilisé dans le design fiction, son origine se trouve dans ce qu'on appelle *Les cônes du futur*. Il s'agit d'un schéma à la base publié par Norman Hanchey, chercheur canadien, en 1978, il a été repris ensuite par Joseph Vonos, chercheur australien, en 2003 puis en 2009 par Stuart Candy, designer et prospectiviste australien. Ce schéma est cité en 2013 dans l'ouvrage *Speculative Everything* d'Anthony Dunne et Fiona Raby qui l'ont adapté spécialement pour la pratique du design fiction.

⁷³ Kerspern Bastien, Hary Estelle, Lippera Léa, *ProtoPolicy, le Design Fiction comme modalité de négociation des transformations sociopolitiques*, Sciences du Design, vol. 5, no. 1, 2017.

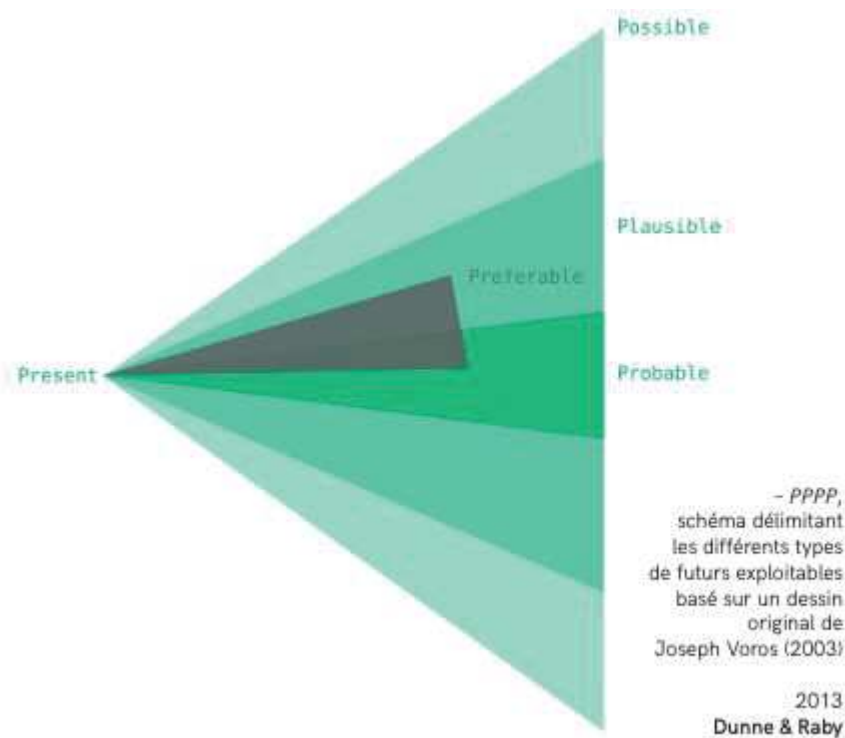


Fig. 7, Schéma des cônes du futur⁷⁴

Ce schéma est composé de cônes partant du présent, à gauche et s'ouvrant vers plusieurs futurs. Chaque cône représente la probabilité d'un futur. Ce schéma, parfois critiqué pour sa considération d'un présent unique garde cependant une forme intéressante pour le propos du design fiction, qui partant d'une expérience du présent propre à chaque individu, lui propose de réfléchir aux futurs potentiels de façon ouverte. Le cône le plus large représente celui des futurs possibles. Il enveloppe théoriquement toutes les visions du futur possibles, qu'elles soient vraisemblables ou non. Vient ensuite le cône des futurs plausibles, celui-ci restreint le premier dans le sens où il met de côté les futurs non réalisables dans leur matérialité physique. Entre les cônes du plausible et du possible se place la zone de l'imagination et de la «fantasy». Ensuite vient le cône des futurs probables. Selon Dunne et Raby, c'est le cône «dans lequel la plupart des designers évoluent⁷⁵». Il couvre les potentiels probables, en dehors d'une catastrophe économique ou environnementale. Un autre cône se place à cheval sur le cône probable et le cône plausible, en prenant plus de place sur le cône plausible, c'est le cône du futur préférable. Dans une démarche de design fiction, c'est tout l'intérêt du design de proposer des espaces de débat pour créer ce futur préférable. Joseph Voros le décrit simplement en indiquant que «La quatrième classe, celle des futurs préférables, s'intéresse en revanche à ce que nous " voulons " qu'il se produise ; en d'autres

⁷⁴ Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014

⁷⁵ Citation originale «this is where the most designers operate», Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014

termes, ces futurs sont en grande partie émotionnels plutôt que cognitifs. Ils découlent de jugements de valeur et sont plus ouvertement subjectifs que les trois classes précédentes. Parce que les valeurs diffèrent si nettement d'une personne à l'autre, cette classe d'avenir est très variée⁷⁶».

Il est également à la charge des participants de le construire, comme une forme de prise de pouvoir comme l'indiquent Dunne et Raby : «Bien sûr, l'idée de préférence n'est pas si simple ; que signifie préférable, pour qui, et qui décide ? À l'heure actuelle, elle est déterminée par le gouvernement et l'industrie, et bien que nous jouions un rôle en tant que consommateurs et électeurs⁷⁷». Ronan Désérable, membre de l'équipe innovation de la MAIF a été animateur sur des ateliers de design fiction. Il souligne l'importance de cette notion de prise de pouvoir sur les futurs : «Parce qu'effectivement avec toute l'émergence des technologies il y a beaucoup de fantasmes, il y a beaucoup de projections il y a beaucoup de peurs aussi. Et se projeter sur des futurs souhaitables c'est être acteur [...] plutôt que de subir imaginons un futur souhaitable⁷⁸». Cyril Leroux – designer à la MAIF qui a également animé plusieurs ateliers de design fiction – va plus loin et indique, au delà d'une forme de prise de pouvoir individuel, la question de la prise de pouvoir collective : «On prévoit le demain, l'avenir, et c'est super important parce que ça nous permet d'avoir un éventail de tout ce qui est possible de faire et suivant les contraintes par la suite on essaye de voir ce qui est possible ou non, en tout cas les directions qu'on a envie de voir, et la question éthique aussi, la responsabilité, ce qui est le meilleur pour nous, pour tous. [...] pas de se dire «tu te vois où dans dix ans ?» mais plutôt «comment va évoluer la société ?⁷⁹».

Le design fiction a donc dans ses origines une forme de militantisme assumé de prise de pouvoir par les citoyens pour qu'ils puissent bâtir leur futur. Cette pratique n'a donc pas à être confondu à un outil d'identification les tendances montantes, les *new trends* comme l'indiquent Dunne et Raby. Au contraire, rien dans le design fiction n'est voué à l'identification de tendance, le design fiction étant là pour créer un débat en vue de se positionner sur des futurs préférables ainsi comme ils l'indiquent «En tant qu'acteurs de la science et de la technologie et en travaillant avec de nombreuses entreprises technologiques, nous rencontrons régulièrement des réflexions sur l'avenir, en particulier sur «L'Avenir». Habituellement, il s'agit de prédire ou de prévoir l'avenir, parfois il s'agit de nouvelles

⁷⁶ Voros Joseph, *A Primer on Futures Studies, Foresight and the Use of Scenarios*, Swinburne University of Technology, the Foresight Bulletin, No 6, December 2001, [En ligne], <https://static1.squarespace.com/static/580c492820099e7e75b9c3b4/t/58abbe7c29687fbaf4a03324/1487650430788/A+Primer+on+Futures+Studies.pdf>

⁷⁷ Citation originale «Of course the idea of preferable is not so straightforward ; what does preferable mean, for whom, and who decides ? Currently, it is determined by government and industry, and although we play a role as consumers and voters», Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014

⁷⁸ Voir entretien de Ronan Désérable, annexe 6

⁷⁹ Voir entretien de Cyril Leroux, annexe 4

tendances et d'identifier les signaux faibles qui peuvent être extrapolés dans un avenir proche, mais il s'agit toujours de tenter de déterminer l'avenir. C'est une chose qui ne nous intéresse absolument pas ; lorsqu'il s'agit de technologie, les prédictions futures se sont avérées fausses à maintes reprises. À notre avis, c'est une activité inutile. Ce qui nous intéresse, cependant, c'est l'idée d'avenirs possibles et leur utilisation comme outils pour mieux comprendre le présent et discuter du genre d'avenir que les gens veulent et, bien sûr, de ceux dont ils ne veulent pas⁸⁰».

Ce militantisme s'incarne également dans une forme de design dit critique, comme l'indique Julian Bleecker, artiste et chercheur américain, « Comme la science-fiction, le design fiction créé des dialogues imaginaires sur des mondes futurs possibles. Comme certaines formes de science-fiction, il spéculer sur un avenir proche du demain, extrapolé du présent. Dans la spéculation, le design fiction jette un regard critique sur les formes actuelles des objets et les rituels d'interaction qu'ils permettent, ou ne permettent pas⁸¹». Loin d'être dans une démarche de définition de ce qu'est le meilleur futur, Dunne et Raby insistent sur cette notion de design critique qui va de pair avec une forme de liberté d'interprétation : «Nous développons rarement des scénarios qui suggèrent comment les choses devraient être parce que cela devient trop didactique et même moralisateur. Pour nous, l'avenir n'est pas une destination ou un objectif à atteindre, mais un moyen d'aider à la réflexion imaginative – de spéculer avec⁸²».

En cherchant à définir les mondes préférables de manière collective le design fiction ne se place pas comme un prescripteur mais comme une invitation à la singularité de chacun. Il nous indique également que le futur n'est pas prédictible à proprement parler – cela est même inscrit dans les principes du design fiction– mais qu'il se dessine à travers les constructions collectives qui suivent le débat.

⁸⁰ Citation originale : «Being involved with science and technology and working with many technology companies we regularly encounter thinking about futures, especially about “The Future”. Usually it is concerned with predicting or forecasting the future, sometimes it is about new trends and identifying weak signals that can be extrapolated into the near future, but it is always about trying to pin the future down. This is something we are absolutely not interested in; when it comes to technology, future predictions have been proven wrong again and again. In our view, it is a pointless activity. What we are interested in, though, is the idea of possible futures and using them as tools to better understand the present and to discuss the kind of future people want, and of course, ones people do not want.», Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014

⁸¹ Citation originale : «Like science-fiction, design fiction creates imaginative conversations about possible future worlds. Like some forms of science-fiction, it speculates about a near future tomorrow, extrapolating from today. In the speculation, design fiction casts a critical eye on current object forms and the interaction rituals they allow and disallow», Bleecker Julian, *Design Fiction. A short essay on design, science, fact and fiction*, Near Futur Laboratory. Mars 2009

⁸² Citation originale «We rarely develop scenarios that suggest how things should be because it becomes too didactic and even moralistic. For us futures are not a destination or something to be strived for but a medium to aid imaginative thought-to speculate with», Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014

2.2 Entre opportunisme et faire-valoir : le cas des ateliers de design fiction en entreprise

L'approche proposée par le design fiction est aujourd'hui une pratique que l'on retrouve dans les entreprises. Elle dessert plusieurs desseins : utilisée pour définir la stratégie d'une entreprise à long terme, elle peut également avoir un rôle de catharsis au sein des organisations pour libérer la parole. Cependant, à l'instar de pratique comme le design thinking, la pratique du design fiction pourrait se fourvoyer en intégrant les codes de l'entreprise.

2.2.1 Le design fiction pour construire des stratégies d'entreprise

Le design fiction est utilisé en entreprise de plusieurs façons. L'une d'elle est la réflexion puis la production de stratégie d'entreprise à long terme. Cette approche est particulièrement développée par certains acteurs, comme Nicolas Minvielle, co-auteur de l'ouvrage *Jouer avec les futurs: Utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise* et membre du collectif Making Tomorrow. Sa pratique a fait l'objet d'un entretien qualitatif dans le cadre de cette recherche. Il indique la nécessité pour les entreprises de penser «à un horizon lointain» en évoquant une «règle d'or», celle de «faire deux boucles d'une industrie, d'une industrie stratégique classique. Si on fait qu'une seule boucle les gens sont bloqués dans leur stratégie classique ils cherchent leur indicateur, pour le nucléaire c'est dans 40 ans donc il faut réfléchir dans 80 ans si on fait du design fiction sinon ça sert à rien⁸³».

Pour Nicolas Minvielle, le design fiction est donc un formidable outil de projection utile aux industries souhaitant «anticiper ses besoins pour atteindre ses objectifs⁸⁴». Cette approche du design fiction met donc au centre de la production cette réflexion sur l'avenir de l'entreprise, dans un contexte concurrentiel, l'entreprise ainsi accompagnée serait «moins encline à subir les tendances d'un marché». L'objectif de cette démarche est de créer une «vision claire, capable d'orienter les énergies» pour «affronter les incertitudes et turbulences du monde contemporain». Nous retrouvons dans cette communication une rhétorique commune aux offres commerciales : celle de démontrer le besoin parfois en mettant l'accent sur les risques : les « incertitudes et turbulences du monde contemporain». Nous retrouvons cette même rhétorique sur le site de l'agence Weave sur la page concernant le lancement d'une offre de design fiction «Bien plus qu'un simple outil au service de l'entreprise, le design fiction est un véritable outil de lutte contre les imaginaires dominants qui empêchent de penser autrement⁸⁵».

⁸³ Entretien de Nicolas Minvielle annexe 3

⁸⁴ Making Tomorrow, *Making Tomorrow - Utilisez le design fiction pour innover, revivez une année d'exploration de la planète Mars, thecamp, le Pass saison #1*, Making Tomorrow, document récupéré lors d'un atelier de design fiction organisé par Making Tomorrow

⁸⁵ «Weave adapte le design fiction aux besoins de l'entreprise et lance «Design fiction by Weave», *Weave.eu* [En ligne]

<https://weave.eu/weave-adapte-le-design-fiction-aux-besoins-de-entreprise-design-thinking-futur-possible/>



Fig. 8. Capture d'écran du site Weave.eu

Le design fiction assure dans ce cas là, la posture d'une méthode permettant d'atteindre une promesse commerciale. Nos recherches ont permis d'identifier les noms de plusieurs agences ou collectifs écrivant sur le design fiction ou proposant une offre de design fiction qui peut prendre des formes différentes : par le jeu chez Makin'ov, tourné vers les politiques publiques et l'engagement chez Design friction, orienté études chez Imprudence, proposant des formats immersifs chez Making Tomorrow, ou plus orienté conseil comme chez Suricats Consulting ou Weave. Nicolas Minvielle, conscient de ces approches indique que «l'approche est la même mais que l'application est différente» et qu'il n'a «aucun problème à bosser pour l'armée» ce qui n'est, par exemple pas le cas de l'agence Design Friction. Bastien Kerspern avant toute contractualisation «se demande si éthiquement on est compatible» et qui réserve ses activités à certaines organisations «collectivités locales, des ONG, des centres culturels ou des entreprises avec un fort aspect RSE comme les assureurs». Il définit même sa pratique comme «un engagement de ne pas aller là où il y a le plus d'argent mais là où on est à l'aise et où on a le plus de choses à apporter ». Cette différence de positionnement est très claire chez ces deux praticiens du design fiction, Nicolas Minvielle indique même que contrairement aux « Nantais de Design Friction», il a une approche qu'il qualifie de «plus "vulgaires" au sens où on va beaucoup travailler pour des entreprises, on a pas la volonté spécifique d'avoir un apport pour la société ou autre⁸⁶». La notion de «vulgaire» est utilisée là, non dans son sens étymologique⁸⁷ mais dans un sens de «ce qui s'oppose au purisme». Il est intéressant de voir que ces deux approches coexistent, l'une plus attachée aux racines du design fiction, en opposition avec des

⁸⁶ Entretien de Nicolas Minvielle, annexe 3

⁸⁷ Qui se voit communément parmi les hommes

principes capitalistes et l'autre ayant intégrée la pratique à des stratégies commerciales d'entreprise. Cette dichotomie est d'ailleurs clairement énoncée par le collectif Makin Tomorrow, revendiquant deux approches du design fiction, sans hiérarchie « Certaines [productions], en phase avec la méthodologie du design fiction, ont privilégié des formes subtiles de critiques pour susciter un débat entre les participants de l'atelier sur la voie d'avenir à privilégier. D'autres, plus fidèles à la pratique quotidienne des participants, ont conçu de véritables produits, comme autant d'opportunités surprenantes et radicales⁸⁸ ». Cette citation nous montre la dualité qui pèse aussi en entreprise et les différents intérêts, difficulté d'imposer une méthodologie nouvelle non basée sur de la productivité.

Nous constatons donc une pratique du design fiction liée à la production de stratégies d'entreprise, cette pratique s'oppose à une pratique du design fiction historiquement en rupture avec la notion de marché. La pratique du design fiction emprunte d'autres fonctions en entreprise, comme celle de permettre d'exprimer ses craintes.

2.2.2 Parler autrement des craintes associées au futur et au présent : des ateliers catharsis ?

Les observations d'ateliers in-situ –et notamment celles réalisées lors du séminaire des managers de la direction des sinistres à la MAIF– ont montré que les ateliers de design fiction qui y étaient pratiqués n'avaient pas seulement pour but la production d'un scénario prospectif mais aussi de faire parler les participants sur leurs craintes du futur et leurs insécurités actuelles. Ainsi le design fiction n'est pas seulement utilisé à dessein productif mais est aussi salvateur.

Ce dessein est d'ailleurs une des raisons principales pour laquelle Geneviève Prentout a choisi cet atelier pour ce séminaire et indique « on attendait pas de production, la production était plutôt de lever les tabous, faire part de ses peurs que chacun en parle et créer le débat ». Il est intéressant de voir à quel point elle met en avant le fait que l'objectif de ces sessions d'atelier de design fiction étaient plutôt d'agir presque comme une catharsis, terme d'usage médical et psychique indiquant un moment de soulagement lié à des angoisses. Dans cette perspective, le design fiction se détache en grande partie de son objectif principal de production de mondes préférables mais cet usage lui donne également une autre valeur intéressante.

Ce format d'atelier génère chez les participants un engagement fort, c'est ce qu'en a constaté Cyril Leroux, animateur de plusieurs ateliers de design fiction au sein de la MAIF : « J'étais assez étonné de ces ateliers et de la facilité qu'ont les gens à se libérer de leurs

⁸⁸Makin Tomorrow, *Making Tomorrow - Utilisez le design fiction pour innover, revivez une année d'exploration de la planète Mars, thecamp, le Pass saison #1*, Makin Tomorrow, document récupéré lors d'un atelier de design fiction organisé par Making Tomorrow

contraintes, c'était génial, parfois dans d'autres formes d'ateliers, d'animation, c'est juste la croix et la bannière d'essayer de sortir quelques mots de certains experts parce qu'ils ont ce statut là et ils savent tout ». Il a donc adapté sa pratique d'animation à cette spécificité et indique que désormais il « laisse parler les gens, on les écoute ». Pour lui l'aspect libérateur est lié au format mais également au format des ateliers en entreprises dans lesquels il n'y pas d'attendus sur la production «ça se ressent parce que la parole est vraiment libérée, il n'y a pas d'attente de ce qui va être fait derrière ».

Le design fiction a donc la vertu d'aider à la libération de la parole quant aux craintes liées au futur. Cependant cet effet s'applique également au présent. En effet, on remarque dans les scénarios produits lors des ateliers de design fiction du séminaire des managers de la direction des sinistres de la MAIF que si on enlève le surplus de représentations clichées liées au futur –extraterrestres, robots, intelligence artificielle– alors les problématiques qui se dessinent sont particulièrement actuelles. Lors de la présentation en fin d'atelier du scénario suivant – dans lequel est développé un traducteur universel pour dialoguer avec des espèces extraterrestres – sa présentatrice a indiqué «Nous avons mis des extraterrestres dans le scénario mais au quotidien c'est avec les jeunes sociétaires que nous aurions besoin d'un traducteur. On a du mal à comprendre leurs besoins».

Dans le futur // **On voit la nécessité de communiquer en s'adaptant à la différence**

Scenario 22

Dans ce scénario, la MAIF prend contact avec des extra-terrestres mais ne les comprend pas car ils ne parlent pas la même langue. Ils utilisent donc le traducteur universel développé par MAIF SPACE SOLUTION avec lequel ils peuvent communiquer. Ainsi, le besoin du sociétaire est compris et MAIF obtient le « PRIX DE LA RELATION INTERGALACTIQUE ».

Ce scénario est particulièrement intéressant car l'équipe a son origine a comparé ces extraterrestres avec les publics avec lesquels la MAIF a du mal à communiquer aujourd'hui.

Fig. 9 capture d'écran issue du document de synthèse produit suite au séminaire des managers de la direction des sinistres à la MAIF, document complet en annexe 1.

Ainsi nous pouvons dire que les productions des ateliers de design fiction sont également révélatrices sur des questionnements liés au présent et que les prévisions en disent plus sur ses producteurs que sur l'avenir.

2.2.3 Design fiction en entreprise : une «parenthèse enchantée ?»

De ce fait les ateliers de design fiction en entreprise peuvent avoir l'air d'une «parenthèse enchantée» –terme repris des entretiens– car ils permettent un temps à part dans le quotidien et ne sont pas considérés comme un temps de travail classique. Ce qualificatif donne aux ateliers de design fiction une autre image, celle d'une activité non productive et parfois donc non prise au sérieux.

Anthony Masure souligne la nécessité de distinguer le design fiction dans son approche théorique et sa version appliquée, notamment dans le cas des ateliers en entreprise et « pense qu'il faut distinguer le design fiction en général et le design fiction une fois appliqué à l'entreprise sous forme d'ateliers. Il y a des choses géniales qui ont été faites dans le design fiction, mais c'était plutôt des initiatives indépendantes qui trouvaient leur finalité dans des publications et des expositions. Mais une fois que cela devient des ateliers en entreprise, il y a quand même une limite, et je pense qu'il faut vraiment distinguer les deux. Peut-on retrouver cette dimension subversive en entreprise ? J'en suis moins sûr⁸⁹». La volonté critique du design fiction, «subversive» semble rapidement en inadéquation avec le milieu de l'entreprise.

Tout d'abord, le fonctionnement économique d'une entreprise se base sur l'optimisation productive du temps de travail des salariés. Du fait de cette limite structurelle, les temps d'atelier de design fiction sont en entreprise, particulièrement court. Lors du séminaire de la DPAS à la MAIF, nous avons animé des ateliers de deux heures et ce, sur un grand nombre de participants. Ce temps d'atelier incluait également un temps de présentation et d'acculturation rapide au design fiction mais également un temps de restitution finale. En temps de débat et d'idéation, nous comptons donc environ une heure quinze. Le format et la trame de l'atelier est adapté à ce temps de quelques heures et correspond également à la temporalité commune aux séminaires d'entreprise comme l'indique Ronan Désérable, animateur de l'atelier de design fiction sur ce séminaire de la DPAS, «dans ce type de séminaire où on a un créneau d'une heure et demi pour faire ça c'est adapté⁹⁰».

Cette courte durée d'atelier ne permet pas, selon Anthony Masure, d'atterrir sur des scénarios de design fiction critiques et poussés mais ont un objectif différent : «Dans ce genre d'atelier de courte durée, on s'adresse à des gens qui n'ont pas la culture du design – après on ne peut pas demander aux designers de travailler seuls, ça ne serait pas possible, et pas souhaitable –, et on se retrouve donc dans une situation où il s'agit davantage de

⁸⁹ Entretien d'Anthony Masure, annexe 7

⁹⁰ Entretien de Ronan Désérable, annexe 6

créer une cohésion dans le groupe, un peu comme les team building, plutôt que de créer des vraies pistes divergentes par rapport à la culture de l'entreprise⁹¹».

Effectivement, les observations et entretiens menés ont également montré cette facette de ce que sont les ateliers de design fiction en entreprise : des moments collectifs qui visent par le design fiction à un autre objectif que la création de futurs souhaitables. Cyril Leroux expose les ateliers dont l'objectif était d'acculturer les collègues à ce qu'est le design fiction «J'ai fait surtout des ateliers découverte. C'était pour aider à découvrir l'importance du design, l'importance de penser utilisateur, de l'usage. Et puis trouver d'autres méthodes, de travail pour pouvoir implanter ça dans le quotidien des gens, là on l'avait fait à l'échelle de l'entreprise donc on avait pas mal de personnes des réseaux, des managers, on l'a fait pendant une journée stratégique à La Rochelle, on l'a fait aussi en interne, ça avait vraiment un but pédagogique de faire découvrir le design et toutes ses possibilités, de mettre en avant le fait qu'il faille écouter les autres, on pouvait trouver des solutions comme ça, à notre échelle⁹²». Cette citation est intéressante car elle montre la pluri-utilité de ces cadres temporels que représentent les ateliers de design fiction en entreprise. Cette idée est soulignée par des citations extraites d'autres entretiens comme celui de Ronan Désérable qui indique que parmi les participants à l'atelier qu'il a animé «il y en a qui se sont beaucoup amusés⁹³». Geneviève Prentout, commanditaire de cet atelier de design fiction lors du séminaire de la DPAS, parle de «sentiment de bien-être», de «grande liberté» indiquant que les participants «pouvaient partager, faire connaissance et c'est toujours agréable⁹⁴».

Geneviève indique même dans l'entretien que la création de ce moment de partage faisait partie des objectifs de l'atelier de design fiction lors du séminaire «Parmi les objectifs il y a le fait qu'ils découvrent d'autres collègues» et souligne l'aspect volontairement agréable et confortable donné à ce séminaire «C'est plutôt agréable de ce côté là, parce que ça se passe dans un environnement confiné, c'est entre managers, il y a un début une fin, ça dure deux jours, c'est une espèce de parenthèse enchantée⁹⁵». Dans un cadre professionnel, cette notion de «parenthèse enchantée» se comprend comme une période non assimilée à un temps de travail classique. Cet effet est renforcé par l'utilisation d'outils et procédés ne correspondant pas au quotidien des managers de la DPAS «le rendu se faisait sous forme de dessin, c'était pas de la littérature. L'idée était de les faire sortir de leurs cadres, les juristes ils ont pas trop l'habitude de dessiner⁹⁶». L'expression «faire sortir du cadre» utilisée dans ce cadre de séminaire, conforte cette idée que ce temps d'atelier est considéré comme hors du temps de travail habituel.

⁹¹ Entretien de Anthony Masure, annexe 7

⁹² Entretien de Cyril Leroux, annexe 4

⁹³ Entretien de Ronan Désérable, annexe 6

⁹⁴ Entretien de Geneviève Prentout, annexe 5

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Ibid.

Paradoxalement, bien que l'un des objectifs soit de passer un bon moment pendant le séminaire, Geneviève Prentout relève cependant une déception à la fin de l'atelier et indique que même si le moment était agréable à la fin elle avait «un peu le 'So What ?'». Par cette expression elle indique un sentiment de ne pas voir où l'atelier menait, quel était son aboutissement. C'est également ce qu'elle a retenu des questionnaires envoyés aux participants post-séminaire «ils ont fait une évaluation du séminaire, ils ont noté les ateliers, c'est mitigé quand même, «on s'est bien marrés, c'est déjà ça, c'était un des objectifs mais on voit pas trop le lien avec le sujet».

Ces témoignages posent tout même la question de ce qui est attendu de ces ateliers de design fiction et mettent en avant une dissonance entre attendu et production. Anthony Masure déplore cette image du designer au sein des organisations quand il est utilisé sur un temps très court et sans lui donner de pouvoir : «il y a un côté « animateur » au sens négatif, le designer "BAFA" ou "Club Med"⁹⁷». Selon lui cela mène à ce qu'il appelle «l'illusion que n'importe qui puisse être designer ».

L'approche proposée par les ateliers de design fiction en entreprise et notamment lors de nos observations conforte cette idée de «parenthèse enchantée» comme d'un moment suspendu en dehors des codes de l'entreprise habituels. Cette approche a le risque de dégrader la pratique du design fiction au point d'en faire un faire-valoir.

2.3 Risque de «Design fiction washing»

Comme vu précédemment, les ateliers de design fiction en entreprise ont tendance à être utilisés pour atteindre d'autres objectifs que celui de mettre en débat des visions du futur pour créer des mondes préférables. Cet aspect expose le design fiction à un risque, celui de n'être qu'un faire-valoir du design en entreprise et engendrerait donc un «Design fiction washing».

2.3.1 Design thinking et design fiction, même combat ?

Anthony Masure définit le design thinking comme «une modélisation simpliste de méthodes de design, opérée par des gens qui viennent surtout du marketing, du commerce et un peu de l'ingénierie». Cette modélisation simpliste est pour lui «la mort du design». La simplification et l'élaboration de «règles» toutes faites semble être un reproche fait au design thinking. Deux principales critiques sont faites au design thinking : il véhicule une image réductrice de l'expertise du designer et il encourage l'appauvrissement de la réflexion par l'application systématique d'étapes fixes.

⁹⁷ Entretien de Anthony Masure, annexe 7

Nicolas Minvielle, quant à lui, pense que le design fiction est plus complexe «J'ai le sentiment que le design fiction c'est tellement complexe qu'on parle de demain; le truc est tellement complexe, personne ne sait à quoi ça ressemble et on pense qu'on va le craquer en 4 heures, c'est n'importe quoi, surtout en attente d'un résultat, littéralement, on crée des mondes de demain, on a des scénaristes, des écrivains, des auteurs de bande dessinée qui sont avec nous, le truc il faut le pousser un peu loin.» Il souligne que cette complexité ne peut d'ailleurs pas être abordée uniquement en collectif et préfère travailler «en chambre à réfléchir entre nous qu'en ateliers» avec la conviction que chaque élément compte et ne peut être laissé au hasard d'un atelier de créativité, à l'image des futurs naïfs auxquels s'attaque Julian Bleeker, «il y a tellement de sujet de fond autour de ça, vous loupez un truc dans l'environnement et tout votre scénario est faux donc c'est un peu compliqué de bosser en atelier». Il poursuit et indique qu'il «compare» car ce qu'il souhaite éviter c'est la «design thinkingalisation du truc» et caricature un atelier en racontant «je vois des gens qui présentent trois vidéos de black mirror et qui disent «c'est bon j'ai fait du design fiction».

Une autre critique régulièrement faite au design thinking est celle de l'atterrissage, arguant que les idées sont bien présentes mais qu'à la fin d'un atelier, elle restent au stade d'idée. Cyril Leroux fait une distinction claire entre une approche d'idéation et de design «c'est de la conceptualisation, pas de la conception, on fabrique rien». Anthony Masure craint ce même effet avec le design fiction «Quelle est la réelle action de la fiction dans le monde ? On va dire « changer les mentalités », « produire du débat », etc. : je pense qu'il y a un risque de tomber dans le bullshit, en l'absence d'alternatives concrètes.» . Le terme est posé : *bullshit*. De façon informelle ou de façon plus argumentée, le terme *bullshit* se voit souvent associé au design thinking⁹⁸ et les praticiens comme Bastien Kerspern ou Nicolas Minvielle ont conscience de devoir rester alertes et exigeants sur ce que doit être le design fiction.

Le design thinking est devenu aujourd'hui une pratique totem vendue par des agences, des entreprises de conseil parfois sans l'intervention d'un designer. Cette pratique vendue comme une pratique «créative» est aujourd'hui vendue comme une méthode, par étape. Ce découpage rend la pratique plus compréhensible, plus facile à transformer en offre mais met de côté la sérendipité propre au design et à l'élaboration d'idées créatives. Cette marchandisation de la pratique du design fiction est un risque dont sont particulièrement conscients les praticiens. Lors du design fiction club #4 de la saison 2 qui s'est déroulé le 7 mai 2019, l'hôte Max Mollon a invité l'agence Design Friction à proposer un atelier sur le futur du design fiction. En guise d'introduction et d'inspiration pour permettre aux participants de se projeter dans la réflexion, ils ont présenté une design fiction satirique prenant une forme

⁹⁸ Schwab Katharine, «IDEO breaks its silence on design thinking's critics», Boston, *Fast company*, 29 octobre 2018, [En ligne], <https://www.fastcompany.com/90257718/ideo-breaks-its-silence-on-design-thinkings-critics>

de marchandisation et formatage de la pratique du design fiction : le «Design Thinktion» un subtil mélange entre design fiction et design thinking dont les promesses s'accordent parfaitement avec les impératifs de productivité.



Fig. 10 Extrait de la présentation⁹⁹ de Design Friction pour le Design fiction club du 7 mai 2019.

Selon Anthony Masure, ce risque de récupération mercantile du design est lié à son histoire : «Le design est hanté par son rapport au capitalisme, depuis ses débuts au milieu du XXe siècle avec des figures comme John Ruskin ou William Morris [...] Après, pour beaucoup de personnes, ce n'est pas un problème, car pour elles le design c'est une chaîne de valeur, ça fait vendre, mais cela n'est pas du tout le design que je défends». Une fois de plus on comprend une opposition entre les origines du design fiction et sa récupération par les logiques marchandes.

Pour éviter cette mercantilisation du design fiction, certains acteurs qui pratiquent essaient de lui associer une esthétique loin de codes visuels trop léchés sur ce que pourrait être le futur sans reprendre les codes visuels souvent associés au design comme l'indique Anthony Masure «c'est vite normé dans les méthodes de représentations, il y a le fond blanc, le côté un peu clean / laboratoire, mais que se passerait-il si l'on situait les objets dans des environnements impurs / dirty ? ». Justement, l'exemple de la vidéo *A Digital Tomorrow*¹⁰⁰ est

⁹⁹ Présentation complète disponible en annexe 2

¹⁰⁰ Nova Nicolas, Kwon Nancy, «A Digital Tomorrow», *Vimeo.com*, 25 août 2012, [En ligne], <https://vimeo.com/48204264>

intéressant car ne comporte aucun effet spécial, elle se place dans un environnement qui ressemble à ceux que nous croisons tous les jours et suggère toute sa réflexion sur les gestes technologiques du futur par l’habillage sonore très évocateur. Autre exemple, celui de *Curious Rituals*¹⁰¹, ouvrage préliminaire à la vidéo *A Digital Tomorrow* recensant les nouveaux geste associés aux technologie. On retrouve dans cet ouvrage des illustrations de situations du quotidien –loin d’un univers aseptisé et de pratiques dénuées de réalité– montrant une multitude d’exemples mordants de vérité.

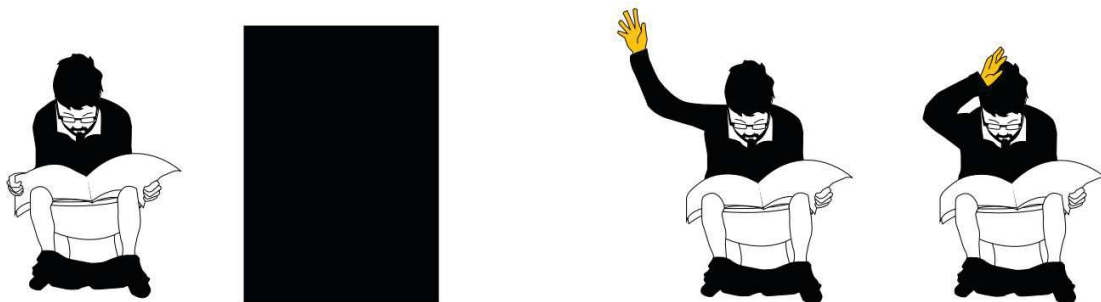


Fig. 11 Extrait de l'ouvrage *Curious Rituals*

Le design fiction est donc régulièrement comparé au design thinking. Sa pratique actuelle le rapproche dangereusement des limites aujourd’hui associées au design thinking. Les praticiens du design fiction utilisent des méthodes esthétiques et rhétoriques pour éviter cette appropriation destructrice. En misant sur l'esthétique et la rhétorique, le design fiction semble également se détacher du fondement même du design : la confrontation à la matière.

2.3.3 Design fiction, est-ce encore du design ?

Le design est une “discipline du projet apparue au XXème siècle, d’abord sous la forme du design industriel”. Stéphane Vial identifie la crise de 1990 comme une crise de renouveau du design qui lui permet d’intégrer de “nouvelles formes de design¹⁰²”. Il trouverait dans le design radical italien des années 60 les origines de cette crise. C’est à partir d’une exposition en 1966 que le design et ses productions entre arts et mobiliers, que naît ce que nous appelons le «design radical». C’est à la base les architectes du collectif Archigram qui mettent en question la pertinence du modèle consumériste émergent et de plus en plus

¹⁰¹ Nova Nicolas, Miyake Katherine, Chiu Walton, Kwon Nancy, «Curious rituals, gestural interaction in the digital everyday», *Near Future Laboratory*, [En ligne], <http://curiousrituals.nearfuturelaboratory.com>

¹⁰² Vial Stéphane, *Le design*, coll. Que sais-je, Paris, PUF, 2017, P.11

prégnant. Les penseurs principaux Alessandro Mendini, Ettore Sottsass, ou Andrea Branzi, déjà reconnus alors, sont les chefs de file de ce mouvement. Le mélange des disciplines artistiques et conceptuelles de cette époque seront également le terreau de l'émergence de la pensée selon laquelle le design, la conception, peut critiquer la société de consommation avec ironie. En jouant avec les formes pour montrer la criticabilité de la société, en rendant l'objet inutile, ces designers poussent une nouvelle forme de design : le design radical.

Le design dit « spéculatif » est associé à James Auger, enseignant au Royal college of Arts au Royaume-uni. Sa pratique se veut, dans la lignée du design radical italien, détaché des principes capitalistes et utilise la fiction comme outil «spéculatif» sur des objets et mondes potentiels. Le design fiction quant à lui serait un terme provenant de Bruce Sterling en 2005, popularisé par Julian Bleecker trois ans après. En 2013, l'ouvrage *Speculative Everything* fixe le terme dans les usages et la pratique.

Ces formes de design en ouvrent la définition. Stéphane Vial compile formes du design comme appartenants à “ la famille des disciplines du projet, que d'autres appellent “régimes de la conception”. Parmi elles, nous pouvons énumérer l'architecture, les arts décoratifs, le design industriel, l'ingénierie. Il n'est pas certain, cependant qu'il existe des “caractéristiques universelles de la conception”, car toutes ces disciplines sont justement des cultures particulières de la conception, c'est-à-dire qu'elles envisagent chacune l'acte de concevoir différemment, en suivant des principes, des méthodes et des valeurs qui leur sont propres, et qui sont irréductibles à des universaux¹⁰³.”

Le design est souvent défini par le fait de concevoir c'est à dire “le fait de modéliser une idée complexe en vue de sa réalisation matérielle, grandeur nature, et le fait de planifier méthodiquement sa mise en oeuvre.” et aspire à des qualités propres visant à “aider l'homme à progresser¹⁰⁴”. A première vue donc, le design fiction n'a pas pour finalité la production d'objets physiques mais d'imaginaires, il semblerait qu'il ne puisse être considéré totalement comme du design tel qu'il est défini par Stéphane Vial.

Le design par son historique brosse un champ d'application très large toujours lié au projet et à la réalisation utilitaire. Le design fiction a une position ambiguë dans le design car il n'inclue pas une réalisation concrète et utilisable à court terme de ses créations. C'est ce que déplore Anthony Masure en indiquant l'adéquation entre la finalité du design fiction et celle du design «Est-ce du design, ou de la fiction de ce qu'est le design ? La capacité d'intervention du designer, celle de transformer le monde, court alors le risque d'être précisément niée par ce mot même de fiction. Cela ne veut pas dire qu'il faut tout rejeter dans le design fiction, mais cela ne doit pas être la finalité. Le problème c'est que si cela finit « uniquement » dans une

¹⁰³ Vial Stéphane, *Le design*, coll. Que sais-je, Paris, PUF, 2017, P.16

¹⁰⁴ Ibid. P.26-28

galerie, sur un site Web, dans un livre, c'est séduisant, mais quid du caractère (potentiellement) opérationnel du design dans tout cela ?».

Le design fiction, tel que défini, dans l'ouvrage *Speculative Everything, Design, Fiction, and Social Dreaming*¹⁰⁵ se distingue en effet d'une pratique du design antérieur. Par leur schéma A/B, Dunne et Raby posent les bases de ce qu'est et surtout de ce que n'est pas le design fiction.

[a]	[b]
affirmative	critical
problem solving	problem finding
design as process	design as medium
provides answers	asks questions
in the service of industry	in the service of society
for how the world is	for how the world could be
science fiction	social fiction
futures	parallel worlds
fictional functions	functional fictions
change the world to suit us	change us to suit the world
narratives of production	narratives of consumption
anti-art	applied art
research for design	research through design
applications	implications
design for production	design for debate
fun	satire
concept design	conceptual design
consumer	citizen
user	person
training	education
makes us buy	makes us think
innovation	provocation
ergonomics	rhetoric

- A/B Manifesto,
2013
Dunne & Raby

Fig. 12 A/B, Extrait de l'ouvrage *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*

Selon Stéphane Vial et ses définitions dans l'ouvrage *Que sais-je: Le design*, le design fiction appartient plus volontiers à la recherche en design qu'au design lui-même car envisage la «possibilité qu'une activité de recherche puisse se limiter à «des résultats uniquement sous forme d'artefacts¹⁰⁶».

Les extensions de la définition du design donnent au design fiction une place dans sa palette, considérant qu'il s'agit de recherche en design et non de design appliqué et lié à la matière comme il est défini initialement.

Notre deuxième hypothèse selon laquelle le design fiction peut être une réponse à ces représentations du futur grâce à la prise de pouvoir sur l'élaboration des récits au sein des entreprises se voit validée partiellement. En effet, bien que les ateliers de design fiction représentent en entreprise un espace-temps particulier de débat et d'expression quant au

¹⁰⁵ Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014

¹⁰⁶ Ibid., p.112

futur, on ne peut cependant pas vraiment parler de prise de pouvoir dans le sens où les productions ont ensuite un effet très limité dans l'entreprise.

3. Les récits de fiction : outils de mobilisation ?

Dans cette dernière partie nous allons confronter notre troisième hypothèse : les imaginaires du futur sont les moteurs de l'action et qu'ils doivent être renouvelés pour encourager la prise de pouvoir. D'un point de vue méthodologique, afin de valider ou invalider cette hypothèse, nous l'avons confronté à des entretiens ainsi qu'à des observations in-situ. Dans cette troisième partie nous verrons en quoi les récits collectifs sont liés à l'histoire de l'humanité et nous verrons comment repenser les imaginaires du futur doivent être repensés pour encourager un passage à l'action face aux défis à venir.

3.1 Diégétiser le monde pour le comprendre, un pouvoir social

Le design fiction est souvent défini par son processus diégétique. Le principe de diégétiser est celui de construire un monde mentalement, «je diégétise chaque fois que je construis mentalement un monde et ceci quelle que soit la nature de la stimulation de départ : un roman, un reportage dans mon journal quotidien, un texte historique, un morceau de musique qui m'évoque tel ou tel espace-temps, etc¹⁰⁷». Afin d'étudier la portée de ces représentations du monde nous verrons en quoi les récits sont constitutifs de nos sociétés et en quoi ils contribuent à un maintien de l'ordre social.

3.1.1 Représentations du monde par la mise en récit : de la mythologie grecque au récit social

Raconter le monde est une tradition humaine dont nous pouvons tracer l'existence par des écrits ou des représentations du monde visibles. Nous pensons souvent aux mythologies, ensemble de récits mêlant des figures humaines et des figures divines interagissant ensemble via un ensemble de phénomènes. La mythologie grecque est un exemple parlant de mise en récit du monde et d'interprétation de ses phénomènes naturels par une surcouche d'explications provenant de l'action divine. Nous pensons par exemple au pouvoir de contrôle de la foudre associé à Zeus ou l'apparition des tempêtes à Poséidon. Ainsi les mythes permettaient par une explication non scientifique mais compréhensible de l'explication des mystères qui entourent le monde. La force symbolique de ces récits apporte donc une forme d'explication et donc de réponses aux mystères et angoisses des incompréhensions. Cette capacité à diégétiser, à mettre en récit, est une capacité que l'on retrouve dans de nombreuses cultures humaines : il existe en effet des mythologies provenant de continents, peuples, tribus etc.. Plus récemment, nous retrouvons dans des productions comme le jeu vidéo cette notion de mondes complets et complexes ayant leurs

¹⁰⁷ Odin Roger, *De la fiction*, Louvain-la-neuve/Paris, De Boeck Supérieur, 2000, p.17-23

propres règles internes. Dans une conférence à l'événement Lab Postal, Anne Blondel-jouin, responsable de l'open innovation chez Ubisoft indique qu'Ubisoft se donne pour exigence d'imaginer des mondes qui sont cohérents selon leur propre mythologie, il faut que le joueur arrive dans un monde fictif et qu'il ait l'impression que ce monde ne l'ait pas attendu pour exister, qu'il fonctionne de façon parallèle avec ses propres règles. François Flahault, philosophe et anthropologue français, indique cette nécessité, ce «temps réel» de la fiction, permettant de construire des ponts de sens entre réalité et interprétations : «Le temps du récit de fiction est donc un temps réel dans lequel on se trouve réellement installé dans un certain régime intersubjectif, et au cours duquel sont réellement évoquées dans la conscience une succession de représentations. À cet égard, «contes, romans ou films sont, comme tous les objets culturels (calendrier, monnaie, lois, usages, manières de se vêtir, etc.), à la fois réalité et fiction¹⁰⁸».

Nous retrouvons dans cette citation ce que Kant appelle des fictions heuristiques des constructions conceptuelles permettant d'interpréter la réalité¹⁰⁹» comme le suggère l'origine étymologique du terme fiction, du latin *fingere* qui signifie façonner, imaginer. Le cerveau humain a une capacité intense à interpréter le monde comme le résume Romain Gary dans son ouvrage *Adieu Gary Cooper* , « On croit toujours qu'elles en ont lourd sur le cœur les mouettes, alors que ça ne veut rien dire du tout, c'est votre psychologie qui vous fait cet effet-là. On voit partout des trucs qui n'existent pas, c'est chez vous que ça se passe, on devient une espèce de ventriloque qui fait parler les choses, les mouettes, le ciel, le vent, tout, quoi...¹¹⁰».

Cette «immersion fictionnelle» a été caractérisée par Jean-Marie Schaeffer, aujourd'hui directeur d'étude à l'EHESS et directeur de recherche au CNRS dans son ouvrage *Pourquoi la fiction ?* ¹¹¹. Il y indique notamment la notion d' «immersion affective» puissante permettant au lecteur de se sentir «à la place de». Cette personnalisation du récit n'est pas sans rappeler la capacité d'empathie du cerveau humain, notamment expliqué par les neurones miroirs¹¹², qui saurait expliquer aussi la puissance d'action qu'ont eu et qu'ont toujours les récits dans notre histoire.

Nous distinguons cependant dans l'apport du design fiction, une construction de mondes qui se rapproche d'une approche sémantique de la fiction, selon laquelle «les univers fictifs sont

¹⁰⁸ Flahault François, François Flahault, « Récits de fiction et représentations partagées », L'Homme, janvier 2007 [En ligne], <http://journals.openedition.org/lhomme/29500>

¹⁰⁹ Jenny Laurent, «La fiction», 2003, [En ligne], <https://www.unige.ch/lettres/framo/enseignements/methodes/fiction/fiintegr.html>

¹¹⁰ Gary Romain, *Adieu Gary Cooper* , Paris, Gallimard, 1998

¹¹¹ Schaeffer Jean-marie, *Pourquoi la fiction ?* , Paris, Le Seuil, coll. Poétique, 1999, p.182-187

¹¹² Les neurones miroirs sont une catégorie de neurones qui s'activent de la même manière que l'on soit l'acteur d'une action ou que l'on soit observateur d'une action chez un congénère. Cette découverte a mis en évidence notre capacité à faire preuve d'empathie, à se mettre à la place de, et notre capacité cognitive et intrinsèque à faire partie d'un corps social affectif.

des univers *secondaires*; ils ne sont pas pensables indépendamment d'un premier monde, réel, sur lequel ils s'appuient¹¹³». La sémantique de la fiction s'intéresse aux frontières de la fiction, à la dimension et à la structure des mondes fictionnels.

Nous retrouvons dans la littérature d'étude des processus de fiction, la notion de mondes possibles qui n'est pas sans rappeler la sémantique utilisée dans l'approche du design fiction. Ces mondes possibles permettent de «Décrire les propriétés particulières de ces mondes imaginaires, et leurs liens avec le monde réel.¹¹⁴»

Cette notion de Mondes possibles, associée à David Lewis, philosophe américain, permet de concevoir les récits de fiction, non comme des récits de mondes invraisemblables mais comme des mondes possibles, comme un énoncé fictionnel n'est pas faux, mais simplement possible dans un autre monde. Une entité fictionnelle aurait donc un référent dans un monde possible¹¹⁵». La vérité de la fiction en fait donc une vérité possible. Cet élément rend la fiction particulièrement intéressante dans un processus de projection personnelle et collective et dans un processus de design fiction permettant l'accapuration de son public à sa potentielle réalité devenant ainsi des «modes d'exploration de nos habitudes mentales, de nos jeux de langage capables d'enrichir notre compréhension et notre expérience pratique¹¹⁶».

Ainsi, la fiction devient un parallèle avec notre monde actuel, permettant de le mettre en perspective et de le mettre en débat, donnant à voir une alternative à laquelle se référer. Ainsi il devient nécessaire de confronter une représentation de l'expérience du monde avec celle proposée par les fictions, et notamment les fictions dystopiques, les anormalités, pour en comprendre un ensemble : « Si nous voulons apprendre quelque chose de réellement profond, nous devons l'étudier non dans sa forme « normale », régulière, usuelle, mais dans son état critique, dans la fièvre, dans la passion. Si vous voulez connaître le corps normalement sain, étudiez-le quand il est anormal, quand il est malade. Si vous voulez connaître les polyèdres quelconques, étudiez ceux qui sont originaux¹¹⁷».

Les récits de fiction donnent donc à voir une vision d'un monde possible que nos cerveaux n'ont aucune peine à s'approprier de par nos habitudes structurantes du récit que nous utilisons et qu'ont utilisé nos ancêtres à la fois pour le comprendre mais également pour comprendre l'emprise possible que nous pouvons y avoir. Les récits forment donc une interprétation idéologique du monde, des «fabrication de sens¹¹⁸» commune et associées à des populations.

¹¹³ Jenny Laurent, «La fiction», 2003, [En ligne], <https://www.unige.ch/lettres/framo/enseignements/methodes/fiction/fiintegr.html>

¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ Ibid.

¹¹⁶ Murzili Nancy, «La fiction ou l'expérimentation des possibles», *Fabula*, Université de Provence, [En ligne], <https://www.fabula.org/effet/interventions/11.php>

¹¹⁷ Lakatos Imre, «Proofs and Refutations», Cambridge, Cambridge University of Press, 1976, p. 23

¹¹⁸ Jenny Laurent, «La fiction», 2003, [En ligne], <https://www.unige.ch/lettres/framo/enseignements/methodes/fiction/fiintegr.html>

Ces fabrications de sens communes ont donc des racines profondes dans notre histoire et nous permettent de donner un sens au monde. Au-delà ils permettent de faire groupe et assurent une cohésion sociale via un investissement dans l'immatériel.

3.1.2 Investir dans l'immatériel pour le maintien de l'ordre social

Les récits communs et indiquant une certaine interprétation du monde sont également intéressants pour les représentations collectives qu'ils induisent et pour la cohésion qu'ils entraînent. La constitution de récits communs de réussite pousse à avancer dans une direction commune. L'ouvrage *L'innovation ordinaire* de Norbert Alter étudie les processus de production, de financement et de croyances liés à l'innovation dans les entreprises. Ce terrain est intéressant à rapprocher de notre étude sur les récits du futur car ces deux cas se rapprochent par leur nécessité d'action dans une logique d'incertitudes : dans les deux cas, les acteurs doivent avancer, prospecter et construire sans savoir de quoi sera fait l'avenir. Norbert Alter convoque alors les récits associés au processus d'innovation, souvent lié à une meilleure productivité ou encore une gratification sociale de sentiment de faire ce qu'il y a à faire.

Ces processus découlent d'un processus de cohésion sociale et de représentations de ce que doit être l'innovation. Norbert Alter cite par l'exemple de la mise en place d'un projet informatique dont l'opérateur ne sait rien de son efficacité et indique qu'il s'inscrit dans l'«entretien du système de croyances tout en étant parfaitement conscient de son caractère non logique. Parce qu'il sait que le social avec lequel il doit composer (les modalités de justification de l'investissement) suppose de mettre en oeuvre un code apparemment logique, pour des opérations non logiques»¹¹⁹. Dans ce sens, il apparaît que les croyances collectives peuvent donc encourager un système de valeurs au mieux infructueux, au pire mauvais, mais ce qui est intéressant dans cet exemple, c'est la capacité à faire corps pour le maintien de la croyance. Cette notion s'articule avec celle de corps social, de récits communs pour faire oeuvre et avancer. Yves Citton parle d'«incrédulité réfléchie» et cite les «faitiches» de Bruno Latour et indique « à quel point la croyance est indispensable à toute action collective et à quel point cette croyance n'est jamais pleine ni absolue, mais toujours hantée (voire animée) par un fond d'incrédulité réfléchie¹²⁰».

La fiction et les codes sociaux qu'elle engendre ont donc un impact fort et sur les représentations collectives et sur la façon de faire corps en société. Infusant nos

¹¹⁹ Alter Norbert, *L'innovation ordinaire* [2000], Paris, PUF, 2003 p.33-35

¹²⁰ Citton Yves, *À travers la fiction. Forces de l'image, de l'exemple et de la merveille*, vol. 54, Paris, Revue Vacarme, 2011, p.16-19

représentations du monde, les fictions pourraient être de forts leviers de passages à l'action face aux incertitudes de l'avenir.

3.2 Repenser les imaginaires du futur pour mieux l'appréhender

Les imaginaires du futur vus en première partie annoncent un futur tourné vers un progrès technologiques exponentiel, un effondrement annoncé et plus globalement un rétrécissement de ses possibles. Ces imaginaires doivent être renouvelés pour faciliter cette appréhension du futur. Cela passe premièrement par un changement de paradigme des représentations du futur puis par un pari sur l'imaginaire.

3.3.1 Changer le paradigme des représentations du futur : de *Black Mirror* à *Bright Mirror*

Dans la pop culture actuelle, une production revient souvent dans les mémoires quant à la représentation du futur : la série *Black Mirror*. Les épisodes de *Black Mirror* ne partagent pas tous une temporalité commune. En effet, bien que certains donnent à voir les limites de technologies encore inexistantes voire parfois impensables aujourd'hui¹²¹, certains épisodes se placent comme des réalités alternatives à la nôtre et dans laquelle des technologies et leurs usages¹²² sont poussées à l'extrême. Quoiqu'il en soit, les épisodes de *Black Mirror* ont en commun de proposer des mondes possibles plutôt dystopiques et sont souvent associés à un futur ou à des dérives du présent. La force de *Black Mirror* est de proposer des alternatives dans un monde qui ressemble au nôtre, bien loin des représentations clichées du futur, et en cela, cette série présente des mondes possibles souvent non désirables. En réponse à cet élément culturel fort et très répandu qu'est *Black Mirror*, l'agence BlueNove a choisi de lancer un projet dont la dénomination s'inscrit en opposition positive à la série susnommée : Bright Mirror.

Le projet Bright Mirror a démarré lors d'une soirée organisée par le cabinet de conseil Bluenove le 15 février 2018. L'idée de départ était de réunir des personnes différentes autour de l'écriture de micronouvelles donnant à voir un futur enthousiasmant. Ce projet a aussi donné lieu à une plateforme en ligne pouvant accueillir les micronouvelles du futur de toute personne, quelle que soit sa langue. Depuis plus d'un an, ce projet a fait du chemin et a rassemblé «plus de 2 000 citoyens ou collaborateurs d'organisation publiques ou privées qui ont collectivement écrit près de 2 000 micronouvelles sur des thèmes aussi divers que l'éducation, la démocratie ou le service public de demain¹²³». Le magazine *Usbek & Rica* a

¹²¹ *Black Mirror*, «White Christmas», épisode hors saison, 2015

¹²² *Black mirror*, «Nosedive», épisode 1, saison 3, 2016

¹²³ Brachet Antoine, Berriche Manon, «Continuons à écrire un futur utopique», Paris, *Usbek & Rica*, 2 février 2019, [En ligne], <https://usbeketrica.com/article/bright-mirror-ecrire-futur-utopique>

publié vingt de ces nouvelles sur son site internet et l'on peut y découvrir, entre autres, les concepts de «journée alternative déconnexion¹²⁴» que les citoyens doivent faire à la campagne, le recensement d'humains non-augmentés¹²⁵ ou encore les risques communautaristes chez les robots¹²⁶. Ce pari sur la capacité d'imagination et de poésie du grand public a inspiré ensuite une sollicitation pour l'analyse des productions du Grand débat par le cabinet.

Cet exemple, encore assez unique mais qui a eu une influence assez notable, montre une tendance récente à la nécessité de production d'imaginaires dits positifs pour contrecarrer la profusion de scénarios dystopiques plus simples à écrire selon Claude Roy, poète français, «Les gens heureux n'ont pas d'histoires¹²⁷».

Cette nécessité d'inspirer une vision plus positive du monde et de l'avenir se retrouve également dans de récentes annonces d'entreprises qui ont changé leur *raison d'être*. L'exemple de la MAIF est assez parlant car l'entreprise a changé récemment sa raison d'être car «*Convaincus que seule une attention sincère portée à l'autre et au monde permet de garantir un réel mieux commun, nous la plaçons au cœur de chacun de nos engagements et de chacune de nos actions*» réaffirmant là sa signature d'«*assureur militant*». Ce changement s'inscrit en concordance avec le vote de la loi PACTE. Parmi les objectifs de cette loi, nous retrouvons la volonté de redéfinir «*la place de l'entreprise dans la société en affirmant son rôle social et environnemental [...] le projet de loi réaffirme le rôle central de l'entreprise dans la société en modifiant le code civil et le code de commerce pour engager les sociétés à prendre en considération les enjeux sociaux et environnementaux dans leur activité et reconnaître la possibilité à celles qui le souhaitent de définir la raison d'être de l'entreprise dans leurs statuts*¹²⁸». L'ambition tournée vers le «social et environnemental» est également lié à la nécessité d'attirer des citoyens, potentiels collaborateurs mais également consommateurs de demain avides de projets de grandes envergures et de récits. Les entreprises deviennent donc également des productrices de représentations du futur et de scénarios sur elles-mêmes et par cette loi PACTE, sur la société dans un sens plus large.

En changeant le paradigme des représentations du futur et en passant de «black» à «bright» et ce par des acteurs tels que les acteurs économiques, on assiste à un changement

¹²⁴ «#Brightmirror, saison 2, chapitre 4 : réinventer la société», Paris, *Usbek & Rica*, 17 août 2018, [En ligne] <https://usbeketrica.com/article/brightmirror-saison-2-chapitre-4-reinventer-la-societe>

¹²⁵ «#Brightmirror, chapitre 4 'le corps et l'esprit'», Paris, *Usbek & Rica*, 11 mai 2018, [En ligne] <https://usbeketrica.com/article/brightmirror-chapitre-4-le-corps-et-l-esprit>

¹²⁶ «#Brightmirror, saison 3, épisode 4 :réunion de citoyens engagés en 2050', Paris, *Usbek & Rica*, 1er mars 2019, [En ligne] <https://usbeketrica.com/article/bright-mirror-renion-citoyens-engages-2050>

¹²⁷ Roy Claude, *Le malheur d'aimer*, Paris, Gallimard, 1974

¹²⁸ Loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises, [En ligne] <https://www.legifrance.gouv.fr/affichLoiPubliee.do?idDocument=JORFDOLE000037080861&type=general&legislature=15>

d'échelle intéressant. Ce changement d'échelle peut être un point de départ pour un changement de l'imaginaire du futur

3.3.2 Parier sur l'imaginaire pour changer le monde

Se dessine petit à petit la nécessité de changer nos représentations du futur pour y faire face et pour en devenir un acteur. Il est cependant amusant de constater à quel point il y a un paradoxe entre les voyages dans le temps que nous voyons dans les films et la représentation de notre impact sur le futur. Un tweet résume simplement ce paradoxe en indiquant «j'y pensais l'autre jour, dans les films de voyage dans le temps, tout le monde pense qu'un tout petit changement peut tout perturber et créer un changement massif dans le futur, mais dans la vraie vie personne ne pense qu'un seul petit changement peut faire la différence¹²⁹». Ce paradoxe est assez évocateur de notre capacité à croire à un effet papillon uniquement lorsqu'il concerne le passé, or basiquement, le présent est le passé du futur et un petit geste aujourd'hui pourrait avoir un impact plus grand demain.

Nous connaissons la puissance du récit, des productions audiovisuelles, des grands discours sur notre Humanité comme le résume bien Jacques Audiberti, écrivain et poète français, qui décrit dans *Le mur du fond*¹³⁰, la force du spectacle sur son public : «Il fallait voir les spectateurs sortir du spectacle - sortir d'eux-mêmes... raides, verticaux, ils allaient dans la rue comme des revenants. La congestion mentale leur carminait la pommette. Arrachés à la norme de l'enchantement, ils marchaient dans du velours sans plier la rotule. Rendus au relief de leur vie, ils demandaient quelque temps pour s'exonérer de l'héroïsme par personne interposée où les acteurs de l'écran les avaient incarnés en les désincarnant». La fiction et ses représentations ont donc ce pouvoir fort d'agir sur l'individu et physiquement et émotionnellement ; les récits de nos représentations collectives auraient donc un pouvoir performatif fort sur notre mise en action. Yves Citton parle même de l'espoir que représentent ces constitutions de récits : «Si on peut espérer que certaines fictions aident à nous faire imaginer un autre monde possible, c'est sur ce frayage de l'invention imaginante que repose cet espoir¹³¹». Il faut maintenant faire toute la preuve de notre humanité et, car la formule est belle, «envoûter les gens avec de la poésie¹³²».

¹²⁹ Cf. tweet annexe 9

¹³⁰ Audiberti Jacques, *Le Mur du fond*, Ecrits sur le cinéma, Paris, Cahiers du cinéma, coll. Essais, 1996

¹³¹ Citton Yves, *À travers la fiction. Forces de l'image, de l'exemple et de la merveille*, vol. 54, Paris, Revue Vacarme, 2011, p.16-19

¹³² Lucchese Vincent, « L'effondrement peut-il être une utopie pour sauver la planète ? », en présence de Delphine Batho, Jean-Pierre Goux et Cyril Dion, Paris, *Usbek & Rica Podcast*, 18 mars 2019, [En ligne], <https://podcasts.usbeketrica.com/article/effondrement-utopie-pour-sauver-la-planete>

Il existe aujourd'hui des récits du futur enthousiasmants, nous pensons notamment à l'ouvrage *Ecotopia*¹³³, première utopie écologiste publiée en 1990. C'est également un projet porté par le réseau mondial *Plurality University Network* initié par Daniel Kaplan. Ce réseau part du principe qu'il y a pléthore de représentations du futur différenciantes partout dans le monde, et qu'il doit «les découvrir et les faire découvrir, ainsi que d'organiser l'échange entre ces pratiques et ces visions du futur [...] Nous avons besoin d'une multiplicité de récits et autres productions imaginaires, issues de tous les points cardinaux d'un monde multipolaire¹³⁴». Plus récemment nous avons vu la programmation d'un événement au nom évocateur «Pour changer le monde commençons par le raconter autrement» organisé par le forum Convergence¹³⁵ avec l'entreprise Sparknews¹³⁶. C'est surtout la nature de nos récits qui doit être amené à changer, et par là notre représentation de nous-mêmes comme l'indique George Marshall, «je suis de plus en plus convaincu que la vraie bataille qui débouchera sur une action de masse ne pourra pas être remportée à l'aide d'histoires de lutte et que nous devons au contraire trouver des récits fondés sur la coopération, sur nos intérêts mutuels et sur notre humanité commune¹³⁷».

Sur cette question des récits et des représentations du futur, Arthur Keller identifie les quatre façons de penser le futur dans notre monde fini. Il identifie d'abord une pensée dite «illimitiste» selon laquelle la biocapacité n'a aucune limite et notre potentiel de croissance est illimité. S'en suit la pensée dite «soutenabiliste» selon laquelle notre empreinte écologique va atteindre une limite et augmenter moins vite. Cette vision se positionne toujours dans une logique de croissance. Une autre pensée est celle de la «décroissance croissante» selon laquelle nous avons déjà dépassé la biocapacité de la Terre et qu'il faut donc décroître pour éviter un phénomène exponentiel d'aggravation et ceci en préservant la croissance économique. Dernièrement, la pensée «effondriste» considère que c'est la biocapacité qui va décroître, car elle est trop sollicitée. En descendant très rapidement elle contraindra notre empreinte écologique à décroître très rapidement. Selon Arthur Keller et comme vu précédemment, c'est l'imaginaire de l'effondrement qui est le seul réaliste et compatible avec la réalité de notre empreinte écologique et de la biocapacité¹³⁸. Il explique également que nous avons le pouvoir d'agir sur ces courbes et d'engendrer une décroissance plus douce

¹³³ Callenbach Ernest, *Ecotopia*, New York, Bantam Books, 1990

¹³⁴ *Plurality University Network*, [En ligne], <https://www.plurality-university.org>

¹³⁵ Le forum Convergence est un événement qui regroupe des «professionnels pour échanger sur les solutions innovantes de lutte contre la pauvreté et la précarité dans le monde», [En ligne], <http://www.convergences.org/forum-mondial/>

¹³⁶ Sparknews est une entreprise de l'économie sociale et solidaire dont la mission est «Pour construire un monde meilleur, commençons par le raconter autrement, et valorisons les initiatives à impact positif pour restaurer la confiance et redonner l'envie d'agir», [En ligne], <https://www.sparknews.com>

¹³⁷ Marshall George, *Le syndrome de l'autruche, pourquoi notre cerveau veut ignorer le changement climatique*, Arles, Actes Sud, 2017

¹³⁸ Clément Montfort, «Effondrement : le seul scénario réaliste ? Par Arthur Keller - S02 E04 - [NEXT]», *Youtube.com*, 20 juin 2019, [En ligne], <https://www.youtube.com/watch?v=kLzNPEjHHb8>

seulement si nous attendons le moment où la décroissance sera une nécessité. Les récits doivent dès maintenant préparer culturellement à ce futur et le rendre désirable, «Il faut peupler ce futur de choses qui font envie pour qu'on veuille y aller ¹³⁹». Le rétrécissement des possibles entraîne une perte de repère et cela est particulièrement vrai dans notre modèle économique Occidental capitaliste.

Le récit est organique et se forme, se déforme dans les populations humaines. En période de crise, ce sont aussi des récits qui se forment mais ce sont souvent des récits guerriers, de repli sur soi et de violence envers une catégorie de population. Connaissant cette tendance humaine, il nous faut également produire des récits constructifs et encourageant une société durable et non-destructrice. Arthur Keller identifie les quatre éléments nécessaires à la production de ces nouveaux récits et fiction du futur¹⁴⁰ : Le premier élément est que ces récits doivent prendre en compte la décroissance énergétique et matérielle afin d'être réaliste avec les enjeux de biocapacité. Deuxièmement, ces récits doivent présenter des solutions systémiques et non des réponses technologiques à l'effondrement. Ces récits doivent également proposer une résilience collective digne pour la rendre désirable. L'équilibre avec le vivant doit être respecté et les mécanismes écocides stoppés. Arthur Keller nous propose quatre éléments étendards qui selon lui feront les récits et le monde de demain. Il est intéressant de constater que ces quatre éléments ne coïncident pas, aujourd'hui avec les visions majoritaires du futur déclinées en première partie de cette recherche. C'est donc un véritable changement de paradigme qu'il faut opérer en l'espérant performatif. Pour cela, nos expertises actuelles qui fonctionnent dans notre monde en croissance nous seront utiles, Cyril Dion évoque notamment le savoir faire de la publicité pour donner envie. Arthur Keller met cependant en garde sur le passage à l'action afin de ne pas seulement rester dans des récits, et cela rejoint les mots d'Anthony Masure qui mettait en garde sur le rôle du designer. D'ailleurs, le design et sa capacité à penser en système et en usage sera un outil formidable pour construire ce monde décroissant s'il l'inclut dans ses conceptions. Ainsi pour résumer à propos des voitures volantes : «Techniquement, ce ne sont pas des voitures performantes, ni de bons avions. De plus, il est bien plus simple et moins coûteux de prendre un vol de ligne puis de louer une voiture à l'arrivée¹⁴¹».

¹³⁹ Lucchese Vincent, « L'effondrement peut-il être une utopie pour sauver la planète ? », en présence de Delphine Batho, Jean-Pierre Goux et Cyril Dion, Paris, *Usbek & Rica Podcast*, 18 mars 2019, [En ligne], <https://podcasts.usbeketrica.com/article/effondrement-utopie-pour-sauver-la-planete>

¹⁴⁰ Keller Arthur, «[Soirée nouveaux récits] Pour changer le monde, commençons par le raconter autrement», Paris, *Forum Mondial Convergences*, conférence du 5 septembre 2019

¹⁴¹Nova Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, entretien de Patrick Gyger directeur du lieu unique à Nantes et auteur de l'ouvrage *Les voitures volantes : souvenirs d'un futur rêvé*, format Kindle, Bordeaux, Les Moutons électriques, 2014

Notre troisième hypothèse selon laquelle les imaginaires du futur sont les moteurs de l'action et qu'ils doivent être renouvelés pour encourager la prise de pouvoir est validée partiellement. Nous avons montré la puissance du récit et en quoi il permet de faire corps et action commune. Cependant ces récits du futur durables doivent encore être écrits et racontés et notre terrain ne nous permet pas de valider cette hypothèse.

Conclusion

En définitive, le design fiction est une pratique invoquant un large panel de représentations et réactions. Il questionne nos représentations du futur mais également de nous même et de notre capacité à croire en l'impact de nos actions. Comme nous l'avons vu c'est une pratique assez jeune qui est cependant déjà reprise en entreprise et ce parfois à l'encontre de ses principes originels.

Notre question de départ indiquait : Dans quelle mesure le design fiction est une approche permettant de répondre aux craintes liées au futur et permet par un effet performatif d'engager à l'action ? Cette question imbriquait la notion de représentations du futur et du passage à l'action par la pratique du design fiction. Nous avons vu dans notre démonstration que le design fiction pouvait être une des réponses possible pour la construction de nouveaux récits mais que cette pratique pouvait également être enrichie par des apports de disciplines et d'horizons ouverts.

Afin de répondre à cette question, nous avons identifié trois hypothèses structurantes pour notre démonstration. Notre première hypothèse selon laquelle nos représentations du futur en façonnant la crainte nous a permis de faire un tour d'horizon des représentations du futur les plus courantes aujourd'hui et de nous rendre compte de la multiplicité des croyances et projections qu'ils suscitent. Une représentation du futur n'est jamais neutre et cette représentation est souvent accolée à une idée politique, une réflexion échelle société rendant particulièrement complexe sa déconstruction. En effet, considérer que le progrès technologique est un but à atteindre s'inscrit particulièrement dans une logique capitaliste là où des représentations liées à l'effondrement semblent se rapprocher d'une critique du capitalisme comparable au mouvement de la Décroissance. Matière pouvant être considéré comme étant une simple forme de divertissement, la science-fiction elle aussi véhicule son lot de représentations de la société et de critiques. En bref, nos représentations du futur et surtout notre état d'esprit face à lui imbrique bien plus que de simples idées et encapsulent également nos représentations et idéologies du présent. Nous vivons dans une époque qui influe sur nos représentations entre accélération et décroissance. Liées à des idéologies politiques nos représentations du futur sont toujours pétries d'angoisse et d'espoir sur le présent.

Notre deuxième hypothèse selon laquelle le design fiction peut être une réponse à ces représentations du futur grâce à la prise de pouvoir sur l'élaboration des récits au sein des entreprises nous a permis, à partir de nos entretiens et études au sein de la MAIF, de se

représenter les attendus liés à la pratique du design fiction et les détournements qu'elle a subi. Il est particulièrement intéressant de voir à quel point une pratique est vite détournée de ses objectifs premiers et ce notamment dans le cadre de séminaires d'entreprise, conçus comme des parenthèses au quotidien de travail. Par leurs pratiques, nos interrogés ont chacun pu démontrer leur intérêt à l'utilisation de cette pratique et l'on voit qu'elle ne sert pas le même dessein. Les espaces-temps particuliers que représentent les ateliers de design fiction sont intéressants car ils convoquent les représentations du futur, et donc angoisses et espoirs, des salariés. Dans un contexte d'entreprise, il est étonnant de voir à quel point les réactions qui révèlent ces représentations sont encouragées et utilisées parfois même pour en produire la stratégie. Questionner la pratique du design fiction dans les entreprises nous a également permis de réfléchir à la place du design dans les organisations et aux potentiels accordés. Cette deuxième hypothèse s'est vue invalider partiellement car notre terrain ne nous a pas permis d'établir un lien direct entre productions liées à un atelier de design fiction et la prise de pouvoir par les participants aux ateliers. Il semblerait que la pratique du design fiction par sa dilution en entreprise –«Design fiction washing»– en ait également dilué les principes fondateurs.

Notre troisième hypothèse selon laquelle les imaginaires du futur sont les moteurs de l'action et qu'ils doivent être renouvelés pour encourager la prise de pouvoir nous a permis de nous plonger dans les mécanismes sociaux des groupes humains et de comprendre l'importance de la couche d'imaginaires dans ceux-ci. Cette troisième hypothèse s'est vue valider partiellement par manque de preuves encore tangibles sur la force du récit du futur pour adapter son comportement. Nous voyons là que nos représentations du futur vues en première partie ont un pouvoir fort et qu'aujourd'hui il n'y a pas d'imaginaire pouvant les contrebalancer. Cette validation partielle est particulièrement intéressante car elle nous prouve à quel point nos représentations du futur sont liées à nos idéologies au présent et que les récits collectifs aujourd'hui suivent l'idéologie. Peut-être qu'une inversion de cette logique serait bénéfique au renouvellement des imaginaires. Cela permettrait d'engendrer de façon plus précipitée des actions notamment face aux enjeux d'habitabilité de la Terre.

Par l'étude du design fiction, nous avons remué un certain nombre de ses représentations et enjeux propres à notre époque. D'un point de vue plus personnel cette recherche nous a permis de remettre en question nos propres représentations du futur et d'opérer une réflexivité sur notre propre prise de pouvoir quant aux grands enjeux de demain. Nous avons également assisté à la force du débat que soulèvent les interrogations sur nos représentations du futur. Cette volonté du design fiction a été particulièrement intéressante à éprouver dans des cadres informels et amicaux : les angoisses liées au futur sont telles et

notamment dans notre groupe d'âge qu'il a parfois été demandé de changer de sujet, sourcils froncés. D'autres réactions ont révélé un désir fort d'engagement voir de retrait du monde. Cela est révélateur d'une forme de douleur, de difficulté à se positionner face au futur. Le débat peut donc ici avoir son rôle de catharsis libérateur et sans jugement. Le design fiction pourrait prendre cette place dans les années à venir, le détournant légèrement de ses objectifs principaux mais le rendant plus accessible à l'usage.

Cet appel au renouveau des imaginaires se fait de plus en plus présent dans la sphère médiatique et l'on a vu des personnalités comme Arthur Keller de plus en plus partagée sur les réseaux ou de plus en plus invitée au cours d'événements pendant cette recherche. Cela nous montre que cette réflexion sur les imaginaires du futur est en mouvement aujourd'hui. En proposant de redonner le désir des choses simples, les nouveaux écrivains du futur appellent à une forme de «sobriété heureuse¹⁴²», notion chère à Pierre Rabhi. Il est urgent de redonner au quotidien une forme de préciosité propre à une légère contrainte. Les designers par leurs production de produits, services et imaginaires ont un rôle tout particulier à jouer dans cette transition. En empruntant la pensée systémique et liées aux usages des designers, nous pouvons changer le paradigme de notre consommation du monde.

Les imaginaires sont appelés à être renouvelés et notamment en y intégrant les représentations de populations n'ayant que très peu d'espaces dans les sphères médiatiques aujourd'hui. Cette recherche s'est d'ailleurs particulièrement inscrite dans une vision limitée et très occidentale du futur, ce qui en constitue une limite. Des mouvements comme l'*Afrofuturisme* donne à voir une vision du futur différente.

Ces imaginaires du futur doivent donc être collectifs et individuels, inclusifs et performatifs. C'est d'ailleurs l'ambition du projet «Fragments de futur» lancé par le réseau Plurality University Network qui propose à chacun de participer à une fresque commune du futur en proposant sa propre vision du futur qui peut prendre la forme d'un texte, d'une image, d'un vidéo. Cette ambition viendra nourrir nos imaginaires en proposant des fragments d'un futur à venir qu'il nous reste à construire et à vivre.

¹⁴² Rabhi Pierre, *Vers la sobriété heureuse*, Paris, Actes Sud, 2010

Référence bibliographiques

Méthode d'analyse

- Barney Glaser, Anselm A. Strauss, *La découverte de la théorie ancrée. Stratégies pour la recherche qualitative*, Armand Colin, coll. Individu et Société, 2010

Ouvrages

- Alter Norbert, *L'innovation ordinaire* [2000], Paris, PUF, 2003
- Bernheim Aude, Vincent Flora, *L'intelligence artificielle pas sans elle*, Paris, Belin, 2019
- Bublex Alain, During Elie, *Le futur n'existe pas*, Paris, édition B42, 2014
- Cras Sophie, *Gestes spéculatifs*, [2015], [En ligne] <http://journals.openedition.org/critiquedart/25710>
- Dunne Anthony, Raby Fiona, *Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming*, Cambridge, MIT Press, 2014
- Eustache Francis, *La mémoire au futur*, Paris, Le Pommier, Essais et document, 2018
- Fabiani Jean -Louis, Theys Jacques, *La Société vulnérable. Évaluer et maîtriser les risques*, Paris, Presses de l'École Normale Supérieure, 1987
- Flahault François, François Flahault, « Récits de fiction et représentations partagées », *L'Homme*, janvier 2007 [En ligne], <http://journals.openedition.org/lhomme/29500>
- Marshall George, *Le syndrome de l'autruche, pourquoi notre cerveau veut ignorer le changement climatique*, Arles, Actes Sud, 2017
- Meadows Dennis, Meadows Donella, Randers Jorgen, *Les limites à la croissance*, collection Retrouvailles, 1972, [En ligne], <http://parolesdesjours.free.fr/limitescroissance.pdf>
- Minvielle Nicolas, Wathelet Olivier, Masson Anthony, *Jouer avec les futurs, utilisez le design fiction pour faire pivoter votre entreprise*, Pearson France, Montreuil, 2016
- Morozov Evgeny, *The Net Delusion : the darkside of internet freedom*, PublicAffairs, 2010
- Morozov Evgeny, *To Save everything click*, PublicAffairs, 2014
- Nova Nicolas, *Futurs ? La panne des imaginaires technologiques*, format Kindle, Bordeaux, Les Moutons électriques, 2014
- Odin Roger, *De la fiction*, Louvain-la-neuve/Paris, De Boeck Supérieur, 2000
- Kanh Annie, «Gare aux algorithmes machistes !», chronique, Paris, Le Monde, [En ligne], https://www.lemonde.fr/emploi/article/2019/03/06/gare-aux-algorithmes-machistes_5431953_1698637.html
- Renard Jean-Bruno, Legros Patrick, Monneyron Frédéric, Tacussel Patrick, *Sociologie de l'imaginaire*, Paris, Armand Colin, 2006
- Schaeffer Jean-marie, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, Le Seuil, coll. Poétique, 1999

- Servigne Pablo, Stevens Raphaël, *Comment tout peut s'effondrer*, Paris, Seuil, 2015
- Valery Paul, *La crise de l'esprit*, Œuvres I, Paris, NRF-Gallimard, coll. « La Pléiade », 1957
- Vial Stéphane, *Le design*, coll. Que sais-je, Paris, PUF, 2017

Articles scientifiques

- Citton Yves, *À travers la fiction. Forces de l'image, de l'exemple et de la merveille*, vol. 54, Paris, Revue Vacarme, 2011
- Lakatos Imre, «Proofs and Refutations», Cambridge, Cambridge University of Press, 1976
- Schacter Daniel L, Rosa Addis Donna, *Remembering the Past to Imagine the Future: A Cognitive Neuroscience Perspective*, Harvard University, Cambridge, Massachusetts, 2009, [En ligne], http://scholar.harvard.edu/files/schacterlab/files/schacteraddis2009_0.pdf
- Voros Joseph, *A Primer on Futures Studies, Foresight and the Use of Scenarios*, Swinburne University of Technology, the Foresight Bulletin, No 6, December 2001, [En ligne], <https://static1.squarespace.com/static/580c492820099e7e75b9c3b4/t/58abbe7c29687fbaf4a03324/1487650430788/A+Primer+on+Futures+Studies.pdf>

Thèse

- Vidal Bertrand, *Les représentations collectives de l'événement-catastrophe, étude sociologique sur les peurs contemporaines*, thèse Sous la direction de M. le Professeur Patrick Tacussel et M. le Professeur Jean-Martin Rabot, décembre 2012

Mémoire

- Peneau Justine, *Fiction du réel, réel du fictionnel : quand le design critique*, mémoire de recherche, 2015, [En ligne], <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01212518/document>
- Puel Antoine, *La guerre des imaginaires*, mémoire de recherche, ERG, 2017 [En ligne] <https://www.antoine.cool/content/2-projects/1-la-guerre-des-imaginaires/memoire-antoine-puel-la-guerre-des-imaginaires.pdf>

ANNEXES

Annexe 1

Design Fiction, imaginer le futur de la gestion de sinistres».

Document produit par Mathilde Renault, 2018.



IMAGINER LE FUTUR DE LA GESTION DE SINISTRES

Les 28 et 29 novembre derniers, vous avez participé à **un atelier de design fiction pour imaginer le futur de la gestion de sinistres.**

Ces ateliers ont été l'occasion de débattre et de se projeter dans un avenir souvent associé à la robotisation du travail. **Revenons sur vos anticipations.**

Page 3

Ressources présentées pendant l'atelier

Page 4

Ce que vous en avez pensé

Page 6 à 36

Quels apprentissages après cet atelier ?

Page 37

Annexes

Ressources présentées pendant l'atelier

UNINVITED GUESTS

Un vieux monsieur est entouré d'objets connectés pour surveiller son mode de vie. Un jour il ne supporte plus se contrôle et met en place des détournements habiles pour ne plus être embêté.

À revoir : <https://vimeo.com/128873380>



HYDROLEMIC SYSTEM

Et si il ne restait que 15% d'eau potable sur Terre?

Une vidéo qui présente des prothèses intégrées au corps pour recycler nos fluides

À revoir :

<https://www.youtube.com/watch?v=C9GKYKafAYY>

L'IPHONE INVENTÉ EN 1947?

Une archive de l'INA datant de 1947 nous montre une projection dans un futur potentiel dans lequel les télévisions ont été miniaturisées pour devenir portatives. Avec notre regard actuel, nous ne pouvons qu'y voir une prédiction de l'utilisation actuelle des smartphones. Étonnant.

À revoir : <https://www.dailymotion.com/video/x2655y1>



Ce que vous en avez pensé

« ça peut servir à éviter le pire »

« la croisement des regards m'a fait sortir de ma zone de confort »

« On est dans la nécessité d'avoir un temps d'avance »

« Intelligence collective »

« C'est difficile de sortir du cadre et d'imaginer le futur »

« L'atelier était inspirant et assez drôle bien qu'au départ l'idée d'imager le futur possible m'a perturbé »

« Un bon moment d'anticipation ! »

« Étonnant, surprenant, original »

« impossible à faire tout seul, le collectif est important ! »

« Le fait d'avoir eu l'atelier après la conférence de Mathieu Baudin a été un élément aidant »

« Enrichissant »

« Difficile de trouver la juste posture »

« Le travail en groupe est constructif »

« La vidéo a généré beaucoup d'échanges riches »

« Très sympa, merci ! »

« Remue-méninges »

« Permet de se questionner sur les gardes-fou pour la technologie »

« Beau moment de partage »

« Atelier constructif et positif »

« Exercice difficile mais intéressant »

« TOP »

« Trop abstrait pour moi »

Permet de laisser libre cours à son imagination »

« Il est difficile de se projeter et de sortir de nos schémas de pensée habituels »

« Notre secteur d'activité doit forcément se réinventer pour accompagner l'évolution de notre civilisation »

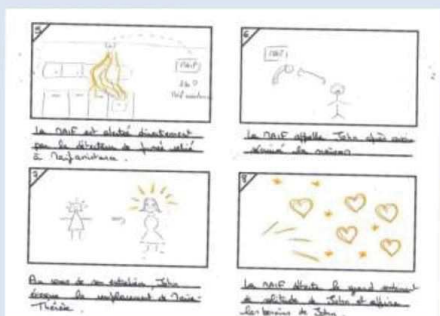
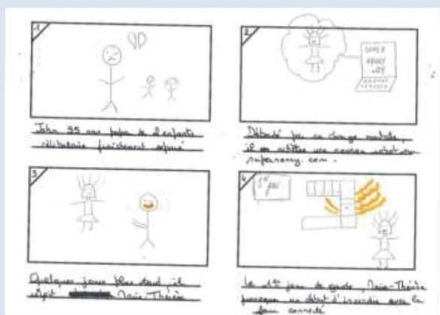
Cet exercice de design fiction nous a permis d'extraire des visions du futur, les vôtres.

Dans vos futurs, **les robots sont là pour combler les besoins humains**, ils ont **les défauts des humains** et génèrent **des insatisfactions chez les sociétaires**. En résistance, **des détournements de la technologie** sont imaginés, ou encore la **mise en place de systèmes de contrôle par les humains**. De **nouvelles offres inspirées de technologies** permettent, au quotidien, **d'imaginer une nouvelle relation au sociétaire** où l'on récompense la **fidélité sur le long terme**. Bien souvent, **c'est l'humain qui fait la différence et garantit l'éthique**: on sait **la nécessité d'adapter sa communication à la différence**.

Entrons dans le détail de vos scénarios.

1. Dans le futur // Les robots sont là pour combler les besoins humains

Dans le futur // Les robots sont là pour combler les besoins humains



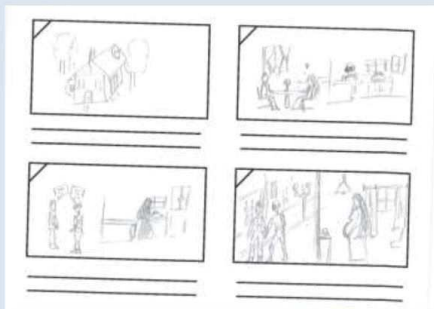
Scenario 1

Dans ce scénario, le robot comble le sentiment de solitude de l'humain et devient même un partenaire de vie avec lequel il se marie.

On remarque donc un transfert total de la relation amoureuse entre humain vers le robot qui devient le « robot à tout faire ».

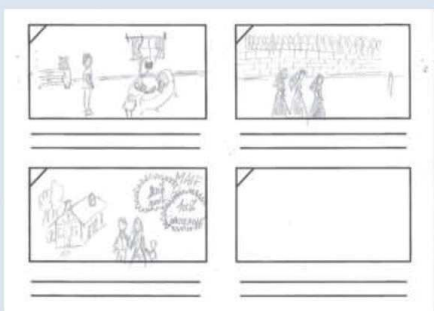
Découvrez en annexe un scénario proche

Dans le futur // Les robots sont là pour combler les besoins humains



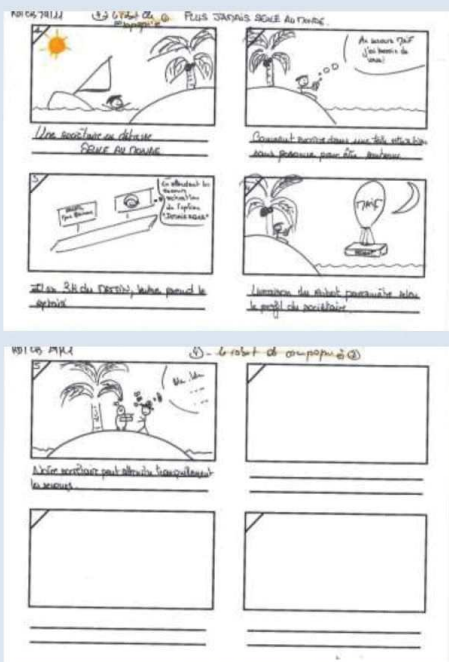
Scenario 2

Dans ce scénario, la femme du personnage principal devient de plus en plus secondaire dans sa vie, lui préférant son alternative robotique « sans défaut ». Ironiquement, la dernière case du scénario indique les caractéristiques incroyables de ce robot.



Ce scénario emprunte au Roman de Margaret Atwood 'La Servante Ecarlate', adapté en série. Ce roman dresse le portrait dystopique d'une société dans laquelle les femmes sont sélectionnées pour la reproduction.

Dans le futur // Les robots sont là pour combler les besoins humains

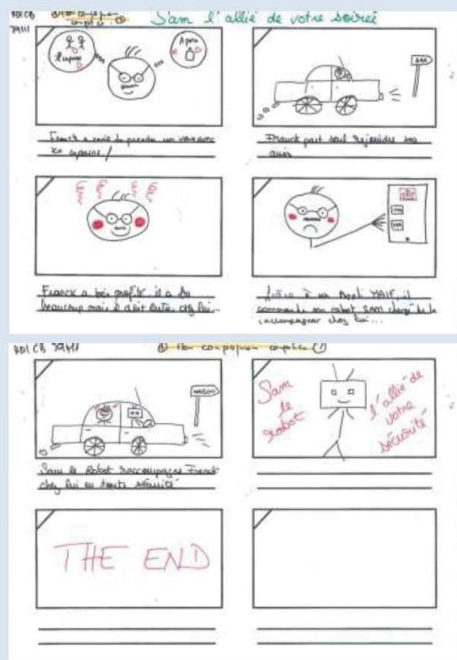


Scenario 3

Ici, la MAIF prend les devants et envoie à son sociétaire isolé un robot d'accompagnement « selon le profil du sociétaire ».

On comprend alors que le robot est aux mesures du sociétaires et les cœurs présents sur la dernière case nous indique qu'il est très apprécié...

Dans le futur // Les robots sont là pour combler les besoins humains



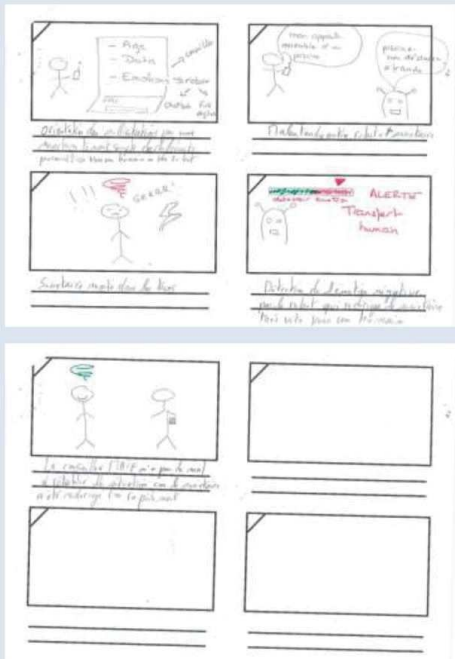
Scenario 4

Dans ce scénario également, la MAIF prend les devants et envoie à la rescousse un robot pour ramener le sociétaire alcoolisé chez lui.

Mieux que la prévention, la robotisation ?

2. Dans le futur // Les robots ont les mêmes défauts que les humains et génèrent des insatisfactions

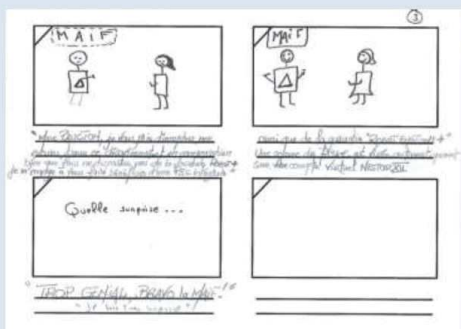
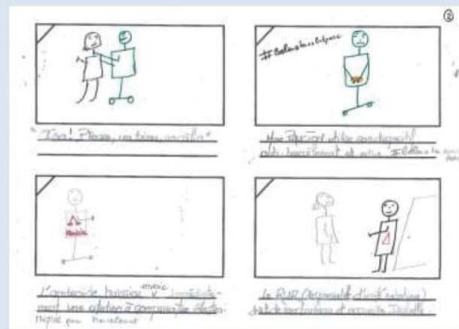
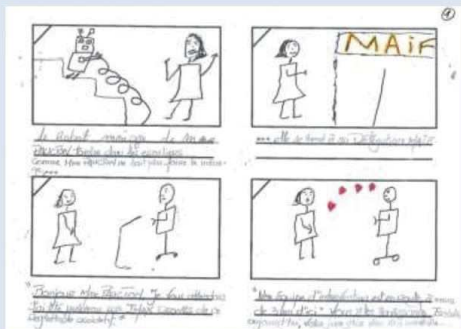
Dans le futur // Les robots ont les mêmes défauts que les humains et génèrent des insatisfactions



Scenario 5

Dans ce scénario le robot ne comprend pas l'ironie humaine et devient un très mauvais conseiller qui exaspère le sociétaire. Le sociétaire est alors redirigé vers un humain qui a la sensibilité nécessaire pour répondre à son besoin.

Dans le futur // Les robots ont les mêmes défauts que les humains et génèrent des insatisfactions



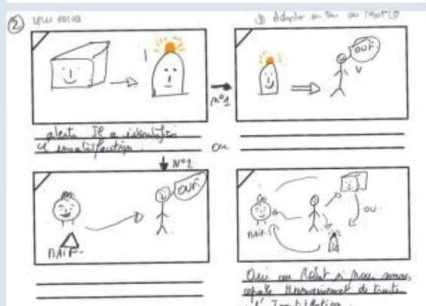
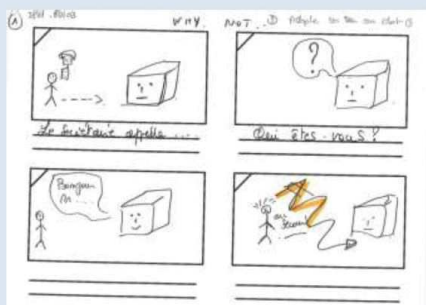
Scenario 6

Dans ce scénario le robot commet une agression sexuelle #balancetonrobot.

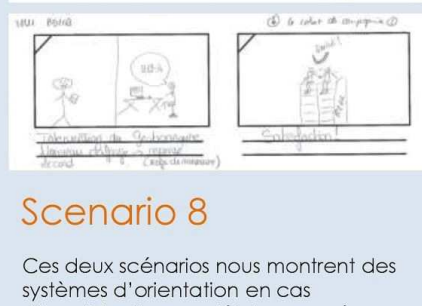
Bien heureusement, il existe un huissier qui gère l'affaire et redirige la société vers un conseiller mieux intentionné qui lui propose une compensation sur son compte NestorXII.

Cf annexes pour d'autres défauts de robots.

Dans le futur // Les robots ont les mêmes défauts que les humains et génèrent des insatisfactions



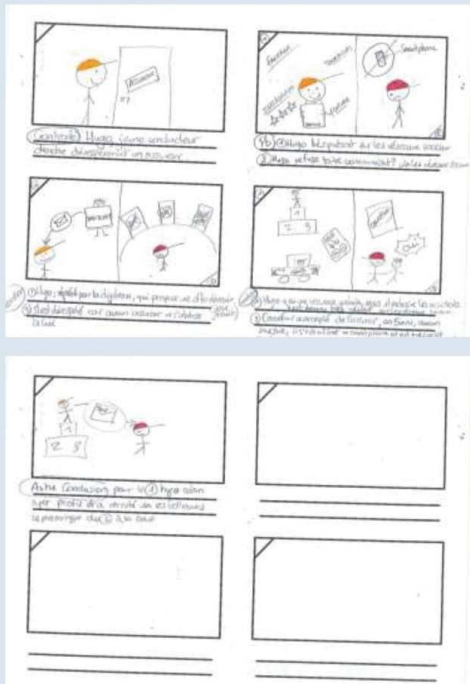
Scenario 7



Scenario 8

Ces deux scénarios nous montrent des systèmes d'orientation en cas d'insatisfactions sociétales causé par des robots.

Dans le futur // détournements d'identités et e-reputation



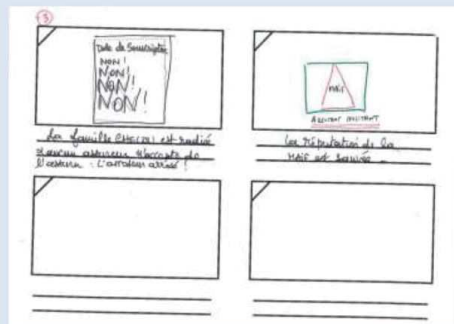
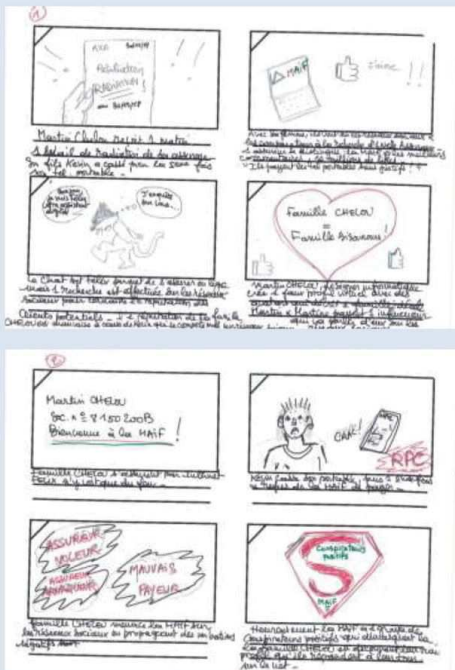
Scenario 10

Dans ce scénario, un jeune homme très actif sur les réseaux sociaux se voit proposer un contrat d'assurance en or car il promet une bonne résonance médiatique bien qu'il soit très peu soigneux et cause beaucoup de dommages à ses biens.

D'un autre côté, un autre personnage qui lui n'utilise que très peu les réseaux sociaux ne trouve aucun assureur acceptant de l'assurer. Malgré le fait qu'il prenne soin de ses affaires, même la MAIF refuse d'étudier son dossier! Il est contraint de se tourner vers Carrefour qui l'assure et devient l'ambassadeur de cette assurance.

Moralité : La e-reputation ne semble pas être un critère pertinent et souhaitable dans l'assurance de personne.

Dans le futur // détournements d'identités et e-reputation

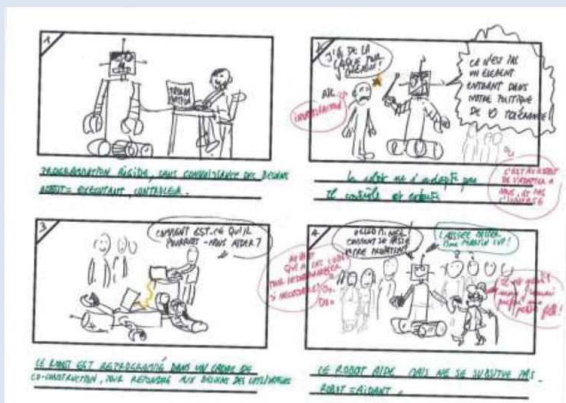


Scenario 11

La e-reputation est aussi à l'honneur dans ce scénario. On y découvre la famille Chelou, radiée de sa précédente assurance, qui maquille sa réputation en ligne pour être acceptée à la MAIF. Bien vite, la famille est démasquée et radiée mais elle en profite pour salir la réputation de la MAIF sur les réseaux sociaux. Heureusement, il existe un club des conspirateurs positifs qui parvient à restaurer la réputation de la MAIF.

4. Dans le futur // Les humains mettent en place des systèmes de contrôle des robots

Dans le futur // Les humains mettent en place des systèmes de contrôle des robots

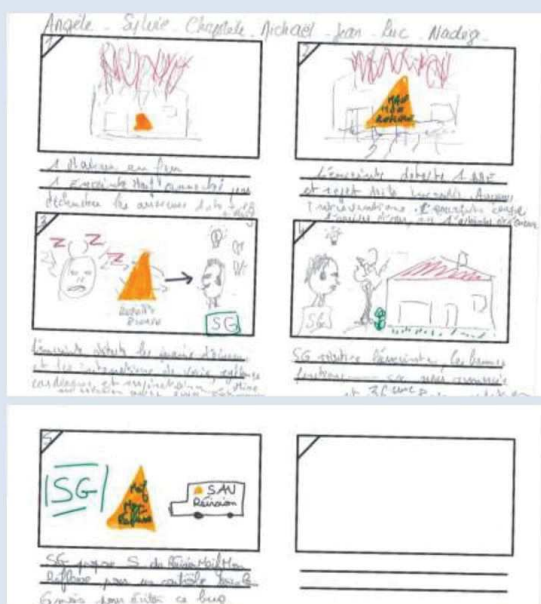


Scenario 12

Ce scénario nous présente un robot-dictateur qui s'impose aux humains sans tolérance ni service rendu. Bien vite, il est reprogrammé « dans un cadre de co-construction, pour répondre aux besoins des utilisateurs ».

On a là une réflexion sur la place des robots dans notre quotidien et sur la relation que nous souhaitons avoir avec eux.

Dans le futur // Les humains mettent en place des systèmes de contrôle des robots



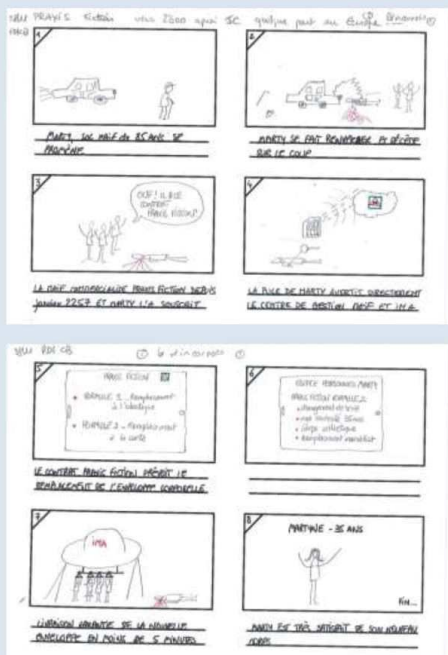
Scenarrio 13

Ici, une enceinte connectée MAIF ne déclare pas un incendie déclaré. Le problème est réglé à long terme par l'instauration d'un système de révision régulier pour assurer le contrôle de la technique et éviter les désagréments futurs.

Cf annexes pour découvrir d'autres systèmes de contrôles.

5. Dans le futur // On imagine de nouvelles offres en lien avec des technologies émergentes

Dans le futur // On imagine de nouvelles offres en lien avec des technologies émergentes

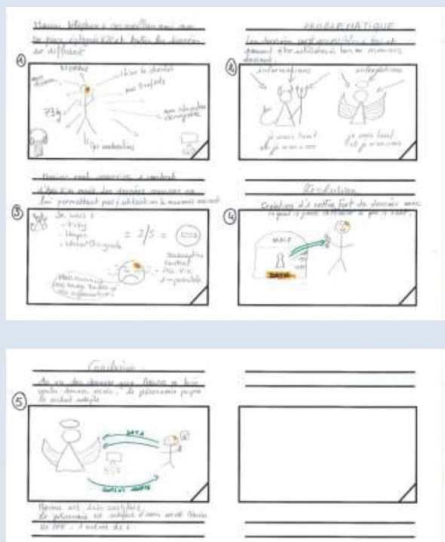


Scenario 14

Plusieurs équipes ont imaginé des scénarios dans lesquels la MAIF proposait un service de réincarnation à ses sociétaires décédés. (cf annexes)

Dans celui-ci le sociétaire Marty se fait renverser par une voiture et décède. Mais ayant souscrit au contrat Praxis Fiction qui lui permet de se réincarner selon deux formules : Formule 1 – remplacement à l'identique Formule 2 – Remplacement à la carte Marty choisit donc de changer d'enveloppe corporelle et devient Martyne, une femme de 35 ans.

Dans le futur // On imagine de nouvelles offres en lien avec des technologies émergentes



Scenario 15

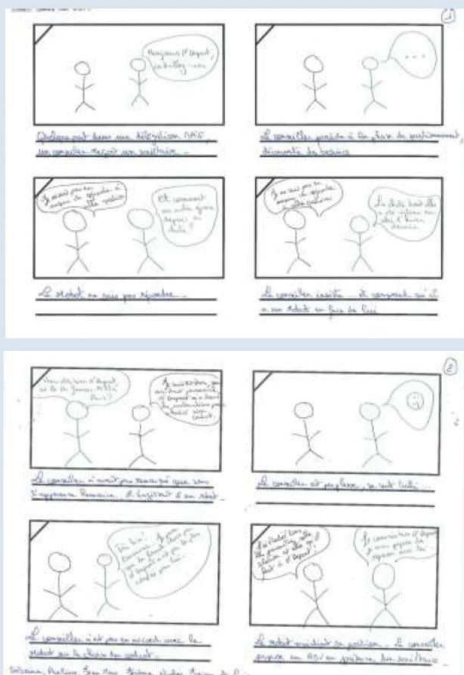
Ce scénario propose une alternative éthique à l'utilisation des données dans le secteur de l'assurance. En effet on voit tout d'abord un personnage triste de ne pas pouvoir souscrire à un contrat assurance vie à cause de ces antécédents médicaux qu'il pensait confidentiels.

Pour contrer ce type de dérives, ce groupe a imaginé un coffre-fort de données personnelles dans lequel le sociétaire pourrait sélectionner les données et les transmettre au besoin pour adapter son contrat.

Ce scénario n'est pas sans rappeler le pilote Mesinfos qui a eu lieu de juin 2017 à septembre 2018 sur plus de 2000 sociétaires de la MAIF en partenariat avec l'entreprise Cozy. Retrouvez la synthèse de ce pilote ici : http://mesinfos.fing.org/wp-content/uploads/2018/06/LivableA5_Synthese-Enseignements-Actions_VF_Web.pdf

6. Dans le futur // On imagine une nouvelle relation au sociétaire

Dans le futur // On imagine une nouvelle relation au sociétaire



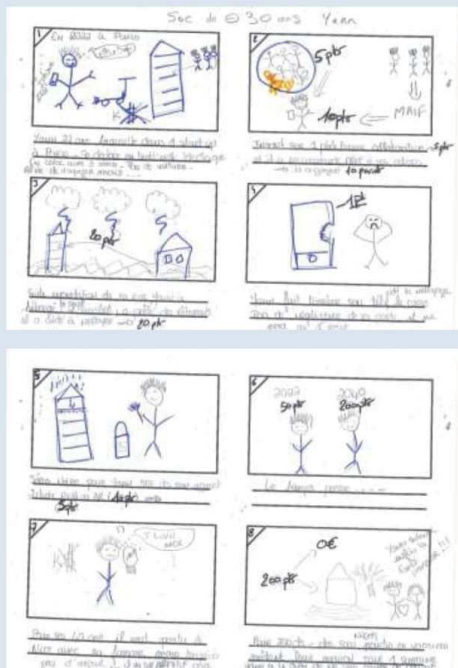
Scenario 17

Dans ce scénario, un conseiller se retrouve face à l'assistant personnel robotique d'une famille sans s'en rendre compte à première vue. Leurs échanges sont d'abord compliqué, l'un voulant prendre des nouvelles de la famille et l'autre ayant scanné tous les contrats sur le marché pour renégocier. Le conseiller trouve finalement un arrangement et convient le robot à un rendez-vous avec la famille.

Ce scénario est intéressant car il questionne les relations à réinventer à l'ère de la robotique démocratisée.

7. Dans le futur // On récompense la fidélité sur le long terme

Dans le futur // On récompense la fidélité sur le long terme

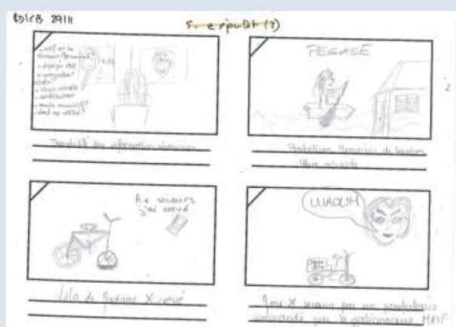


Scenario 18

Ce scénario montre un système de point que le sociétaire accumule tout au long de sa vie de sociétaire et il ne semble pas le savoir. Un jour, il souhaite partir en vacances à Nice mais il n'a pas les ressources nécessaires... La MAIF en profite pour lui proposer de convertir ses points en un service et lui permet soit de ne payer aucune cotisation pendant 6 mois ou de partir en voyage grâce à un échange de maison.

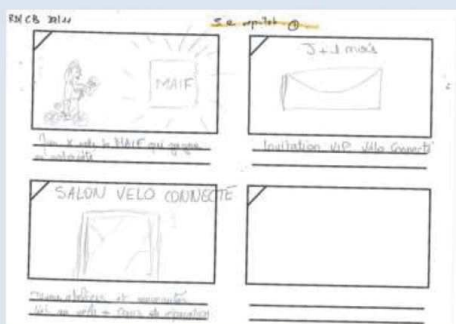
Ce scénario est intéressant car il s'intéresse à la récompense des sociétaires méritants sur le long terme grâce à un système de points encore non développé.

Dans le futur // On récompense la fidélité sur le long terme



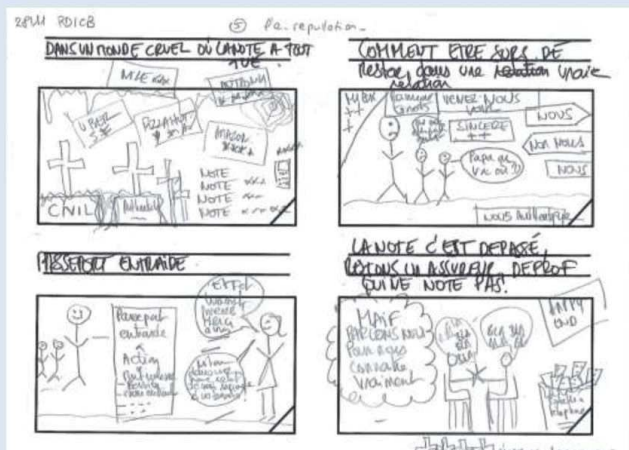
Scenario 19

Dans ce scénario, la MAIF récompense un sociétaire fan de vélo qui lui attribue une bonne note en l'invitant à un salon du vélo connecté. La récompense s'adapte ici au sociétaire.



8. Dans le futur // C'est l'humain qui fait la différence et garantit l'éthique

Dans le futur // C'est l'humain qui fait la différence et garantie l'éthique



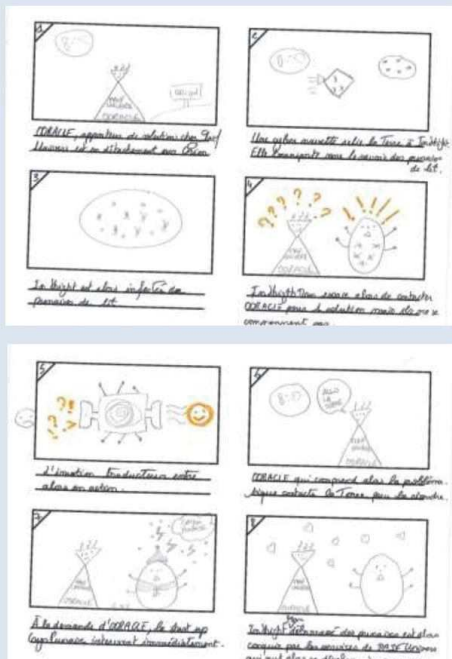
Scenario 20

Ce scénario se déroule « Dans un monde cruel où la note a tout tué ». Une famille se sent perdu parmi toutes ces notes et ne sait plus à qui se vouer. Là, la MAIF se positionne comme celle qui ne note pas et qui base sa relation sur la confiance.

Ce scénario est particulièrement intéressant parce qu'il met en parallèle l'identité de la MAIF et une tendance aux systèmes de notation de plus en plus fort de nos jours. Que choisir ?

9. Dans le futur // On voit la nécessité de communiquer en s'adaptant à la différence

Dans le futur // On voit la nécessité de communiquer en s'adaptant à la différence

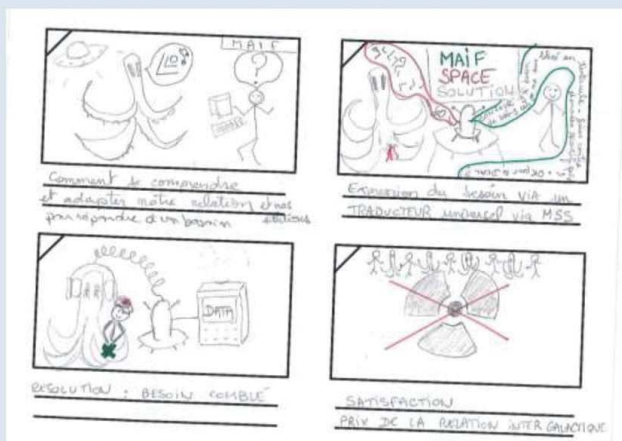


Scenario 21

Dans ce scénario, un vaisseau transmet des punaises de lit à une autre planète. La planète contaminée n'a jamais eu affaire à des punaises de lit et ne sait donc pas comment les éradiquer. Elle fait appel à la MAIF qui a tissé un partenariat avec la startup Cryo Punaise qui gère la situation. MAIF est reconnu comme un super assureur et se développe sur une nouvelle planète.

Moralité : Trouver de bons alliés permet d'assurer toujours plus loin.

Dans le futur // On voit la nécessité de communiquer en s'adaptant à la différence



Scenario 22

Dans ce scénario, la MAIF prend contact avec des extra-terrestres mais ne les comprend pas car ils ne parlent pas la même langue. Ils utilisent donc le traducteur universel développé par MAIF SPACE SOLUTION avec lequel ils peuvent communiquer. Ainsi, le besoin du sociétaire est compris et MAIF obtient le « PRIX DE LA RELATION INTERGALACTIQUE ».

Ce scénario est particulièrement intéressant car l'équipe a son origine a comparé ces extraterrestres avec les publics avec lesquels la MAIF a du mal à communiquer aujourd'hui.

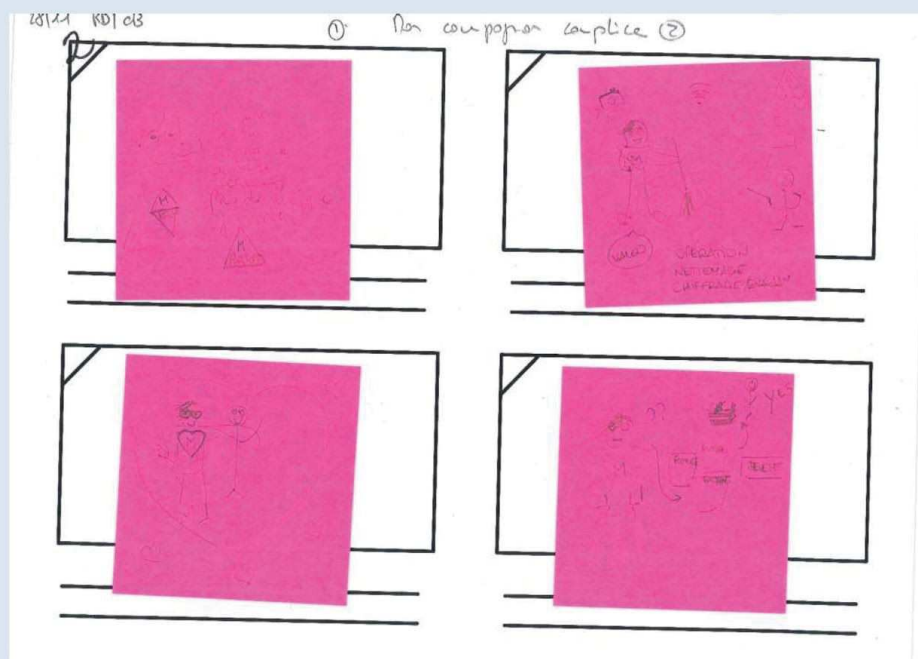
En conclusion

Tous ces scénarios apportent, chacun à leur façon un point de vue sur le futur. Ils permettent de prendre de la hauteur sur ce que pourrait être la MAIF, la gestion de sinistres et plus globalement la société dans les années à venir. Ils sont de précieuses photographies de ce que nous projetons aujourd'hui.

Mais s'ils témoignent d'une projection future, ils nous parlent également du présent, de nos choix aujourd'hui pour construire un futur plus souhaitable, dans nos projets, notre relation aux autres... les robots, les extra-terrestres nous renvoyant un miroir de notre société, notre entreprise.

ANNEXES

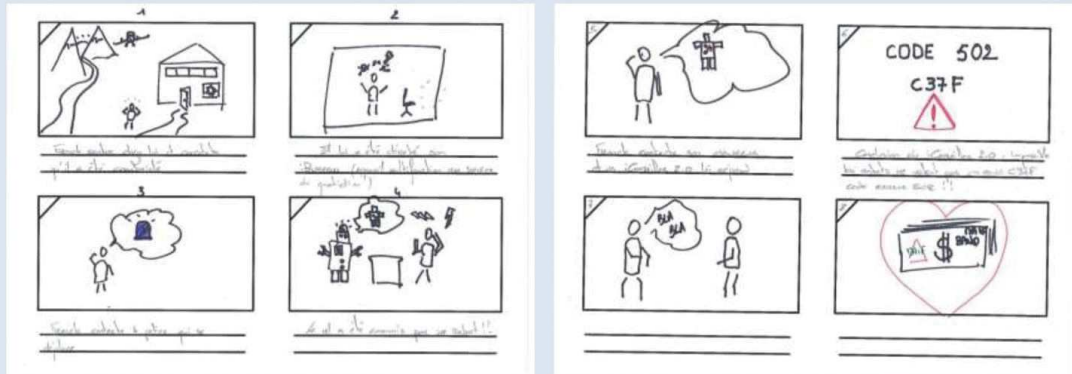
Dans le futur // Les robots sont là pour combler les besoins humains



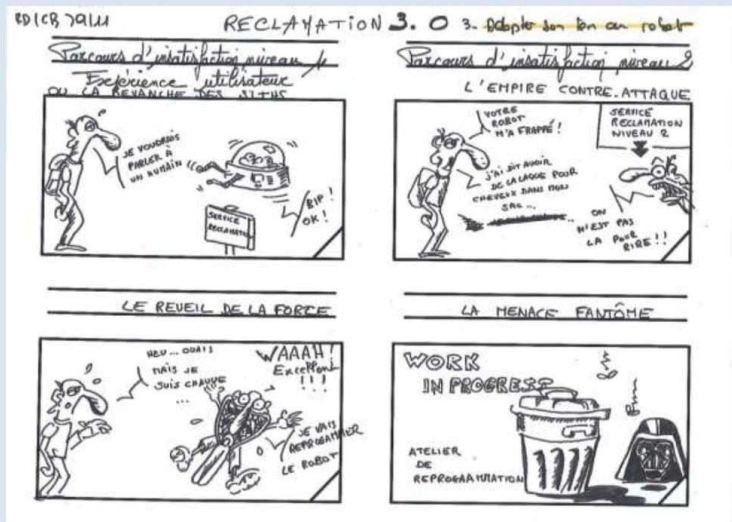
Dans le futur // Les robots ont les mêmes défauts que les humains



Dans le futur // Les robots ont les mêmes défauts que les humains



Dans le futur // Les humains mettent en place des systèmes de contrôle des robots



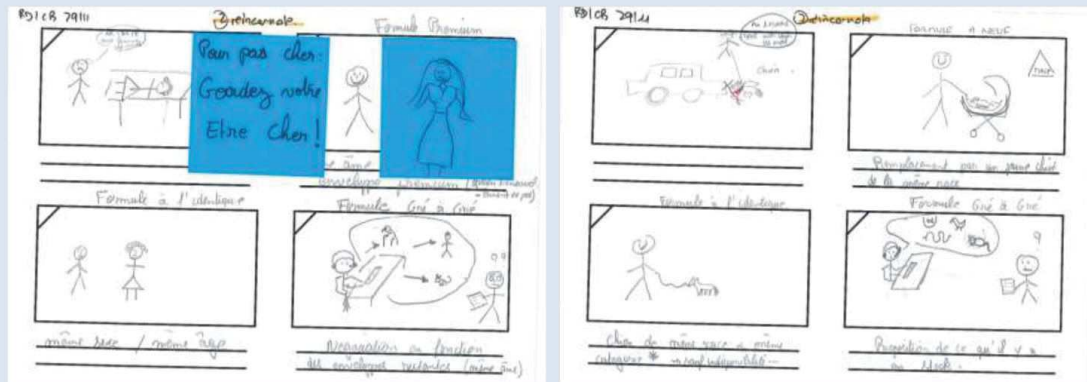
Dans le futur // Les humains mettent en place des système de contrôle des robots



Dans le futur // On imagine de nouvelles offres en lien avec des technologies émergentes



Dans le futur // On imagine de nouvelles offres en lien avec des technologies émergentes



Dans le futur // On imagine de nouvelles offres en lien avec des technologies émergentes



Merci !

Document réalisé par Mathilde Renault - mathilde.renault@maif.fr
Ronan Deserable, Luce Aknin et Alice Pellegrin

Annexe 2

«Design Thinkion by Nexting»

Document produit par l'agence Design Friction pour le design fiction club, 2019.



**DESIGN
THINKTION**


by  **NEXTING**

**Le design fiction,
simple comme le
design thinking.**

**Le design fiction,
sans (s')en faire.**

NEXTING (2020) - Document commercial réservé aux partenaires

DESIGN THINKTION


by  **NEXTING**

INCLUS :

LE BRUCE-STERLINGATOR

**Une librairie de citations et
d'arguments clé-en-main
pour crédibiliser votre offre.**

Le + : un plug-in de sélection contextuelle de citations



NEXTING (2020) - Document commercial réservé aux partenaires

DESIGN THINKTION

by 

INCLUS :

LE DESIGN FICTION SPRINT

Accélérez la prise de recul et devancez l'innovation avec un atelier de 20 minutes chrono.

Le + : parfaitement adapté aux COMEX et salons pro.



NEXTING (2020) - Document commercial réservé aux partenaires

DESIGN THINKTION

by 

INCLUS :

LE KIT DE DESIGN FICTION WASHING

Une série de method-cards pour apprendre à :

Labéliser son article ou son podcast en design fiction

Pivoter grâce au rebranding de son atelier de créativité

Maquiller l'échec d'une innovation en projet fictionnel



NEXTING (2020) - Document commercial réservé aux partenaires

Annexe 3

Nicolas Minvielle

Entretien réalisé le 13/05/19 par téléphone

Bonjour

Est-ce que, en quelques phrases, vous pouvez vous présenter?

Je suis prof-chercheur, et créateur d'un collectif qui s'appelle "aking Tomorrow", collectif de design-fiction.

Aujourd'hui, quelle est votre pratique de design fiction?

C'est un grand mot ! Si on regarde les branches du design fiction actuellement, on y voit le design fiction club avec des gens comme Max Mollon; il y a aussi des gens comme les Nantais de Design Friction. C'est une pratique qui est très liée au speculative design. Si je cartographie le territoire, eux ils ont plutôt cette option là, avec des choix plutôt engagés. Nous on est beaucoup plus "vulgaires", entre guillemets, au sens où on va beaucoup travailler pour des entreprises, on a pas la volonté spécifique d'avoir un apport pour la société ou autre. On va bosser pour l'armée ou autre. Notre pratique est de capitaliser de manière massive sur la science-fiction, sur les imaginaires, il n'y a pas que de la science-fiction. On crée des bases de données : j'ai deux mille BD dans mon bureau qu'on scanne et on traite pour cartographier un peu tout ça, et une fois qu'on a fait ça on fait des prototypes de demain pour arriver à des descriptions et des enjeux.

Vous faites ces activités là en entreprise?

On a une double pratique chez Makin Tomorrow on prends des sujets qui nous importent et qu'on finance avec la pratique du conseil. Si vous allez sur airpollutionrevealer.com vous verrez ce qu'on a fait récemment avec Makin Tomorrow.

Air pollution c'est quelque chose qu'on a financé nous mêmes parce qu'on avait envie de raconter une histoire sur la pollution de l'air. D'un côté on a une démarche un peu critique pour un peu faire le buzz, imposer les opinions et d'un autre côté on travaille pour les entreprises de manière très stricte.

D'accord et les entreprises pourquoi elles vous contactent ? Quelle utilité font-elles du design fiction?

C'est de la stratégie, sortir de l'innovation et produire des choses un peu plus carrées qu'en faisant du design thinking qui n'atterrit jamais.

Pourquoi cette comparaison avec le design thinking?

1. Je compare parce que ce que je voudrais éviter c'est la « design thinkingnalisation » du design fiction. Je vois des gens qui présentent trois vidéos de Black Mirror et qui disent "c'est bon j'ai fait du design fiction" alors que pas du tout. Mais c'est vrai qu'on voit arriver le moment où on va voir du design fiction un peu partout. Sachant que c'est dommage parce que fondamentalement ça n'a rien à voir, il y en a qui sont très usager et d'autres qui posent des grands enjeux de demain, ça n'a strictement rien à voir sauf peut-être dans la

démarche où on a tous, les praticiens, envie que ça ne devienne pas n'importe quoi, je pense qu'il y a un peu d'Ego là dedans.

Comment vous définiriez le design fiction?

Imaginer demain pour s'y préparer, pour le préparer.

Et vous associez ça à une méthodologie ou une façon de penser?

Plutôt comme une méthodologie. En méthodo on a développé des protocoles et accessoirement, on va lancer une boîte de jeu qui va permettre de contraindre des imaginaires, des croisées, de créer un environnement un contexte et d'imaginer des produits là dedans, c'est assez carré, ça reste une posture parce que si on est pas intéressé par demain, si on se pose pas de questions, si on a pas d'ethnologues, d'anthropologues dans la bande ça marche pas. Mais pour moi ça reste assez carré. Pour moi il faut que vous creusiez du côté du Scénario Planning, dans la méthode de prospective qui se rapproche du design fiction. J'ai fait une conférence avec Max Mollon, il n'était pas du tout d'accord avec moi. C'est l'intérêt de la démarche, c'est très variable, pour lui ça doit être critique, pas muséal mais critique? De mon côté je n'ai aucun problème à bosser pour l'armée. L'approche est la même mais l'application est différente; allez voir du côté du scénario planning, car il y a beaucoup de choses, on exploite les objets et pas la science fiction. Je trouve que la méthode design fiction est un succédané du scénario planning.

Le scénario planning c'est une méthodologie qui est utilisée dans quelles situations?

Fin des années 70 ça été inventé par Shell, c'est une méthodologie de *futurism* comme ils disent en anglais. C'est une méthodologie de prospective : on définit un environnement, on prend des données de l'environnement, on crée les scénarios. Fondamentalement c'est ce qu'on fait en design fiction même si les designers ne veulent pas l'admettre mais on crée des scénarios. La différence, c'est que les designers posent ça en pensée critique autour d'un objet, mais l'approche est quasiment la même.

En quoi la fiction aide-t-elle à la projection à la stratégie? Quelle est la vertu de la fiction?

La fiction immerge. Vous auriez vu la tête des gens quand on leur a révélé le *Pollution Air Revealer* sans leur dire que c'était un faux; on a eu des candidatures.

On a eu 500 personnes qui ont voté, 4 qui ont voté contre; tout le monde a trouvé ça génial, il en a eu un qui voulait financer. C'est ultra choquant, on a attendu la fin de la journée pour leur dire que c'était faux mais c'était fondamentalement hyper choquant.

Il me semblait que le design fiction ne doit pas mentir, entre guillemets, doit révéler qui il est.

C'est là où je ne suis absolument pas d'accord, c'est un vrai sujet de débat et c'est ce qui me différencie fortement des autres praticiens du design fiction. J'ai la conviction que si on ne fait pas ressentir avec ses tripes à quelqu'un un sujet, on va rester dans l'intellectuel pour débattre. J'assume le fait que je dise pas la vérité à l'audience. Quand on va au cinéma on dit pas la vérité au gens, ils sont quand même embarqués. Vous allez voir Hulk, au bout d'un moment vous avez l'impression qu'il existe et vous avez peur pour lui, suspension d'incrédulité, pour moi c'est

exactement la même chose. Je raconte des histoires, je leur fait vivre des instants, puis je les sors de là, je casse le quatrième mur et je leur dit "qu'est-ce que vous en pensez ?". Souvent les auditeurs sont fâchés, pas parce que je leur ai menti, ils sont fâchés parce que j'ai amené le sujet de manière délicate. Dans ces cas là il y a beaucoup de réactions. J'arrive avec un objet je le pose au milieu de la table et je dis "Demain l'intelligence artificielle fera ça" entre parler d'intelligence artificielle de loin et imaginer se faire virer de son boulot parce qu'elle vous a vous a remplacé, ce n'est pas la même chose, dans un cas je vais être beaucoup plus engagé dans la discussion que l'autre. Max Mollon n'est pas du tout d'accord, c'est vraiment mon point de vue.

Effectivement j'avais surtout entendu ça dans les design fiction club.

Oui oui c'est ça ils disent tout le temps " il faut pas mentir aux gens". Et moi bien au contraire j'ai le sentiment que les gens ne réagissent pas tant qu'on leur montre pas littéralement, on leur fait pas vivre demain, on met des rideaux dans des voitures, on fait de fausses voitures autonomes juste pour que les gens comprennent vraiment ce que c'est. On a fait des faux pitch de start-up à des comités de direction en leur faisant croire que la start-up a développé la techno, qu'elle est disponible et va impacter leur business. Au début les gens s'affolent ensuite on leur dit que c'est pas vrai, puis on questionne «Maintenant qu'est-ce qu'on fait pour se préparer ?».

Quelles sont les réactions après le reveal de «C'est pas vrai» ?

Ce qui est incroyable c'est qu'ils comprennent. Tout le monde me dit "oui mais après vous avez menti aux gens ". Ce qui est compliqué c'est qu'il y a trois ans tout le monde s'en foutait et maintenant avec les fake news ils disent "vous nous avez manipulés, c'est dégueulasse". Certes, mais mon métier c'est de vous montrer demain et d'en débattre. Je ne sais pas à quoi ressemble le futur, je fais que supputer, je fais des hypothèses. Si j'indique en arrivant que c'est une hypothèse, l'auditoire ne va pas être immergé, le mieux c'est de faire vivre et d'en parler ensuite. Les réactions sont immédiates, il y en a qui y croient, il y en a qui n'y croient pas, j'ai présenté des choses qui étaient choquantes à des gens, des PDG et au moment où je leur indique que c'est faux cela n'a plus d'importance. Le fait que ça soit faux est tout de suite oublié.

J'avais une question assez technique sur la différence; quelle différences vous faites entre design critique, radical, spéculatif, si il y en a une?

Je saurais pas vous dire, c'est assez intello, chacun défend son bout de terrain la dessus je trouve. Pour moi il y a du design critique en général, quand il est spéculatif il est pas spécialement critique et quand il est radical il va plus loin que le critique. La théorie ça me parle pas trop, je suis un peu plus terre-à-terre; ça peut être critique ou pas c'est pas très important, je fais juste une différence entre critique ou plus ou moins spéculatif; je peux faire du spéculatif qui soit critique mais quel intérêt dans ce cas là ? à part faire une utopie, je trouve pas ça très intéressant. A côté il y a des gens qui vont passer leur vie à vous expliquer que c'est très bien.

Est-ce que vous utilisez le design fiction dans d'autres cadres que pour des entreprises pour la stratégie de certaines entreprises ?

Oui, je le fais à titre personnel pour l'armée, avec des étudiants beaucoup, pour les amener sur des débats sinon c'est assez orienté quand même 80% de notre activité c'est l'entreprise.

C'est utilisé pour la stratégie dans les entreprises, comment ça se matérialise l'atelier en stratégie?

On a notre méthodologie avec le plateau de jeu qui est un peu particulière (je peux pas en dire trop parce qu'elle n'est pas encore sortie). Concrètement on s'immerge, on a pris un médium au think tank de Vinci et que j'apprécie beaucoup pour faire l'analyse de la SF. En ce moment on écrit cent pages juste sur les jeux-vidéos et la ville, pour comprendre ce que ça peut nous raconter de la mobilité et des couches servicielles puis on va faire une série de quatre ateliers avec eux, où on va projeter ça à un horizon lointain. La règle d'or c'est de faire deux boucles d'une industrie, d'une industrie stratégique classique. Si on fait qu'une seule boucle les gens sont bloqués dans leur stratégie classique ils cherchent leur indicateur, pour le nucléaire c'est dans 40 ans donc il faut réfléchir dans 80 ans si on fait du design fiction sinon ça sert à rien.

Comment ça se matérialise ensuite? Est-ce que c'est un document stratégique classique comme il y en a dans plein d'entreprises? Est-ce que c'est diffusé?

Non les documents sont spécifiques aux audiences, on a une petite vingtaine de formats qu'on utilise. Vous avez peut-être vu notre journal pour le salon de l'agriculture il y a trois ans. On a fait un journal de 2040, un faux 20 minutes, qui a créé un gros bordel parce qu'on a créé à quoi ressemblerait l'agriculture de la France en 2040, ça a pas fait rigoler tout le monde. On en a imprimé 3000 exemplaires en journal papier, à côté de ça il y a la fausse start-up, il y a l'outil vidéo, les revues de presse, il y a plein de manières de la faire et donc on fait toujours un package. On cherche à immerger les gens, on cherche ce qui est le plus immersif, le plus facile à communiquer. Et après évidemment le rendu business, et on rentre dans un business c'est un plan strat après.

Sans rentrer dans les détails, quelles sont les étapes lorsque vous créez vos ateliers de design fiction ?

On fait toujours de l'immersion dans l'imaginaire, c'est systématique, et aussi parce que c'est notre différence après on fait toujours en parallèle une approche stratégique classique, comme le PESTEL entre guillemets ou on prends les gros éléments, macro, micro ect. et on les cartographie et après quand on a fait ça on part sur la création du scénario, et ça se traduit par une fiction représentative du scénario. Les entreprises à la fin se retrouvent avec une ou plusieurs fictions, réalistes. En fait ça qu'on a fait par exemple, c'est pas vraiment de la stratégie, on avait fait des fausses pubs pour la MAIF qu'on a mis au social club, ensuite les employés se sont mis à faire des entretiens pour voir comment les gens réagissent, et à partir de ça la charte a été écrite, celle des robots ; c'est une métaphore du process.

Est-ce qu'il y a toujours un objectif concret, par exemple là l'écriture d'une charte?

En entreprise oui. Sinon pas toujours, parfois c'est juste pour faire réagir.

Est-ce qu'il y a une méthode classique de design fiction?

Non, il y a un gars qui a écrit un bouquin qui s'appelle *Science fiction prototyping* que je trouve pas très bon, il n'y a pas de méthode non. A ma connaissance.

Mais il y a toujours cette partie immersion, écriture du scénario à partir de cette immersion?

L'immersion c'est comme ça qu'on utilise la science fiction. Max est pas d'accord, je sais pas trop comment il s'y met je pense que c'est une approche très design, il s'immerge, il prends un sujet il le triture dans tous les sens, il trouve une aspérité, il en crée une fiction. Nous on va d'abord essorer la SF avant de rentrer là dedans.

Pourquoi la science fiction comme source d'inspiration?

C'est pas forcément la SF c'est tous les imaginaires, c'est juste que ce sont des exercices de pensée qui ont déjà été fait, c'est pas la peine de réinventer des choses, la science fiction c'est juste incroyable, c'est d'une richesse, tout a déjà été fait. William Gibson qui dit que le futur est déjà là mais qu'il n'est pas réparti équitablement, il a raison.

Quels sont les résultats attendus au début d'un atelier de design fiction, qu'est-ce que vous en obtenez, c'est quoi la différence entre les deux ?

Je vais être très honnête avec vous, j'ai un gros problème avec les ateliers parce qu'on est sur des sujets de fond et on est en train de tuer le design fiction en disant "je fais un atelier de design fiction"; c'est très bien si ça marche, c'est fait pour durer trois jours, je sais qu'il y a des gens qui font ça en deux heures et déjà ça m'insupporte. Si les ateliers ils font demander aux gens pour avoir une expertise, ce qu'on avait fait pour la MAIF, soirée des sociétaires, c'est toujours la même histoire, j'onboard les gens on a quelques convictions et puis voilà, et ça s'arrête là. Je trouve qu'on bosse beaucoup mieux en chambre à réfléchir entre nous qu'en ateliers. Il y a tellement de sujet de fond autour de ça, vous loupez un truc dans l'environnement et tout votre scénario est faux donc c'est un peu compliqué de bosser en atelier. Ou alors c'est une série d'ateliers, ce qu'on fait plutôt d'ailleurs, et après on arrive à un moment donné où on ne fait que la partie scénarisation, on demande juste aux gens de travailler sur la partie scénarisation et on accomplit le reste avant et après.

C'est quoi le temps nécessaire pour créer une bonne design fiction?

Nous on y passe 6 mois, sur les beaux jobs qu'on a fait on y a passé 6 mois, on était à 3.

C'est vrai qu'au design fiction club, Bastien Kerspern de Design friction qui disait que les ateliers c'était bien mais que c'était pas du tout suffisant et pas du vrai si on peut se dire qu'il y en a du vrai et du faux.

Vrai ou faux peu importe, ce sont des pratiques qui interrogent demain, chacun a sa façon de le dire. Le sujet de l'atelier c'est qu'est-ce qu'on en attend c'est toujours pareil, si c'est pour embarquer des gens pourquoi pas, si c'est pour avoir des expertises que j'ai pas c'est très bien. Je sais pas grand chose sur le nucléaire mais je dois faire un plan nucléaire sur 40 ans, j'interview deux trois personnes quand même. Tout ça c'est bien, ça marche mais le vrai sujet c'est un boulot de fourmi, j'ai passé mon weekend à faire des captures d'écran de jeux-vidéos pour comprendre comment fonctionne la mobilité dans Mirror's Edge, c'est compliqué ces trucs là, ça se fait pas en ateliers, le travail de fond il est gigantesque. On a fait un petit boulot comme ça pour la MAIF, on dirait "c'est une histoire de robots, on a mis deux trois extraits de films", mais si il faut vraiment le

faire c'est gigantesque, on a une base de données, on a découpé 3000 films, ça fait 4 ans qu'on bosse dessus, ça ne se fait pas en ateliers ça.

On faisait la comparaison avec le design thinking, c'est pareil on peut pas faire du design juste avec des ateliers de design thinking. .

Je trouve qu'en design thinking c'est plus facile parce qu'avec des usagers on peut toujours arriver à quelque chose, il y a toujours des idées qui tombent, je mets la machine au milieu et je peux changer. J'ai le sentiment que le design fiction c'est tellement complexe qu'on parle de demain; le truc est tellement complexe, personne ne sait à quoi ça ressemble et on pense qu'on va le craquer en 4 heures, c'est n'importe quoi. Surtout en attente d'un résultat, on crée des mondes de demain, on a des scénaristes, des écrivains, des auteurs de bande dessinée qui sont avec nous, le truc il faut le pousser un peu loin.

Croyez vous qu'on va encore parler du design fiction à l'avenir?

Je pense que c'est le début de l'histoire et que ça va monter encore, les gens ont besoin de comprendre demain, tout le monde a peur, il y a des conneries dans tous les sens, tant qu'on a pas de réponses à ça, les gens vont continuer à se poser des questions quant à demain.

Est-ce que l'une des vocations du design fiction c'est la vulgarisation?

Bien sûr évidemment, c'est Bastien qui dit que ça doit sortir de la pratique muséale, je suis bien d'accord avec lui, et moi j'ai du travail à faire pour sortir de la pratique commerciale.

J'ai fini toutes mes questions, est-ce que vous voulez rajouter quelque chose?

Non je voulais juste vous demander pourquoi vous avez pris ce sujet là?

C'est un sujet qui m'intéresse, de manière générale, je trouve ça intéressant de se poser la question de notre posture par rapport au futur parce qu'il y a plein de craintes. Ça m'intéresse, ce rapport au futur, comment on se projette, le fait de répondre aux inquiétudes vis-à-vis du futur, ça m'intrigue vraiment beaucoup. C'est pourquoi je l'ai choisi, et la problématique est plus liée aux problématiques du CELSA, c'est plus sur "comment on l'utilise? Quelle représentation on a du futur? A quoi ça sert dans les entreprises?" des choses comme ça.

Je vous laisse merci beaucoup bonne journée.

Annexe 4

Cyril Leroux

Entretien réalisé le 09/05/19 au siège de la MAIF (Niort)

Bonjour, peux-tu te présenter?

Cyril Leroux designer de service, je travaille pour la maif depuis deux ans, j'ai fait l'école de design de Nantes option graphisme, je suis arrivé sur le design thinking voir ce qu'il y avait de plus ou de moins sur les façons de travailler puis on est arrivés sur de nouveaux, nouvelles façons de penser le design mais c'est qu'une toute partie de ce qu'on peut proposer en tant que designer pour une entreprise, j'ai été un peu déçu de ça mais ça m'a permis de savoir de quoi on parlait, ça m'a permis d'arriver à la Maif.

Comment as tu entendu parler du design fiction?

Via des ateliers, c'est quelque chose qu'on a commencé à proposer au cabinet de conseil parce qu'on sentait qu'il y avait une véritable limite à projeter de gens dans des sujets, c'était aussi plus facile de trouver des solutions quand on rattachait pas ça a du concret, ça nous évitait de parler de toutes les problématiques type DSI juridique, donc les gens se sentaient plus libres de créer des choses et en même temps, il y avait quand même un cadre avec des histoires, on apportait beaucoup d'inspiration avec des films, ce genre de choses, c'est ni plus ni moins que le parallèle entre la science fiction et le design fiction c'est de se projeter dans la pratique, d'un côté ça fait évoluer le métier et d'autre ses usages et ce qu'on peut en sortir comme solutions derrière. On est arrivé comme ça au design fiction et c'est plutôt intéressant, je préfère ça à de grands ateliers de design thinking ou les gens arrivent et disent " ouais ça va être la récré " que le design fiction ça l'est un peu plus mais c'est plus assumé et la pour le coût on trouve des choses vraiment intéressantes

Pourquoi tu fais un parallèle entre le design fiction et le design thinking ?

Parce que ça parle de design, parce qu'on cherche des solutions. Dans le design thinking, c'est intéressant quand une société est pas impliquée dans le design, ou n'a pas de service dédié à l'innovation ou le design, je fais le lien avec le design fiction parce qu c'est un peu la même chose : montrer l'étendue du design, ce qu'on peut apporter à l'entreprise, à des gens. Pour le coup c'est la même chose, on essaye de mettre plus de design partout parce que c'est une jeune pratique par rapport à d'autres corps de métiers et ça permet d'aller plus loin dans l'apport du design, ce qu'on peut aider. Moi le parallèle je le fais surtout là dessus

Le parallèle il est aussi fait dans la tête des participants ?

Non mais ils sont plus ouvert je trouve, parce que dans le design thinking on va jouer avec des post-it, on va jouer avec des fiches, a la fin ils se disent "on va pas s'en servir, on sais pas ce qu'il va en être fait "on a moins ces questions là avec le design fiction, ça se ressent parce que la parole est vraiment libérée, il n'y a pas d'attente de ce qui va être fait derrière, le fait de d'utiliser des films ça projette plus facilement, exemple on avait fait une animation pour faire découvrir ça dans l'entreprise, et en fait on avait utilisé des épisodes d'altèred carbon, une série Netflix ; et le tout premier épisode qui permet d'introduire la série, on voit des personnes qui sont réintroduites dans des corps qui ne sont pas les leurs et des gens se sont dit" demain on fera ça, on va pouvoir remplacer des bras, des personnes ce sera plus facile on va pouvoir aider les gens à être intégré, si tel ou tel handicap on va pouvoir changer de corps " et en fait mine de rien ils se sont vraiment projetés dedans et on leur disait "vous pouvez faire le parallèle avec des prothèses des choses comme ça ?"

"oui oui " et en fait la projection était plus facile a faire ; même si on savait qu'il y avait pas d'attente de résultats d'objectif de concept, on l'a fait 4 fois cet atelier là et à chaque fois on arrivait sur ce même concept,ça ouvrait pas non plus énormément mais les gens arrivaient plus facilement à imaginer des services autour de ça c'était impressionnant.

Toi tu l'expliques comment le fait que ça prenne ? Est-ce qu'il y a des éléments qui font que ça marche très bien?

Je pense c'est le fait de se projeter, on a du mal à vivre dans le présent,c'est plus facile d'aller dans le passé ou dans le futur, en même temps c'est vrai que c'est de la fiction, on essaie de se dire"demain ça sera quoi ?" à une époque la fiction c'était tout beau tout rose, dans les années 70 il me semble même avant, tout ce qu'était prospective c'était génial quoi, aujourd'hui c'est terne et en France on aime bien raisonner en disant "ouais ça va jamais marcher " mais pour le coût il y a beaucoup plus de réaction face à ça et ça prends beaucoup plus et le fait d'apporter des films ça délie les langues. Le but de ce genre d'exercices c'est de créer du débat, plus ce sera problématique plus ce sera facile de réagir et d'aller plus loin

Tu associes ça à la culture française ?

Je sais que les gens aiment râler et si on apporte des choses qui font débat, ça délie les langues et ça permet d'aller plus loin ;souvent quand on fait de l'animation on doit leur dire"vous êtes pas obligés d'aller que dans ce sens là hein, vous pouvez aussi aller à contre courant ", et se dire "on veut pas de ça "; et franchement à animer c'est vraiment plus simple je trouve, on peut toucher tout type de public que ça soit des managers des directeurs, des directions globales enfin des personnes du réseau, du grand public; je trouve l'outil beaucoup plus simple à gérer que d'autres, il demande beaucoup moins de fioriture, on arrive avec des extraits de films on fait débat on laisse parler les gens on les écoute, ça fait réagir- on arrive plus facilement sur des idées que d'arriver

sur "alors on va vous proposer des inspirations "même si c'est un peu la même chose avec les films, mais déjà ça regroupe donc tout le monde voit la même chose et interprète différemment que suivant les fiches/concepts qu'on apporte plus on rajoute par dessus un ice breaker puis d'autres trucs, en fait on superpose plein d'outils techniques alors que la on apporte un film, ça peut être des textes du roman du journal, plein d'autres choses c'est ça qui fait débat, c'est ça qui permet de faire icebreaker parce que derrière on redemande de raconter ce qu'ils ont lu. J'adhère beaucoup plus au design fiction qu'au design thinking même si le but derrière est de créer quoi, c'est plus simple.

Tu parlais de débats, a quel point tu l'inclue dans le design fiction ?

Pour nourrir la réflexion tu va avoir derrière.

Le débat en fait ça va être ton extrait, film musique parole texte qui va te permettre de rassembler les gens et c'est de la que tu vas pouvoir confronter les idées, tu confrontes entre ce que tu proposes en disant " voilà c'est la vision qu'on a de l'avenir est ce que vous avez la même qu'est ce que ça fait naître chez vous?" c'est la place que tu prends chez la société quelque part et le débat c'est génial parce que tu ouvres les possible.

C'est quelque chose que tu essaies de provoquer en tant qu'animateur ?

Ouais parce que les gens vont vouloir expliquer pourquoi ils pensent ça et ils vont arriver sur le comment et le pourquoi, et c'est nous ce qui nous intéresse; quand on parle de design c'est : problématiser reposer les questions savoir si elles sont bien posées, parce que c'est bien ça qui faut poser comme questions et c'est ça qui fait débat en fait, c'est de savoir si on a les bonnes questions. Après on va arriver sur d'autres formats de solutions. Et le comment selon le contexte, si c'est de l'entreprise du grand public, des directions type DSI ou autre, ou pôle innovation même le DAF on peut faire ça avec eux, parce que c'est des nouveaux modèles économiques qu'on peut créer, c'est toutes ces choses là qui tournent autour, le débat c'est ce qui va permettre de mettre toutes les idées sur la table et toutes les questions, ça permet à chacun d'énoncer son contexte.

Je me dis, en caricaturant, ils peuvent pas le faire eux-même cette projection dans le futur, en quoi ça apporte vraiment qu'il y ai cette méthodo?

Si tu le fais toi même c'est de l'introspection et ça existe au moment ou tu le verbalise, tout ça d'est du domaine de la psychologie, en gros c'est pouvoir énoncer ces choses là, si tu le fais seul ou en tout cas dans ton contexte t'as toujours le problème de parti pris, "non on peut pas dire les choses " vraiment de ce côté là la fiction c'est génial on raconte une histoire qui peut prendre vie, on le voit avec tous les star wars tous les films de science fiction, il y a pas mal d'innovation, de services, de produits qui sortent de ce genre de choses, parce qu'en fait ces films là sont devenus commerciaux mais à l'origine ils étaient là pour imaginer l'avenir, j'étais tombé sur un extrait de

l'INA dans les années 50 en gros ils proposaient des radios avec des télévision intégrées dedans ou des télévisions dans les voitures et aujourd'hui c'est ni plus ni moins que le cas ; c'était il y a soixante ans, un jour on aura les voitures qui volent, mais ça arrivera dans on ne sait combien de temps mais ça arrivera, ces choses là ce sont de grands rêves des doux rêves qui émanent et finalement les gens vont naturellement vers ça et si tu le fais tout seul dans ton coin ça aura pas le même impact. A réfléchir à ça, ou alors c'est plus de l'innovation mais c'est de l'inconscient, ça sert pas le même but.

En quels mots tu as entendu parler du design fiction et c'était quoi la promesse qui lui était associée ?

Moyen de s'imaginer l'avenir, se projeter, c'était dans des cadres de prospectives, c'était dans le conseil, je cherchais d'autres façons de travailler, de faire les choses ; c'était surtout tourné pour des ateliers avec du grand public, pas forcément avec des experts et je me rappelle plus de la deuxième partie : la promesse, c'était de se libérer, délirer partir loin, oublier ton cadre, tes contextes, de se dire "comment vous vous projetez" pas de se dire " tu te vois où dans dix ans mais plus "comment va évoluer la société ?" c'est un peu les doux rêves, du Jules Verne, ce genre de choses, c'est dans ce sens là que j'en ai entendu parler, c'est surtout ce cadre là, le côté Jules Verne, aller sur la lune, en ce moment on va sur Mars, c'est tous les écrits qu'il y a autour, l'imaginaire collectif, pour coloniser, voilà c'est tout ça.

C'est quoi la vertu de délirer comme tu dis ?

Tu oublies tes cadres et ton contexte, tes impératifs, tout devient possible et c'est ça qui est important, de se dire que "demain je suis pas bloqué parce que j'ai un système d'info ou parce que j'ai les impôts et donc je peux rien faire à côté de ça" mais ça permet de dire "demain on ira sur Mars", on sais pas pourquoi, ah bah si, peut-être parce qu'il y aura plus de Terre ou on sera complètement morts de chaud. On prévoit le demain, l'avenir, et c'est super important parce que ça nous permet d'avoir un éventail de tout ce qui est possible de faire et suivant les contraintes par la suite on essaye de voir ce qui est possible ou non, en tout cas les directions qu'on a envie de voir, et question éthique aussi, responsabilité, ce qui est le meilleur pour nous, pour tous. Ca se rapproche pas mal du design pour tous le coté inclusif, c'est plus dans la prise de décision a se dire " c'est plutôt ça qu'il me faut, c'est plutôt ça "

On va parler des ateliers que tu as fait, c'était quoi ces ateliers?

J'ai fait surtout des ateliers découverte. C'était pour aider à découvrir l'importance du design, l'importance de penser utilisateur, de l'usage. Et puis trouver d'autres méthodes, de travail pour pouvoir implanter ça dans le quotidien des gens, là on l'avait fait dans l'échelle de l'entreprise donc on avait pas mal de personnes des réseaux, des manager, on l'a fait pendant une journée

stratégique à La Rochelle, on l'a fait aussi en interne, ça avait vraiment un but pédagogique de faire découvrir le design et toutes ses possibilités, de mettre en avant le fait qu'il faille écouter les autres, on pouvait trouver des solutions comme ça, à notre échelle. Quand j'étais dans le cabinet de conseil ça nous permettait de créer des cahiers de tendance, ce qui était possible de faire, ce qu'on avait attendu. Ce qui était attendu c'était de se dire "quelles sont les possibles solutions?", en plus ça marchait bien parce qu'on travaillait avec l'IRSN, si je ne me trompe pas, c'est une institution sur la radioactivité et toute la sécurité autour de ce domaine là. Les délais c'était 100 ans 500 ans 10000 ans, et quels sont les facteurs qui ont "si on enfouit les produits radioactifs, comment on fait pour comprendre, rappeler en tout cas qu'il y a des choses qui sont là et qu'il ne faut pas y aller, pas y toucher", donc c'est du langage, de la visualisation, de la mémoire, de l'histoire, c'était ça qui était attendu. C'est un des plus gros ateliers que j'ai fait là dessus, c'était intéressant mais c'était vu d'un point de vue design thinking avec plein de fiches à remplir, des trucs, c'était assez chiant quoi. Par contre c'était pareil en termes d'inspirations, on venait avec des vidéos, des films, pleins de choses comme ça et les gens se sont projetés rapidement. Ça a un côté scénariste, je parle de la manière dont les scénaristes s'inspirent pour créer des histoires, c'est un peu le même système.

Dans les ateliers à la Maif, tu faisais le choix du design fiction, tu as dit que c'était pour acculturer, est-ce qu'il y avait d'autres raisons ?

Il y avait un côté ludique, on montrait des vidéos, c'était très facile à animer, on voulait montrer qu'il était possible de travailler autrement et que tout pouvait nous inspirer, l'objectif c'était de faire des analogies ou en tout cas de pouvoir se projeter sur les besoins des gens, sur l'écoute, sur l'analyse, c'était un peu les outils qu'on pouvait utiliser au quotidien nous dans notre métier en tant que designer, l'idée c'était de les faire évoluer et de se dire "comment on fait pour les apporter à d'autre et les partager", on est arrivés à ce format là, on avait une fiche mais pour un récap à la fin, on avait utilisé aussi les story board, tous les langages de la cinématographie, la réalisation la production, ce genre de choses, on devait rapidement décrire l'image dessinée par les participants, c'était aussi un moyen de montrer que tout le monde était capable de dessiner, de faire ce genre de choses à son niveau, on demandait pas du Picasso, c'était pas la recherche artistique qui nous motivait mais plus de se dire comment on pouvait fonctionner et c'était intéressant parce qu'on est arrivés vite sur des services, chose qu'on a pas forcément quand on fait d'autres ateliers, même dans le cadre professionnel, il y avait un gros côté pédagogique et ludique en fond, et ça facilitait l'appréhension de ce type de matière, que sont les films, des morceaux audio.

Tu as eu quels résultats quand tu as animé tes autres ateliers?

Les gens étaient agréablement surpris, plus engagés dans la démarche, un peu de mal à se projeter parce que c'était loin de leur quotidien. On leur disait "on vous a présenté ça pour vous

éveiller à des choses par rapport à ces sujets là, et qu'est-ce que ça provoque chez vous?" "oui c'est génial, non c'est à chier, oulala c'est une catastrophe", c'est ce genre de choses qu'on attendait et qui pouvait être utiles dans l'entreprise. Après, ce qu'on attendait c'était ce genre de choses pour atterrir dans des idées et des propositions, mais c'est resté à l'état d'étude, c'est très en amont de la phase de design, c'est de la conceptualisation, pas de la conception, on fabrique rien. C'est un peu loin et c'est pour ça que je parle de design thinking parce que c'est sur les mêmes phases qu'on retrouve ça, c'est surtout de la réflexion, essayer de diverger dans tous les grands thèmes, des sujets que ça pourrait rapprocher.

En tant qu'animateur, c'est quoi tes ressentiments, comment ça se passe dans ta tête quand tu vois les résultats, vis-à-vis des résultats que tu obtiens ?

J'étais assez étonné de ces ateliers parce que la facilité qu'ont les gens à se libérer de leurs contraintes, c'était génial, des choses des fois dans d'autres formes d'ateliers, d'animation, c'est juste la croix et la bannière d'essayer de sortir quelques mots de certains experts parce qu'ils ont ce statut là et ils savent tout. Là on les projette dans des monde tellement lointains que elles se lachent autant que tous, ça libère de certaines pressions hiérarchiques ou d'a priori et c'était vraiment super intéressant comme démarche.

J'imagine que tu as expérimenté beaucoup d'animation d'atelier avec ton job, tu as vu ces effets là que avec cette méthode là ou pas?

Ca dépend vraiment des public, c'est sûr, mais cette méthode a la faculté de plus facilement se projeter dans des sujets complètement en dehors de ton quotidien. J'ai déjà eu des ateliers c'était vraiment difficile de tracter les gens, ils disaient " j'ai jamais demandé à être là", le fait de passer des extraits de films avec des trucs complètement barrés, ça questionne, ça peut être des films avec des fins à la con, des fins ouvertes, ça permet de se dire "moi j'ai compris ça, non moi j'ai compris ça", on va parler de ce film là sans en parler. Ce qui est génial c'est la faculté que ça a de projeter. Ce format, je l'aime bien, j'aimerais en mettre un peu plus mais ça se prête pas à tous les sujets.

A quels sujets ça se prête?

Des sujets de prospective de ce dire quel type de direction chercher, quelles tendances, c'est vrai que c'est assez difficile, on nous dit, je prends l'exemple d'altered carbon, on prends une pile, on la met entre des vertèbres, elle permet de stocker toute ta vie, tout ce que tu es si on rapporte ça à aujourd'hui c'est le carnet de santé numérique, l'administratif, en soit techniquement c'est vraiment trop loin, tu va pas avoir une clé branchée; il y avait le bio-hacking pendant un temps, on pouvait se dire " il y va y avoir des choses à arriver là dessus" en termes d'innovation, entre un concept car

qui sort et son intégration dans des nouveaux produits ou des voitures c'est de l'ordre de dix ans, alors si n'utilise ce genre de choses bah là, tu doubles au moins.

Mais ça permet de repérer des nouvelles choses, de nouveaux comportements, toute la place de la robotique par exemple, la place de la technologie dans la société, le regard les usages, les comportements des gens. Si demain on a une ville avec plusieurs étages, je suis piéton, au dessus il y a des trains des téléphériques et encore au dessus j'ai des voitures qui volent, puis du transport en commun ou des avions puis les fusées; ça permet de voir où on peut se situer, pourquoi pour tel type de personne, ça sera tel type de transport, personne n'a imaginé les trottinettes qui se baladent partout en ville, avant c'était un jouet pour enfants, voilà c'est prévoir ce genre de changements, transformations.

Qu'est-ce qu'on ne peut pas étudier avec le design fiction ?

Les choses très opérationnelles, je n'ai pas encore eu l'occasion de; après c'est intéressant le côté opérationnel quand tu bloques ça permet d'aller voir autre chose, de prendre l'air, de prendre du recul. Quelque part c'est possible mais je l'ai rarement vu, c'est assez lointain, tout ce qui va être de l'ordre; si je pense à des conseillers ça changera pas leur vie, peut être sur des façons de résoudre des problèmes, ils ont des objectifs, ils ont pas le temps de prendre du recul.

Est-ce que tu peux décrire la méthodologie étape par étape pour faire du design fiction?

Il y a un temps de recherche définition du sujet, du périmètre, ça va influencer sur les types d'extraits qu'on va mettre en avant, une fois qu'on l'a fait c'est un long temps de montage, d'installation de création du déroulé, mais après le déroulé en soit c'est quelques étapes, c'est mettre à disposition les extraits, la matière inspirante, proposer la question le sujet du jour. C'est de se dire qu'il y a un temps d'échanges, de débats, qu'est-ce qu'on a compris, où sont les différents problèmes, quels sont les problèmes qu'on souhaite traiter, le lien avec l'entreprise si c'est fait en entreprise ou en extérieur, de tout ça c'est de se dire quel est le problème global et à quoi on veut répondre et à partir de là c'est comment on y répond, l'écriture du scénario est ce qui nous permet d'arriver à la solution, qui nous est proposée par un groupe, solution qui est une fiction.

Est-ce que ce que tu décris c'est un atelier court?

Ca dépend du temps qu'on a mais on peut le faire sur une semaine.

Tu vois des différences entre quand tu as fais tes ateliers sur une semaine ou quand tu les as fais sur une plus petite durée?

Oui clairement, une semaine c'est l'idéal, une journée par thématique, il y a la recherche, la problématisation, le questionnement, la solution, la création du concept en tant que tel et des tests utilisateurs en fin de journée, après restitution et analyse, c'est à peu près la même chose, plus il y

a de temps plus c'est riche. C'est toujours les mêmes problèmes en créativité c'est génial d'avoir beaucoup de temps en même temps c'est bien d'avoir des deadlines, ça permet de prendre des décisions, de faire des choix par contre quand t'as pas le temps tu peux pas créer des choses révolutionnaires, c'est toujours pareil. Il y avait une vidéo avec des enfants, on leur laissait dix secondes pour dessiner une montre et une minute pour faire la même chose, dans le cas où ils ont que dix secondes c'est basique, un rond avec des traits, quand on te laisse une minute tu te retrouves avec des montres à avion, des pâquerettes, des trucs complètement farfelus, colorés, inventifs. En entreprise le temps ça a un coût et c'est ce qui pose problème.

Créativité et entreprise c'est un mix, t'en penses quoi ?

J'en pense que, c'est difficile, pour moi c'est difficile parce qu'aujourd'hui l'innovation dans une entreprise c'est un moyen de survivre à son environnement concurrentiel et de marcher; si il n'y a pas d'innovation l'entreprise elle meurt. Si on l'identifie comme un élément vivant, si elle s'adapte pas à son environnement elle meurt. Créativité, des N26 qui ont tout foutu toute leur DSI dans le cloud ça a été de la créativité, ils ont été les premiers et ça fait qu'ils premiers aujourd'hui mais demain si une nouvelle technologie sort ce type de fonctionnement deviendra obsolète, si ils innovent pas il n'y arriveront pas. C'est ce qui nous arrive nous, à la Maif, pendant un temps c'était révolutionnaire ce type de format, ça fonctionnait bien, ce type de format et depuis il y a eu des choses nouvelles de sorties, le marché évolue vite, il faut s'adapter à ça. La créativité quand on est dans le domaine juridique, de la protection de la personne, l'actionnariat, à part taper sur des nouveaux modèles économiques, à part si ton terreau était prêt à sa oui pour créer mais si ton DN est pas là dedans c'est compliqué. Moi **j'ai une société en tête** qui s'appelle Gore mais c'est W Gore associés, il y a 3M dedans, GoreTex, cette société là je l'aime parce qu'elle est tournée vers l'innovation, elle s'est toujours positionnée sur des nouvelles choses en permanence, mode de fonctionnement, si ils se sont trompés, c'est la sérendipité, on peut créer plein de trucs grâce à ça, si c'est pas dans l'ADN de l'entreprise c'est compliqué. Donc créativité et entreprise je dirais oui à condition que ça soit dans la culture de départ, si c'est pas le cas tu peux toujours courir après quelque chose quoi.

Lors de l'atelier qu'on avait fait à Nice, on avait repris les éléments que tu avais proposés, c'est toi qui les avait faits qui avait composé cet atelier?

Oui

Comment ça se passe pour choisir ?

Vu qu'on avait pas trop de thématique, il fallait faire découvrir le design, on a pris des éléments choc enfin l'extrait avec altered carbon, on avait pris I Robot, on a essayé de prendre tous les pans

de l'entreprise pour déterminer leurs enjeux, on a fait de la satisfaction client, les corps qui changeaient, la place des réseaux sociaux dans la vie des gens et comment ça pouvait être couplé, à chaque fois on proposait des choses en dehors de l'entreprise pour après dire "comment on en est arrivés à proposer ce service Maif"

On l'a fait dans cette optique là, on a essayé d'être un peu choquant, dans la limite du possible, parce que ça reste un milieu professionnel, mais je pense au Hackacon, c'est un peu ce type de choses qu'ils cherchent, on peut faire la pire innovation, la plus débile qui soit, il y en avait une autour du vote pour le front national, c'était inconcevable mais en attendant c'est quand même sorti, le but c'était vraiment de choquer pour mettre du dialogue et arriver sur des choses qui sortent, oui c'est à l'image de ce que je faisais, créer des nouveaux services pour échanger de corps tout ça donc en termes de conceptualisation ça dépend des thèmes. Par exemple sur les RFN c'était Fahrenheit 451, c'était 1984, ces choses, pour l'environnement, il y a le jour d'après, snowpiercer après on essaye de rattacher ça au domaine qu'on travaille.

Ces éléments viennent de tes propres sources ?

Oui il y avait pas mal de ça, le principal c'est lorsque tu crées des ateliers à plusieurs, c'est qu'il y a plus de pans à intégrer, c'est plus intéressant. À l'époque où l'impression 3D est sortie, on avait relié ça à un projet de livrer une imprimante 3D au domicile des personnes et l'imprimante imprimait le véhicule autour de ça, c'était une façon de livrer les voitures, ça c'était sorti d'un design fiction, c'est ce genre de choses qu'on cherche quand on demande "comment on va fonctionner".

Pour composer cet atelier tu t'es calé sur une méthode existante que tu as distordue?

Je suis pas très méthode mais après je suis plutôt distordre. J'aime pas les outils, j'aime pas ça parce que en fait ça ferme, ça peut effrayer aussi, on arrive avec une énorme boîte à outils avec des scies etc, déjà d'un point de vue utilisateur on se dit "je vais perdre une main d'ici la fin de la journée", toi t'arrives en disant "je connais pas trop le mode d'emplois mais on va essayer de le faire ensemble", bah non, t'arrives avec des choses t'essayes de rassurer, déjà que le design fait peur, on en a une vision complètement uluberlue, où c'est l'artiste qui sait dessiner et qui est tout le temps perché et compagnie. Si on arrive en plus avec des méthodes et des choses ultra fermées compliquées, on passe par tel type de fiches, finalement ça se passe jamais comme prévu parce qu'il manque des personnes, il y en a un qui arrive à la bourre, on prends du retard sur l'animation parce qu'il faut reprendre le temps de présenter la problématique. Il y a plein d'aléas, donc il y a plein de fiches de méthodes qui sautent parce qu'on doit rattraper du temps pour finir à l'heure, j'ai du mal avec ce genre de choses, après je m'inspire du bon sens et de se dire "qu'est-ce qu'on peut faire?". Je suis parti du principe, le bon sens c'est découvrir la thématique, découvrir les extraits, "qu'est ce que vous en pensez, qu'est-ce que ça fait naître chez vous? Ce que ça fait

naître chez vous l'idée c'est de confronter ça aux autres, qu'est-ce qui naît comme problématique, lesquelles vous voulez résoudre, comment et sur quoi vous arrivez?"

En général ça ressemble souvent à ça les ateliers et c'est pour ça qu'on cherche de nouvelles formes à chaque fois parce que c'est au fond toujours la même chose et si on fait toujours la même chose on arrivera toujours sur les mêmes projets et thématiques, finalement c'est plus de l'innovation, ça permet de changer et d'ouvrir les ornières. Des fois si on y va franco les gens réagissent bien, on essaye de mettre les formes, on arrive sur un consensus.

Le consensus tu penses que c'est un peu le but du design fiction ?

Quelque part il en faut un peu de consensus pour arriver sur le fait de travailler sur une thématique parce que c'est ce format là, si t'as une semaine, tu peux développer pleins de choses, explorer plein de thématiques, par contre si tu fais ça juste sur une demi journée ou sur deux heures, t'es obligé d'arriver à un consensus sur le choix de la thématique que tu veux. Et parce que tu prends les contraintes de l'entreprise avant tout et pas celles de l'utilisateur ou parce que tu prends que celles de l'utilisateur et pas celle de l'entreprise, il manque toujours des choses.

C'est quoi les livrables quand tu fais des ateliers?

Scénarios, cahier de tendance, on essaye d'arriver sur des prototypes physiques, mais c'est compliqué ça dépend du temps qu'on a et du matériel; souvent sur ce genre de choses le plus efficace c'est des petites prototypes, les gens les ont en main, c'est tangible, le problème des cahiers de tendance c'est qu'on sais plus trop quoi en faire après. En termes de livrables c'est souvent ce genre de choses, après c'est difficile de tangibiliser réellement parce que c'est fait pour diverger, en plus puisqu'on parle de futur on a pas forcément les matériaux, ressources disponibles pour ça, par exemple il y avait une artiste qui faisait des robes en champignon, c'était intéressant de se dire "on peut utiliser d'autres matières pour fabriquer des vêtements" par contre le problème des techniques c'était dès qu'il pleuvait ça se dégradait très vite, on voyait les limites de la chose mais ça avait le mérite d'exister. Si on ramène ça au quotidien, c'est pas ce qui nous intéresse, faire de la R&D pour faire de la R&D, comment on est arrivés sur les prototypes, tout l'argumentaire pour lequel on est arrivés là c'est intéressant, comment s'est construite la réflexion, pourquoi on arrive à ça, ce qu'on essaye de mettre en avant, ça ça passe dans des phases de diffusion, expliquer..

Soit dans l'entreprise, soit au grand public pour aider les consciences, je suis toujours resté dans un contexte d'entreprise, on travaillais pas mal avec la direction donc c'était pour les aider à construire des stratégies, on était des strates en dessous dans les entreprises, eux c'était par la suite pour proposer à leur direction, c'était vraiment très stratégique, comment on se positionne face à l'avenir.

Et vraiment c'est utilisé pour produire des documents stratégiques?

Ou en tout cas nourrir, l'objectif c'est de se projeter et de se dire " quand on fait un plan sur quatre ans on sais pas ce qu'il se passera demain" en tout cas ça permet de donner des grandes directions, on l'avait fait pour l'Oréal, ce qui était intéressant là c'est qu'on travaillait avec leurs structures New York Paris et Tokyo, l'objectif c'était de transmettre les innovations à chaque pôle et de voir ce qui était possible de faire ensemble et de travailler, il y avait un côté visibilité de ce qui est fait chez qui quoi et comment, derrière c'était qu'est-ce qu'on peut faire en commun? Nous sur le marché c'est plutôt ça qui nous intéresse, ça serait bien de mettre en commun" là pour le coup on avait fait de grandes affiches avec " voilà comment sera la vie en 2150, on aura des petits robots qui nous feront le maquillage en permanence, des nanotechnologies partout, la beauté demain sera d'avoir des prothèses, on sera augmenté, parce qu'on arrive dans quarante ans à nos capacités physiques maximales, donc si on veut être augmenté ce sera le coût de se couper le bras pour y mettre une prothèse, la place du sport avec des prothèses pareil", on a fait plein d'exemples dans ce genre là, on a fait des affiches dédiées à cette thématique et le fait de juxtaposer tout ça créait des mélanges, ce format là était intéressant aussi, ça prenait énormément de temps pour créer la fresque, j'y ai passé une semaine ou deux, c'était plus difficile que de trouver des extraits, les couper faire le montage.

A la Maif a quel circulation des production tu as assisté?

Toujours la direction de l'interne quand on a des conférences, c'est dur de mobiliser quand il n'y a pas des grands noms à l'affiche, et après c'est à destination des N+. C'est toujours le problème dans les grands groupes, il y a tellement de filiales de direction, tu sais pas ce qu'il se fait dans le bureau d'à côté parce que c'est pas la même direction, et pourtant on travaille sur la même chose, c'est ce qui me rendait fou quand je faisais des ateliers, les acteurs qui bossaient pour la même boîte ne se parlaient pas, et pour y être maintenant je comprends pourquoi, parce que si je détiens l'info je détiens le pouvoir.

Est-ce que tu veux rajouter quelque chose?

Quand on arrive en atelier et que les gens nous disent "je comprends vraiment pas pourquoi je suis là" et qu'ils repartent en disant " je vais pouvoir utiliser ces méthodes pour travailler " on se dit "ça a pas servi à rien".Toujours les gens dubitatifs, si tu te présente en tant que designer stratégique "qu'est-ce que vous foutez là"; en design fiction c'est génial mais c'est toujours le même problème, la place du design dans l'esprit, la société c'est toujours la même : les joyeux fêtards qui créent à l'arrache, qui font du beau et de l'esthétique, c'est difficile de faire évoluer cette vision là des choses. Dans le design fiction, l'avantage c'est que ça permet d'ouvrir les champs du

design et les façons qu'on a de communiquer ce travail et en même temps ça permet de donner d'autres entrants pour se positionner. Voilà c'est tout ce que je voulais rajouter.

Annexe 5

Pour des raisons de droits, les pages 110 à 116 ont été retirées de la version diffusée en ligne.

Annexe 6

Pour des raisons de droits, les pages 117 à 125 ont été retirées de la version diffusée en ligne.

Annexe 7

Anthony Masure

Entretien réalisé le 17/05/19 au MAIF Social Club (Paris)

Texte placé sous licence libre CC BY-SA

Qui es-tu ? Peux-tu te présenter ?

Je suis Anthony Masure, enseignant-chercheur en design. J'ai une formation en design de mode à l'école Duperré (Paris, 2004), puis j'ai passé l'agrégation de design à l'ENS Paris-Saclay en 2006. Après un master 2 en Arts et médias numériques à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, j'ai poursuivi en doctorat d'esthétique mention design (2008–2014), sous la direction du philosophe Pierre Damien Huyghe, avec un sujet de recherche qui portait sur les relations du design aux pratiques de programmation. Sur le plan professionnel, j'ai enseigné en BTS Design graphique au lycée Jacques Prévert de Boulogne-Billancourt, puis à l'université Toulouse – Jean Jaurès en tant que maître de conférence en design. À la rentrée 2019, je rejoins la HEAD – Genève en tant que responsable de la recherche. Dans mes propres recherches, je travaille surtout sur les relations au design des enjeux socio-politiques et esthétiques des technologies numériques.

As-tu une pratique du design fiction ?

Je regarde par curiosité ce champ, mais je pratique uniquement, et de façon assez épisodique, le design graphique et d'interface. Récemment, je m'essaye à des formes d'écriture plus littéraires, mais cela reste encore balbutiant.

Est-ce que c'est un sujet qui t'intéresse aujourd'hui ?

Qu'on l'apprécie ou non, le design fiction fait partie du paysage du design, et mon métier implique de connaître les différentes approches, processus et méthodologies avec lesquelles les designers travaillent.

C'est quoi aujourd'hui le design fiction ?

Nous nous parlons au Maif Social Club, à Paris, donc je vais répondre depuis le contexte français. Le design fiction, au risque de provoquer, me semble être quelque chose que l'on découvre un peu naïvement, vingt ans après son apparition, et qui, pour être tout à fait sincère, est peut-être déjà fini dans les pays où il a émergé, notamment en Angleterre (par exemple, la première édition de l'ouvrage *Hertzian Tales* du designer Anthony Dunne a été publiée en 1999 par le Royal College of

Art). En France, on a donc une réception distancée temporellement – ce qui n'est pas forcément grave –, mais je n'ai pas l'impression qu'un design fiction à la française ait encore émergé ou, que l'on ait pris suffisamment de recul critique sur ce processus pour en faire autre chose qu'une copie ou qu'un *revival*.

Il y a-t-il des différences entre le design fiction à la française et celui des pays dans lequel il a émergé ?

Je pense que les bases sont les mêmes, et c'est cela qui me pose problème parce que le monde a changé : les outils sont plus les mêmes, les technologies ne sont plus les mêmes, les approches ne sont plus les mêmes. On a de plus un recul critique sur les premières productions qui ont été faites, mais en a-t-on vraiment tiré des leçons ? Je ne sais pas. Où sont, en langue française, les traductions et les bilans historiques et critiques de ce type de travaux ? Comme dans d'autres champs théoriques, peut-être manque-t-on d'ouverture sur des recherches menées hors de nos frontières géographiques et linguistiques.

À quoi est dû ce manque d'ouverture sur l'étranger ?

Plusieurs raisons : manque de curiosité, manque de compétences en langues étrangères (il y a beaucoup d'étudiants, voire d'enseignants, qui n'utilisent pas l'anglais, ou pas assez), manque d'invitation de chercheurs étrangers, manque de veille, manque de prise de risques, et aussi manque de moyens financiers (mais je ne pense pas que cela soit la raison principale) : on n'est pas assez ouvert sur ce qui se passe ailleurs...

Si j'ai bien compris, on a gardé les mêmes sujets qu'il y a quinze ans en Angleterre...

Pas les mêmes sujets, mais les mêmes procédés oui. Les sujets peuvent changer, mais les modes d'analyse et de représentation peuvent s'adapter à plusieurs domaines.

Les procédés, c'est-à-dire ?

Je pensais aux types de scénarii, de dessins, de maquettes, aux façons de représenter les intentions pour être plus précis, et puis aussi au ton global : de manière générale, beaucoup de scénarios de design fiction visent à « alerter » l'opinion publique, et sont donc plutôt négatifs. On va chercher à pousser des technologies dans des pistes extrêmes mais d'une façon plutôt dystopique. Il me semble qu'il nous manque des scénarii positifs car, si c'est pour dégoûter les gens du monde dans lequel ils vivent, quel est l'intérêt ? Une autre limite possible que je vois dans

ces démarches de design, c'est qu'elles ne soient « que » de la fiction. Du coup, qu'est-ce qu'on transforme, qu'est-ce qu'on change dans le monde ? Est-ce du design, ou de la fiction de ce qu'est le design ? La capacité d'intervention du designer, celle de transformer le monde, court alors le risque d'être précisément niée par ce mot même de fiction. Cela ne veut pas dire qu'il faut tout rejeter dans le design fiction, mais cela ne doit pas être la finalité. Le problème c'est que si cela finit « uniquement » dans une galerie, sur un site Web, dans un livre, c'est séduisant, mais quid du caractère (potentiellement) opérationnel du design dans tout cela ?.

Quel est le rôle du designer dans le design fiction ?

Il est producteur d'imaginaires, de scénarii, et éventuellement d'alternatives. Mais le problème c'est de savoir qui va activer l'alternative, si ce n'est pas le designer ? C'est quand même son rôle principal... Évidemment, les capacités de projection et d'anticipation sont extrêmement importantes, mais le design est quand même, à la base, un champ d'action dans le monde. Quelle est la réelle action de la fiction dans le monde ? On va dire « changer les mentalités », « produire du débat », etc. : je pense qu'il y a un risque de tomber dans le *bullshit*, en l'absence d'alternatives concrètes. Si l'on travaille sur un médicament ou une technologie et qu'on en montre des effets délétères, ça ne suffira (malheureusement) pas à la faire aller dans d'autres directions. Au contraire, il faut vraiment proposer, activer, réaliser des incarnations plus positives, sinon on reste (uniquement) dans de la fiction. La fiction est puissante, mais peut devenir un cadre « divertissant », ce qui est tout à fait autre chose que de changer les conditions initiales d'une situation.

Pourquoi as-tu utilisé le terme *bullshit*, qui est quand même assez fort ?

C'est parce qu'on a peu de temps donc je suis pas très subtil dans mes propos... J'ai dit cela en pensant à des formules comme « le design fiction permet de changer les mentalités », comme s'il suffisait de montrer une piste négative pour que les gens s'engagent dans des pistes positives ! Ce n'est malheureusement pas aussi simple... Pour Donald Trump, par exemple, tout le monde savait qu'il était corrompu, que ses idées n'étaient pas les bonnes, c'était documenté dans beaucoup de médias, et pourtant il a été élu. Il y a eu une mise en échec de la prise de conscience de l'information. Il ne suffit donc pas d'exposer des faits, des alternatives pour que les gens changent, cela ne suffit pas. Au contraire, cela montre bien les limites de la prise de conscience, car les personnes « pro-Trump » ont été renforcées dans leur convictions initiales lorsqu'on leur montrait des faits contraires. D'autre part, pour en revenir aux promesses du design fiction (« créer du débat », ou « *design for debates* »), il y a une mise sous silence sur ce qu'est un débat, une rhétorique, du fait que tout le monde ne soit pas égal dans le discours et dans la prise de paroles. Il y en a qui ne vont pas prendre la parole et d'autres qui vont trop la prendre, qui vont s'imposer

par des effets rhétoriques, et donc qu'est-ce qu'on fait de cela ? Le designer a-t-il vraiment une expertise sur la façon dont les gens échangent pour conduire un débat ? Parce que si le débat est l'aboutissement de toute forme de design, du coup cela enferme le design dans une rhétorique, ce qui me semble vraiment dangereux. Je parle de *bullshit* parce qu'il me semble que le discours ne peut pas suffire à changer les environnements de vie.

Tu as soulevé les limites du design fiction, est-ce que ça peut accompagner à la production d'imaginaires plus positifs sur le futur?

Accompagner qui ?

Les gens qui produisent du design fiction, je parle d'ateliers, par exemple en entreprise , qui s'adressent à des salariés. Accompagner la production de scénarios positifs sur le futur pour recréer cet imaginaire, et non pas juste créer une réaction pour créer cet imaginaire que tu disais manquant.

Tu emploies l'expression d'« ateliers en entreprise », et là il me semble que le design peut aussi se fourvoyer dans un rôle d'animateur social. Quand tu crées un modèle alternatif, une proposition qui va à l'encontre du modèle économique de l'entreprise et de sa culture, celle-ci ne peut pas être acceptée de la part des décideurs. Il y a une grosse limite, ce qui fait que les personnes qui animent ce type d'atelier vont être tentées de « gratter dans le sens du poil », sinon elles ne seront pas réinvitées. Des propositions plus radicales ne peuvent pas être entendues parce que le designer qui est invité n'a pas de pouvoir décisionnel dans l'entreprise. Au final, on va garder les pistes qui ne contredisent pas les grandes directions stratégiques... Il y a une forme d'illusion à penser que l'intervenant extérieur puisse changer les choses : oui il peut le faire un petit peu, mais il ne changera pas le modèle dominant. Il a donc plutôt intérêt à travailler à des alternatives, voire même créer lui même son entreprise. Cela me semble plus porteur que de croire que d'animer des ateliers d'une journée avec des *post-it* ou des scénarii va changer quelque chose ; je pense qu'il y a de la naïveté là-dedans. Bien sûr, les designers ne sont pas naïfs, et ces contradictions et tensions sont inhérentes au design, mais disons-le, il faut être sincère, ils sont (aussi) là pour gagner de l'argent. Peut-être qu'ils prennent de l'argent avec ces ateliers pour faire des choses à côté, mais dans ce cas là il ne faut pas faire croire que ces ateliers puissent avoir une réelle portée. Sans doute peut-on trouver des contre-exemples, je suis preneur ! Dans ce genre d'atelier de courte durée, on s'adresse à des gens qui n'ont pas la culture du design – après on ne peut pas demander aux designers de travailler seuls, ça ne serait pas possible, et pas souhaitable –, et on se retrouve donc dans une situation où il s'agit davantage de créer une cohésion dans le groupe, un peu comme les *team building*, plutôt que de créer des vraies pistes divergentes par rapport à la

culture de l'entreprise. Cela rend les gens heureux, il n'y a pas de mal à cela, mais je pense qu'il ne faut pas surévaluer l'objectif de départ et les finalités.

Fais-tu un parallèle quand tu parles de cela avec toutes les méthodologies de *design thinking* ?

Complètement, et je pense d'ailleurs que le *design thinking* signe la mort du design. Je pourrais le définir comme une modélisation simpliste de méthodes de design, opérée par des gens qui viennent surtout du marketing, du commerce et un peu de l'ingénierie. Le *design thinking* n'est pas fait par des designers, et ne s'adresse pas à eux.

Tu parlais de la culture du design, en quoi cette culture du design est-elle importante pour le design fiction notamment ?

Le design est hanté par son rapport au capitalisme, depuis ses débuts au milieu du XX^e siècle avec des figures comme John Ruskin ou William Morris. Cette dimension critique influe jusqu'à aujourd'hui, et donc aller en entreprise et ignorer complètement cette dimension politique et subversive, c'est quand même compliqué... Après, pour beaucoup de personnes, ce n'est pas un problème, car pour elles le design c'est une chaîne de valeur, ça fait vendre, mais cela n'est pas du tout le design que je défends.

La philosophie du design fiction c'est ça aussi non ? Une volonté de prise du pouvoir, finalement c'est presque de la démocratie.

Tu as raison, mais je pense qu'il faut distinguer le design fiction en général et le design fiction une fois appliqué à l'entreprise sous forme d'ateliers. Il y a des choses géniales qui ont été faites dans le design fiction, mais c'était plutôt des initiatives indépendantes qui trouvaient leur finalité dans des publications et des expositions. Mais une fois que cela devient des ateliers en entreprise, il y a quand même une limite, et je pense qu'il faut vraiment distinguer les deux. Peut-on retrouver cette dimension subversive en entreprise ? J'en suis moins sûr. Ce n'est pas une fatalité, mais tu pourrais rapprocher cela du champ de la « facilitation graphique », à savoir les personnes qui font des croquis en direct dans des réunions. C'est un peu la même question : cette personne qui fait des croquis, doit-elle retranscrire la situation telle qu'elle est, ou doit-elle apporter son point de vue ? Ce sont des débats qui animent (ou qui devraient animer !) des personnes dans ce milieu, et que tu pourrais aussi interroger. Si tu fais de la facilitation graphique pour Areva, par exemple, et que tu es anti-nucléaire pour des raisons politiques, comment fais-tu ? Tu es comme un interprète-traducteur : s'il y a des propos racistes qui sont tenus, est-ce qu'on doit les traduire ?

Normalement oui, mais cela pose des cas de conscience. Du coup, est-ce que le designer doit être un simple exécutant et laisser sa part politique de côté ? Mais si on laisse sa part politique de côté, est-on encore vraiment un être humain ? Après pour plein de gens, c'est évidemment plus agréable de ne pas se poser ces questions...

Quel est l'intérêt pour toi d'utiliser le design fiction ?

Dans mes propos, je suis sûrement un peu excessif car il y a de grandes choses qui ont été faites. Je pense notamment aux premiers travaux de Dunne et Raby c'est tout à fait génial, mais eux, à ma connaissance, n'ont jamais fait d'ateliers en entreprise. Le design fiction, on l'utilise désormais pour se donner de l'air... On pourrait très bien me rétorquer : « oui d'accord, mais si on reste sur du petit prototypage, très appliqué, on va manquer de recul et d'ouverture », et ça peut tout à fait s'entendre. Je dirais qu'à un moment, historiquement, il y avait l'idée, dans le design fiction, de se libérer d'un certain carcan du design industriel, et de se dire « on va regarder ce qu'il se passe dans le cinéma, dans la littérature, dans la curation et infuser, renouveler les méthodes de design », ce qui est génial, mais c'était génial il y a quinze ans. C'était totalement nouveau, il y avait un souffle, mais comme toute chose, et surtout dans les métiers de la création, il faut sans cesse réinventer. Cela a-t-il du sens de faire du Dunne et Raby en France quinze ans après, et en moins bien ? On peut quand même se poser la question, car eux sont passés à autre chose, quand on regarde leurs parcours. Ils ne sont plus au Royal College of Arts, et sont je crois partis aux États-Unis.

C'est intéressant ce que tu es en train de dire parce que j'ai interviewé Nicolas Minvielle qui travaille principalement pour des entreprises, qui a écrit un livre qui s'appelle *Faire pivoter votre entreprise grâce au design fiction*.

C'est à peu près la vision du cauchemar façon *startup nation*, non ?

Il s'opposait à Max Mollon sur la pratique du design fiction dans le sens « est-ce qu'il faut dire la vérité aux personnes ? ». Il crée des fictions très réalistes, mais l'idée est ailleurs. Il a « pitché » dans « Hello tomorrow » pour une *startup* qui n'existe pas, pour voir les réactions, s'il y a des gens qui postulent, des gens qui veulent investir...

C'est un très bon exemple du design rhétorique, qui se tient dans la parole. Or pour moi qui suis quelqu'un qui tient à l'esthétique, c'est quelque chose que je ne peux pas entendre. Selon moi, le design se doit d'explorer la technique dans ses dimensions sensibles. Le design rhétorique c'est du discours, mais le design ne peut pas se réduire à du discours parce que l'expérience humaine

est faite de sensibilité, de qualités formelles, sonores, tactiles, etc. Et le discours ne peut pas, ne pourra jamais reproduire cela. Par exemple, si tu racontes un film de la façon la plus précise possible, cela ne donne pas un film. Dans un film, il y a bien d'autres dimensions que le scénario : le cadrage, le montage, la lumière, le jeu des acteurs, les souffles, les décors, etc., et c'est pareil pour des productions de design : tu ne peux jamais les réduire à du discours. Le siège sur lequel on est assis en ce moment, même si tu me le racontes, ce ne sera jamais l'expérience que tu as quand tu t'assois dessus.

Eux proposent comme si c'était déjà fait, il y a le côté « c'est déjà là » c'est presque comme une expérience, non ?

Il y a aucune expérience, que du discours. C'est éventuellement la production d'une situation mentale, mais ce n'est pas une expérience.

Mais le fait qu'elle soit présentée comme déjà existante, cela ne crée-t-il pas cette forme d'expérience de « ha ça existe déjà » ?

Cela fait appel à la capacité de projection des gens, à leur imagination, ce qui est super, mais pour moi cela ne peut être, au moins qu'une partie d'une démarche de design. C'est comme si ce genre de personnes laissait aux autres le soin de faire le « sale boulot », parce que les vraies « emmerdes » du design commencent quand tu commences à prototyper ! Quand tu as une idée de chaise et que tu commences à la prototyper, cela n'a rien à voir avec de l'« idéation ». Quand tu commences à dessiner, tu commences déjà à avoir des problèmes, la différence entre ce qui est dans la tête et la matérialisation (la friction avec la matière), ce décalage, c'est toute l'histoire du design. Et donc, si tu ne confrontes pas la matière aux techniques, si tu ne travailles pas avec les techniques et *dans* les techniques, c'est tout de suite beaucoup plus simple, et donc inintéressant. Imaginons que tu souhaites travailler sur les organes, sur le génome, OK tu peux donner des discours sur tout un tas de choses, mais va te confronter à l'impression d'organes, au travail des cellules, aux matières biologiques, et là il risque de se passer quelque chose. Le designer ne peut pas être qu'un scénariste, c'est ça que je veux dire, cela n'est qu'une partie de son travail, cela ne doit pas devenir une finalité.

Pour toi, le design fiction ne peut pas avoir pour finalité de produire de l'imaginaire ?

C'est ce que cela produit mais du coup à quoi servent ces fictions ? Est-ce que vraiment cela change les mentalités des gens ? Il y a mille autres choses à faire si tu veux convaincre les gens, tu peux entrer en politique par exemple... Il y avait un débat qui disait « est-ce que le designer

n'aurait pas plus de pouvoir s'il arrêta de faire du design, et qu'il se faisait élire en tant que maire ou ministre, que sais-je ». La question est sérieuse : tu peux devenir chef d'entreprise, tu auras beaucoup plus de pouvoir dans l'entreprise que si tu menais un atelier. Imaginons que tu veuilles faire changer les pratiques de Monsanto. Si tu fais un atelier, ça ne change rien. Par contre si tu contrôles 1%, 5%, 10% des parts de l'entreprise, tu auras bien plus de pouvoir qu'en faisant un atelier avec des *post-it*, et là tu pourras changer les choses.

Il est aussi possible d'y réfléchir en se disant qu'on va accompagner des personnes non expertes, que l'on peut amener ces personnes à se poser des questions, et qu'à long terme cela aura un fort impact. Qu'en penses-tu ?

Peut-être qu'à long terme cela peut donner quelque chose, mais comment mesurer cela ? Cela reste flou... Est-ce qu'il y n'aurait pas des stratégies plus efficaces, qui feraient appel à d'autres compétences que le design si on veut faire changer à long terme les choses ?

L'utilisation du design fiction pour produire des documents stratégiques, comme le fait Nicolas Minvielle, qui travaille uniquement avec les entreprises...

C'est un consultant du coup, c'est pas un designer, c'est peut-être hors sujet par rapport à ce dont discute aujourd'hui. Mais on est peut-être en train d'échanger autour du possible « devenir-consultant » des designers ?

L'utilisation du design fiction en tant que non-designer.

Pour moi ce n'est pas du design, c'est du conseil.

Pourquoi on appelle-t-on cela du design fiction ?

Parce que le mot « design » est à la mode aujourd'hui. C'est un mot cerné de fantasmes, tout le monde veut être créatif, personne ne veut être dans un bureau à s'ennuyer. La création fascine énormément, ce qui n'était pas le cas il y a quelques dizaines d'années. L'ouvrage *Le nouvel esprit du capitalisme* (1999) des sociologues Boltanski et Chiapello montre bien comment la « critique artiste » a été complètement récupérée et intégrée dans le capitalisme. L'art, comme capacité de subversion, a trouvé en entreprise un formidable relais de croissance (on pourrait faire un rapprochement intéressant entre l'animation d'ateliers de design fiction et ce retournement de l'art comme force de subversion). L'art était l'un des derniers espaces de liberté pour inventer des choses ou réfléchir, or le capitalisme cognitif s'oppose directement aux conceptions de Hannah

Arendt, Karl Marx ou Platon, qui voyaient l'esprit comme le dernier lieu d'émancipation possible. Mais dès lors que tu exploites les capacités d'esprit et le procédé même de création de la pensée, alors tu enlèves à l'être humain son dernier espace de liberté, et c'est ce qui est en train de se passer. Et quand tu dis « façonner les imaginaires », je trouve ça assez effrayant comme intention : est-ce que l'imagination peut vraiment (et doit) se modéliser ?

Et si on prend comme récit du futur un ouvrage comme *Ecotopia*, ne penses-tu pas que cet imaginaire puisse être une source d'inspiration comme l'est la science-fiction ?

C'est une source d'inspiration, oui, mais le designer produit des choses. Qui va les créer ?

Cela peut-être une source d'inspiration à l'échelle d'une société et pas seulement concernant la production.

Je pense que c'est naïf de croire que le designer peut agir sur toute la société, c'est un acteur parmi d'autres ; il ne faut pas surévaluer son rôle.

Bien sûr, je ne parle pas que du designer, l'imaginaire de la France c'est « plus de voitures dans tant d'années ». Est-ce qu'on va aller dans cette direction ? Il y a-t-il un ordre des choses qui fait que cela va nécessairement se dérouler ainsi ?

Je comprends ce que tu veux dire, créer un imaginaire partagé positif c'est super. Mais le designer est-il le plus compétent pour cela ? Je ne sais pas. Et comment transforme-t-on cet imaginaire positif en une série d'actions ? Comment se fait le levier ?

C'est le rôle de commerciaux, marketing, designers, ça se décline dans plein de disciplines.

Bien sûr, mais il y a quand-même le risque de ne rester que dans du récit. C'est comme s'il fallait imaginer avant de produire, mais ce n'est pas vrai, tu peux déjà prototyper et l'imaginaire viendra après : il n'y a pas de fatalité à ce qu'une production de design soit d'abord un récit avant d'être une production. Pour moi, il faut commencer à produire tout de suite, et non pas commencer par du récit. Il y a aussi l'illusion que n'importe qui puisse être designer, car ça fait rêver. Évidemment, on met des gens dans un atelier, et ils ont l'impression de devenir des designers l'espace d'un instant. Mais c'est quand-même cinq ans d'études en général, et c'est pour cela que je parlais de « culture du design » tout à l'heure, car le design fait appel à beaucoup de compétences, de culture, et d'interdisciplinarité.

C'est quoi être designer alors ?

Le design est forcément un champ interdisciplinaire, il n'est jamais isolable de l'économie, de la politique, de l'ingénierie, etc. Un designer est quelqu'un qui peut dialoguer et faire dialoguer plusieurs champs, qui évidemment pense en terme de formes et de fonctions, mais qui sait aussi que le design n'est pas uniquement là pour vendre ou faire fonctionner les choses. Il y a des dimensions qui vont bien au-delà : la politique, la subversion, les qualités esthétiques, le rapport à la technique, par exemple, sont des enjeux très importants. Pour créer des objets, *stricto sensu*, il n'y a pas besoin d'être designer, c'est pourquoi il y a bien, dans le design, des dimensions autres que celles de simplement « répondre à des besoins ». Je pense d'ailleurs que le design fiction a mis cela en évidence, car son problème n'est pas de faire des choses qui fonctionnent, pas du tout, c'est au contraire d'interroger des situations. Mais moi, ce que je défends, c'est que le design ne reste pas une fiction : il doit y avoir des productions concrètes, du moins plausibles, qui incarnent des questions (des objets au sens large : des interfaces, objets tangibles, ou autres). Le design crée des choses qui sont irréductibles à du discours. Par exemple, si l'on prend des bâtiments créés par des grands architectes, l'expérience d'un bâtiment – quand tu le déplaces dans l'espace, les qualités de lumière, de son, de température – ne peut jamais être totalement racontée : il faut la vivre. De son côté, l'architecte est directement engagé dans l'expérience sensible dès son travail par le dessin ou les maquettes.

La volonté de créer un récit s'explique par le fait que ce dernier est facilement et rapidement partageable à un grand nombre de personnes, au contraire de l'expérience d'un bâtiment par exemple.

C'est vrai que la plupart des bâtiments sont connus grâce à des photographies, car sinon il faut être sur place. Oui, un récit est partageable, mais si la fonction de divertissement est centrale, on est presque dans la fiction au sens d'Aristote : est-ce que finalement on est pas en train de faire du design avec des règles de fiction (ou de récit) qui datent des grecs ?

Est-ce que c'est grave ?

Oui, parce que l'état technique du monde est plus le même ; dès que la technique change, elle change aussi les concepts. Le philosophe Walter Benjamin l'avait pressenti : on ne peut pas raisonner de la même façon à l'époque de la machine à vapeur, et à l'époque de l'informatique (de la computation) ; on ne peut pas appliquer les concepts d'une situation technique à une autre. C'est d'ailleurs le problème avec le Web : quand les dirigeants politiques essaient de le réguler avec d'anciens modèles de pensée, en général cela ne fonctionne pas. En 1996, suite à des

menaces de censure sur les réseaux, l'informaticien John Perry Barlow écrit une lettre au gouvernement américain, la « Déclaration d'indépendance du Cyberespace », qui commence ainsi : « Gouvernements du monde industriel, vous géants fatigués de chair et d'acier, je viens du Cyberespace, le nouveau domicile de l'esprit. Au nom du futur, je vous demande à vous du passé de nous laisser tranquilles. Vous n'êtes pas les bienvenus parmi nous. Vous n'avez pas de souveraineté où nous nous rassemblons. » Si tu fais de la fiction avec des bases issues des grecs, sans les repenser, quel sens cela a ? Bien sûr que l'être humain a toujours besoin de fiction, car je pense pas que l'on puisse vivre dans un monde sans fiction. Inversement, je ne pense pas que l'on puisse vivre dans un monde uniquement rempli de fiction.

Il y a aussi le travail de Bastien Kerspern qui a l'agence Design Friction. Il a une vision du design fiction plus proche de celle de Max Mollon, c'est à dire qu'il s'attache au politique dans le design fiction et à ses origines militantes en organisant par exemple des débats avec les citoyens.

C'est très intéressant, mais on retombe dans ce que je disais tout à l'heure : est-ce qu'un designer a l'expertise pour animer un débat et comprendre les enjeux rhétoriques de prise de parole, de divergences de points de vue ? On sait bien que le rapport à la parole n'est pas le même entre quelqu'un qui a un fort niveau social, quelqu'un qui l'a pas, quelqu'un qui est blanc ou non blanc, homme ou femme, etc.

C'est clair qu'il y a énormément de biais.

Tout le monde n'est pas égal dans la prise de parole pour moi, et puis, encore une fois, où sont les productions ? Qui va faire le « sale boulot » de produire les choses ? Si les designers se mettent à ne plus faire d'objets, que va-t-il se passer ?

La volonté c'est de produire du récit...

Oui d'accord, mais si les designers se mettent à ne produire que du récit, dans quel type de monde va-t-on vivre ? Si ce sont les personnes du marketing ou des ingénieurs qui se mettent à produire, cela risque de donner un environnement inhabitable. Cela a été mis en évidence par le designer italien Andrea Branzi qui, dans son projet *No-Stop City* (1969), expose une ville en proie à l'uniformité et à l'homogénéisation des supermarchés et des trames urbaines modernistes. Mais il ne s'agit pas pour autant d'une fiction à sens unique : elle est ouverte à l'ambiguïté et fait appel à l'interprétation du public.

J'ai vu sur ton site des *slides* d'une conférence que tu as donnée aux journées d'étude CinéDesign (université Toulouse – Jean Jaurès, 2016) à propos du travail de Nicolas Nova, et tu souhaitais différencier design « radical », « critique », et « spéculatif ».

Le design « radical » est facilement situable dans le temps, ce sont les designers italiens du mouvement « radical », une utopie critique qui débute à la fin des années 1960 (Superstudio, Archizoom, etc.) et qui se termine en quelque sorte avec le délitement du groupe Memphis (1980–1988) et l'émergence de l'agence Droog Design aux Pays-Bas (fondée en 1993 par Gijs Bakker et Renny Ramakers). À ma connaissance, l'expression de design « critique » (« *critical design* ») a été utilisée pour la première fois (ou du moins popularisée) par le designer anglais Anthony Dunne, dans son ouvrage *Hertzian Tales* (1999), et développée avec sa binôme Fiona Raby dans *Design Noir: The Secret Life of Electronic Objects* (2001). Il s'agissait d'affirmer la pertinence d'un type de design bousculant le *statu quo* et l'affirmation d'un progrès technique objectif. Le design « spéculatif » est peut-être plus difficile à situer. Il est notamment revendiqué par le designer James Auger, qui a enseigné au Royal College of Arts (RCA), où il a soutenu son doctorat en 2012. Auger s'éloigne des contraintes commerciales du marché et utilise la fiction pour « spéculer » sur des produits, services, systèmes et mondes futurs. Ce terme est d'ailleurs repris dans le titre de l'ouvrage *Speculative Everything* de Dunne et Raby, publié en 2013. L'expression de « design fiction » aurait été employée (inventée ?) pour la première fois par l'auteur de science-fiction Bruce Sterling en 2005 dans son ouvrage *Shaping Things*, puis reprise en 2008 par Julian Blecker (employé par Nokia, et cofondateur du Near Future Laboratory) dans une conférence intitulée « Design Fiction: Something and the Something in the Age of the Something » (colloque Engage Design, Montréal). Si l'on prend du recul sur toute cette histoire, qu'il faudrait largement affiner et préciser, on peut donc constater d'une part que le rapport du design à la fiction n'est en rien nouveau (on pourrait remonter plus avant), de même que sa dimension « critique » voire « spéculative » – qui peut s'incarner autrement que par la fiction. À ce propos, connais-tu Thomas Thwaites ?

Non.

Thomas Thwaites a fait une expérience que je trouve intéressante, relatée dans son livre *Goat Man. How I Took a Holiday from Being Human* (2016), qui consistait à vivre pendant plusieurs semaines avec des prothèses le transformant en une sorte de mouton. Il ne me semble pas que cela soit du « design fiction », mais à vrai dire je ne sais pas vraiment dans quelle catégorie le ranger... Je pense aussi à Noam Toran (bien étudié par l'historienne du design Alexandra Midal), un designer qui a utilisé le médium filmique dans sa démarche (par exemple *Desire Management*, 2005) : comment filme-t-on des objets, comment cela devient autre chose, etc. ?, cela me semble

plus intéressant que les ateliers en entreprise que tu évoquais ! Il faut aussi regarder ce que fait la designer franco-israélienne Nelly Ben Hayoun, une sorte de « design d'expérience » difficile à qualifier : elle utilise la forme du documentaire, mais je ne dirais pas que c'est du récit, car quand tu fais un film, en tant que designer, cela implique nécessairement un autre rapport au montage et aux objets filmés. À vrai dire, ce type de démarche me stimule davantage que des récits de design stéréotypés sous forme de *storyboards*... Bien sûr, quand tu dessines il y a un rapport au sensible, mais qui dans ce cas ne va pas très loin : j'ai l'impression que c'est vite normé dans les méthodes de représentations, il y a le fond blanc, le côté un peu *clean* / laboratoire, mais que se passerait-il si l'on situait les objets dans des environnements impurs / *dirty* ? Globalement, il y a un aspect clinique dans l'imaginaire du design fiction et dans le design en général. J'ai l'impression que Nelly Ben Hayoun fait autre chose, par exemple son volcan artificiel (projet *The Other Volcano*, 2010) est photographié / filmé dans un « vrai » salon domestique, et non pas sur un fond blanc.

L'idée c'est aussi voir l'intérêt du design fiction en entreprise, qui bien sûr a l'air décorrélé de la philosophie de base...

Au bout d'un moment, tu ne peux pas formuler des idées subversives sans changer le modèle économique, ça ne peut pas marcher. Il faut que les designer se positionnent aussi, pas qu'eux, sur ces modèles économiques sinon cela restera un pansement sur une jambe de bois. Un designer peut prendre davantage de pouvoir en entreprise ou créer la sienne : pourquoi un designer ne serait-il qu'un exécutant avec des gens qui décident au dessus de lui ? Il n'y a pas de fatalité à cela. Si le designer n'a pas la culture de l'économie ou de la psychologie, par exemple, je pense que ses réponses – ses propositions, plutôt, car je ne crois pas que le design crée des « réponses » –, resteront limitées et n'auront pas beaucoup de pouvoir d'action dans le monde. Je pense qu'il y a une forme de naïveté à croire qu'en donnant des scénarios aux gens ils en feront forcément quelque chose.

Cela peut être pris comme une inspiration pour créer...

Si des gens sont en entreprise à temps plein, ils vont être pris dans le modèle économique dominant. Le bon exemple c'est Xerox : ils ont inventés les premiers ordinateurs à interface graphique à la fin des années 1960, mais ils n'en ont pas compris l'intérêt et vendent toujours aujourd'hui des photocopieurs, car c'est Apple qui a récupéré l'idée : Xerox n'avait pas vu le potentiel général de l'informatique personnelle.

Est-ce que c'est pour toi possible d'être designer en entreprise ? Ça t'évoque quoi ?

Heureusement qu'on peut être designer en entreprise ! C'est même le modèle dominant. Mais la question c'est de savoir quelle place, quel rôle, et quelle liberté on se donne. Si tu prends Etienne Robial, le designer graphique qui a créé l'identité visuelle de Canal +, quand Canal + l'a contacté il leur a dit « je veux bien travailler pour vous, mais je veux être à position égale avec les dirigeants et discuter à égalité avec les directeurs de chaînes ».

Pourquoi a-t-il voulu ce statut là ?

C'est une question de stratégie. Si le designer ne se positionne pas sur ce domaine, je pense que c'est foutu. Bien sûr qu'il faut des designers en entreprise, c'est indispensable, et c'est d'ailleurs la majorité des endroits où il y en a. Mais il ne peut pas y avoir que des designers *freelance*, mais la question c'est de savoir s'ils sont « réduits » ou non à des rôles d'exécution, ou de savoir s'ils peuvent avoir leur mot à dire sur la vision stratégique de l'entreprise. Dans bien des cas, dans l'organigramme, le designer est rarement situé dans le haut du panier...

Pourquoi ne donne-t-on pas un rôle stratégique aux designers ?

Il faut faire de l'autocritique : je pense que les designers ont très peu ces envies et ce type de compétences, et d'ailleurs ce n'est pas quelque chose que l'on enseigne dans les écoles de design (du moins en France).

Il faudrait faire une école de commerce ?

Oui, enfin il y a vraiment à boire et à manger dans les écoles de commerce mais tout n'est pas à rejeter non plus... Mais si l'on prend les écoles d'art et de design, il n'y a quasiment aucun cours d'économie-gestion, les différentes théories psychologiques ne sont pas non plus enseignées, les sciences sociales, il faut voir, de même que pour les sciences dites « dures ». Je pense qu'il y a un problème dans les cursus : le designer ne va pas se sentir légitime à pouvoir jouer un rôle stratégique. Et si lui même n'y croit pas, on ne va pas lui donner ce rôle !

On fait des formations qui sont hyper spécialisées, comme par exemple les commerciaux, les gens qui sortent d'une école de commerce n'ont pas la compétence parce qu'on se dit « ils vont collaborer »...

Oui, il faut cette jonction, sortir de son champ d'origine pour pouvoir être plus fort. Il ne s'agit pas de faire des designers des commerciaux, mais d'avoir plus d'accroches, de ponts, cela me semble urgent, sinon le designer, de lui-même, se positionnera comme un exécutant, il sera embauché

pour cela et ne verra pas le problème. Je pense qu'il y a une autocritique à faire de la part des designers et des formations au design. Quand j'étais étudiant à l'école de mode Duperré, la réussite c'était d'être embauché chez Chanel ou Dior, ce n'était pas de créer sa boîte d'accessoires ou de vêtements. Il n'y avait pas de place pour l'entrepreneuriat ou pour ce type de ces compétences. Il est heureusement possible de faire des choses en dehors de ce que l'on a appris. J'ai pris une autre direction, j'ai créé mon entreprise, mais j'ai dû trouver les ressources ailleurs. Je pense que si le design est quelque chose qui est vraiment dévalorisé en France, c'est notamment en lien avec l'héritage des Arts décoratifs (c'est une vieille histoire qui n'est pas autant présente dans des pays comme l'Angleterre, les Pays Bas, ou l'Italie, qui ont une culture du design beaucoup plus forte). Il y a aussi sans doute un problème à propos du mot « design », avec son étymologie, qui n'a pas le même sens en anglais et en français. Toutes ces incompréhensions font que c'est difficile pour un designer de faire connaître sa discipline. Il y a aussi un manque de connaissance à propos de l'histoire et de la théorie du design par les designers eux-mêmes, ils ne maîtrisent pas forcément ces textes fondamentaux. Beaucoup de textes sont épuisés, difficiles à trouver, il y a aussi un problème de corpus qui fait que cela n'aide pas à avancer...

Pour clôturer le fait que le design n'est pas pris au sérieux en France, il y a aussi le fait qu'on utilise le design pour tout, comme tu le disais.

C'est devenu un terme fantôme. Quand, au delà de la France, une marque comme Habitat fait appel à des stars comme Carla Bruni ou les Daft Punk pour créer des objets, cela interroge. Même les coiffeurs se disent designers, « *hair designer* ». En anglais on utilise « design » pour dire « conception », mais dans un sens très large. C'est la différence entre conception et design qui est à interroger, une question compliquée !

Pour toi *hair designer* est une expression à proscrire ?

Pas forcément, mais quand ça désigne un coiffeur lambda, oui. On pourrait prendre la question des cheveux au sérieux, mais c'est rarement le cas dans les enseignes qui utilisent ce mot là.

Selon toi est-ce que cette vision du design va être amenée à changer dans les années à venir ? Qu'est-ce qu'il faudrait pour que ça change ? Un parti designer pour les élections européennes ?

Si l'on reste dans le contexte français, je pense qu'il y a une inadéquation entre le cursus et les enjeux contemporains. Selon moi, un des gros problème c'est que l'enseignement du design est la plupart du temps segmenté sous forme de sous-disciplines : design graphique, design de mode,

design d'espace, etc., or les problèmes actuels font appel à des choses beaucoup plus transverses. Le fait de segmenter les sections va de fait limiter les propositions. Si tu es en design graphique, tu vas par exemple présupposer que la production doit être une affiche, un livre, un site Web, alors que ce qu'il faut faire est peut-être à la fois un espace et un livre, ou alors un vêtement et autre chose. Il faut avoir une approche beaucoup plus globale et ouverte. On peut aussi évoquer l'importance de l'approche de terrain, qui n'est pas vraiment représentée dans le design fiction. J'ai été coresponsable d'un master de design interdisciplinaire (DTCT) à l'université Toulouse – Jean Jaurès, dans lequel les étudiants avaient obligation, dès le début, de travailler avec des acteurs de terrain (associations, etc.) et de faire émerger des propositions à partir de ces enquêtes. Il y a un danger, dans le design de fiction, c'est d'oublier cette approche de terrain, de se passer de cette longue phase d'analyse sociologique et anthropologique.

Le terrain, je parle encore des ateliers, ne vient-il pas des personnes qui participent aux ateliers, qui sont salariés de l'entreprise ?

Si tu fais des ateliers d'une semaine, ce n'est pas suffisant, les choses dont je parle, un étudiant met deux ans à travailler là-dessus ; en une semaine qu'est-ce que tu veux faire de bien ? Par exemple, j'avais une étudiante qui travaillait sur les espaces de chimiothérapie en hôpital, il faut qu'elle soit en immersion beaucoup plus longtemps qu'une semaine pour que cela puisse décanter. Il faut de la confiance et du dialogue. Comprendre l'autre, lire des ouvrages d'histoire de la médecine, ce n'est pas possible en une semaine.

Est-ce qu'il faut mieux ne pas faire de design fiction, ou le faire en une semaine ?

Parfois c'est mieux de ne rien faire, parce qu'il y a le risque d'épuiser le design, de le vider de son sens..., mais les personnes du collectif Bam pourraient toutefois nuancer ce que je viens de dire.

Est-ce qu'il y a des designers qui sont très médiatisés et connus du grand public ? Peut-être qu'il manque des figures ?

Hormis Philippe Starck, dans le design produit, il y a les frères Bouroullec qui sont connus, mais ils n'écrivent vraiment. Je ne pense pas que l'on manque des designers connus, mais plutôt de designers qui écrivent depuis leurs pratiques. Il n'y a plus vraiment de prises de position critiques, de débats sur lesquels on puisse s'appuyer, et je le regrette.

Revenons au design fiction. J'ai l'impression qu'il y a une méthodologie qui se dessine de ce que ce j'ai pu voir à la Maif. Est-ce que c'est une méthode que tu utilises, ou est-ce que justement, pour toi, ce n'est pas du tout du design fiction?

Je n'utilise pas ce genre de méthode, mais je pense qu'elles peuvent être très puissantes à condition de les mélanger avec d'autres, par exemple avec du prototypage. Je pense que c'est ça le danger : croire que l'on puisse faire du design sans prototyper, sans itérer à partir de la matière, qu'elle soit tangible, numérique ou autre. Je crois que le designer, son cœur d'activité, c'est de travailler avec les techniques.

En ayant des formats courts on s'adresse à beaucoup plus de gens.

Oui mais ça reste superficiel, il y a un côté « animateur » au sens négatif, le designer « BAFA » ou « Club Med ».

Selon toi, est-ce qu'il faut que les mêmes personnes soient là du début à la fin du processus ?

En effet, le mieux c'est que ça soit la même personne, autrement la continuité est perdue. Établir un rapport de confiance avec les gens prend beaucoup de temps : c'est un enjeu pour toutes les agences de design, et souvent on ne laisse pas ce temps là, donc on va rester dans des habitudes et schémas qui fonctionnent, et formuler des propositions qui ne vont pas être inventives. C'est la différence entre le design qui va déranger et le design qui va séduire ; il y a la tentation de rechercher la séduction dans ces ateliers.

Selon toi quel est le futur du design fiction ?

Comme nous l'évoquions tout à l'heure, il y a un risque de dériver vers du *design thinking*.... Cela participe d'un mouvement plus large de récupération du design par les écoles de commerce. Mais ce que fait Nicolas Nova avec le Near Future Laboratory est par exemple plus intéressant.

Nicolas Minvielle, je reviens encore à lui parce qu'il a une position assez forte dans le côté commercial, il vend des prestations, et en même temps ce qu'il disait c'est que le facteur temps...

Être designer, ça prend du temps !

Même si, sur la politique du design fiction, il s'oppose à plein de gens parce qu'il fait du commerce avec ça, il ne fait pas des ateliers d'une heure.

Si tu veux faire du design et changer les choses, ça prend du temps, c'est difficile et ingrat. Faire bouger un acteur comme EDF, par exemple, ne peut pas se faire uniquement lors de courts ateliers.

Ou alors avec les gens qui s'occupent de la direction ?

De manière générale, il est préférable de connaître les gens, leur histoire, d'où ils viennent, leur formation, etc., ce qui n'est pas possible en seulement 1 heure. C'est un peu comme pour une relation sentimentale ! Je pense que la démarche de design est plus intéressante dans des projets qui s'étalent sur plusieurs années. Il y a des choses qui ne peuvent pas être accélérées, notamment la recherche, tu ne peux pas faire une thèse en un mois, c'est impossible. Si l'on dit que le design fiction a une dimension critique, subversive, voire même de recherche ou d'exploration, il faut se laisser le temps, et le problème c'est qu'en entreprise il y a des objectifs de rentabilité, ce qui engendre des contradictions et des tensions.

Annexe 8

Bastien Kernsporn

Entretien réalisé le 21/05/19 dans un café (Paris)

Bastien Kernsporn

Entretien réalisé le 21/05/19 dans un café (Paris)

Question simple et pourtant nécessaire en début d'entretien, Peux-tu te présenter ?

Oui, je m'appelle Bastien Kerspern je suis designer de formation. J'ai un master en ce qu'on appelle design d'interaction qui est en fait design pour la conception de services numériques que j'ai eu à l'école de design de Nantes il y a quelques années maintenant. Et je me suis très vite orienté vers le design de service et service qui a plutôt vocation sociale je ne me voyais pas bosser pour Google ou Facebook, c'était pas trop dans mes envies. Et j'ai découvert un master qui abordait la question du design de politiques publiques en fin d'étude ce qui m'a fait travailler sur la participation citoyenne et comment on utilise le design pour "l'intérêt général". Et de fil en aiguille j'en suis venu au design fiction et à la médiation par le jeu puisqu'aujourd'hui je suis designer dans deux studio que j'ai cofondé en 2014 : Design Friction qui travaille sur le design fiction et Casus Ludi qui travaille plutôt sur la médiation par le jeu. Ce sont des structures sœurs car grosso modo ce sont des gens qui sont "schizophrènes" car travaillant dans les deux structures en parallèle.

C'est-à-dire ?

C'est une double activité, c'est vraiment des structures imbriquées qui travaillent plus globalement sur l'information et la participation des publics. Une des structures le fait par le jeu l'autre par le design fiction. Et j'insiste sur le terme "studio". Pourquoi ? Parce qu'on a pas vocation à grossir et à devenir une agence qui a des clients partout. On veut être nos principaux clients et pour financer nos projets on fait des projets pour d'autres clients. C'est-à-dire qu'il y a un tiers de notre temps qui est consacré aujourd'hui à des explorations internes comme les Décisives qu'on finance avec l'argent qu'on a rentré via du design fiction, via de la médiation par le jeu. C'est vraiment l'ADN commun des deux structures, on croise le jeu avec le design fiction, on utilise le jeu pour faire du design fiction on fait pas mal d'hybridation entre les deux approches.

Studio ça veut qu'on ne fait pas uniquement de l'argent ?

C'est notre définition à nous et c'est pourquoi on ne se définit pas comme une agence parce qu'une agence a une activité qui est quasiment 100% de prestations pour des clients, là où on est plutôt autour de 30% de projets auto-commissionnés et auto-financés. Ça peut varier entre les gens du studio, certains sont plutôt à 50% sur des projets internes c'est pas forcément de la recherche ou du développement, parce qu'il y a pas forcément de protocole de recherche strict et

pas forcément de développement commercial en bout de chaîne. , On se saisit d'une problématique que l'on déroule et développe par la suite. On fonctionne comme ça depuis le début et... on continue de fonctionner comme ça. Le but ultime c'est plutôt d'aller sur des sujets qui n'ont pas été traités par ailleurs. C'est vraiment une différence que je fais avec les agences personnellement. Cependant, je suis pas sûr que ça soit la définition universelle de ce qu'est un studio ou de ce que c'est une agence. On se rapproche plutôt de l'artisanat dans la façon dont on se voit que, par exemple, de la startup ou de la structure de consulting "traditionnelle".

Quelle est ta pratique du design fiction aujourd'hui ?

Aujourd'hui c'est une double pratique plutôt en accompagnement de client, on est plutôt majoritairement sur l'accompagnement d'organisations publiques à la fois par accointance éthique parce que personnellement j'ai commencé à travailler sur les questions de politiques publiques donc forcément il y a déjà un réseau et une affinité personnelle et professionnelle. On en fait de plus en plus pour les entreprises notamment pour celles qui se lancent dans une réflexion éthique quant à leurs activités. On est davantage sur un accompagnement dans un cadre de prestation qui est établi, car on sait qu'il y a différentes temporalités au cours desquelles on peut intervenir. e pourrais revenir plus tard dessus. Et l'autre pratique, est une pratique plus personnelle plus expérimentale sur des nouvelles approches du design fiction, sur des sujets qu'on aurait pas traités par ailleurs, des hybridations avec le jeu. C'est pas complètement du design fiction, c'est pas complètement du jeu, c'est plutôt voir comment les deux s'entremêlent.

Est-ce que tu as des exemples de ce que tu fais avec Design Friction et ce que tu fais plus personnellement ?

Au sein de de Design Friction, les exemples plus personnels sont ceux développés quand je ne bosse pas pour des clients. Je reparle du projet *Les Décisives* parce que c'est le projet du jour mais on en a fait d'autres comme ça. On a pas attendu qu'on nous donne une opportunité de traiter un sujet qui nous intéresse pour en faire un projet.. Sur la partie prestation du design fiction, on a accompagné dernièrement par exemple un aménageur urbain qui s'appelle la SAMOI, à Nantes. Il y a une île au milieu de la ville qui est un ancien territoire plutôt industriel qui est en train d'être reconverti en quartier de la création, un quartier qui a vocation à accueillir des expérimentations de smart city, ça va de la rue connectée à l'éclairage urbain intelligent à du tracking de pollution. L'idée est de proposer des expérimentations pour tester le potentiel de ces solutions urbaines. L'aménageur de ce quartier a organisé une série d'ateliers citoyens l'année dernière (NDLR : Septembre-Décembre 2018) autour de la construction d'une charte qui viendrait encadrer l'usage des données dans l'espace public. Avec les citoyens, nous avons créé les règles

du jeu de la rue connectée, qu'est-ce qu'on peut faire, qu'est-ce qu'on peut pas faire. Pour la co-construction des règles du jeu de la rue connectée, on avait notamment utilisé des outils ludiques pour imaginer ces règles ensemble avec les citoyens et les habitants.

Au cours du dernier atelier, on a plutôt repris la casquette Design Friction et on a fait une sorte de crash test de ces règles. On a projeté ces règles dans le futur à l'horizon de 5 à 10 ans avec des design fictions que nous on avait imaginé qui servait à mettre les participants dans le bain. On a vraiment pensé le tout comme un crash test On a pris ce qu'avait fait les citoyens et d'une certaine manière on l'a envoyé dans le mur avec eux et on a regardé ce qui manquait, ce qui cassait. Au fil de l'atelier ils ont pu amendé leurs premières idées de règles avant de les remettre aux élus. Pour rester dans l'actualité, hier c'était la réponse des élus aux préconisations citoyennes et les élus ont expliqué ce qu'ils pouvaient faire, ce qu'ils pouvaient pas faire, ce qu'ils pouvaient garder, ce qu'ils ne pouvaient pas garder. Ce projet est intéressant parce que parfois on fait du design fiction pur et dur, se suffisant à lui-même, et d'autres fois tout l'intérêt c'est d'intégrer le design fiction au sein d'une démarche d'innovation plus large qui est pas forcément basé sur le design. Typiquement, ça peut être basé sur l'ingénierie, une transformation politique, ça peut être en lien avec d'autres disciplines. Finalement, on utilise le design fiction parce que ça a du sens et pas juste pour le plaisir d'en faire.

Est-ce que ça doit être forcément associé à quelque chose ou ça peut être utilisé seul ?

Le design fiction peut tout à fait être utilisé seul. Par exemple, on a fait une démarche de design fiction avec un groupement d'industriels et de chercheurs pour les aider à trouver quelles étaient les applications de l'imprimante alimentaire 3D, parce qu'ils avaient la techno mais ils avaient pas les usages. Donc on les a fait réfléchir sur ce qu'ils pourraient faire avec, ce qu'ils devraient peut-être pas faire avec aussi : les applications et les implications. Dans ce cas, c'était purement du design fiction pour l'ensemble de la démarche.

Dans ce cas, on est plutôt dans un accompagnement de clients, soit ça passe par des ateliers, soit ça passe par des scénarios que nous avons imaginé, soit parfois les deux combinés. Il faut juste trouver le bon format. On a pas de méthodologie préétablie, on a pas d'offre packagée. C'est ce qu'on disait lors du design fiction club la dernière fois, parce qu'on pense qu'il ne peut pas y avoir d'offre packagée pour le design fiction. C'est une démarche qui est réflexive, c'est une démarche qui est critique, c'est un peu l'antithèse du design thinking qu'on a voulu appliquer partout avec des règles universelles quitte à pas prendre en compte le contexte là où il est appliqué. Ici, on est sur du design qui veut créer du débat, qui veut créer de la discussion. Il faut avoir beaucoup de respect pour les parties prenantes de ce débat parce qu'elles arrivent avec leur propres valeurs et convictions. Donc on ne peut pas arriver avec un truc déjà packagé et déjà préformaté. Il y a pleins

de façons d'intervenir et on travaille également beaucoup - avec Casus Ludi - sur ce qu'on appelle le design de la confrontation. Autrement dit, comment mettre en débat une design fiction. Parce que c'est bien d'avoir imaginé le scénario tout seul ou à plusieurs, mais comment le mettre en débat ensuite ? Et comment faire en sorte que ce format de débat, autant pour les participants que les commanditaires, permette d'en tirer quelque chose ? Finalement, ça revient à ne pas se contenter de la fiction produite et donc à ne faire que 50% du travail.

Justement le débat, il y a parfois beaucoup de réserve sur le fait qu'un designer puisse organiser un débat ?

ça dépend des designer. Oui ça ne fait pas partie des prérogatives de base des designers mais on est jamais uniquement designer. Je veux dire, même si tu fais design de politiques publiques, tu n'es pas uniquement designer, tu as une expertise sur les politiques publiques tu as un peu une casquette d'agent public. Cette compétence je l'ai en partie acquise parce que j'ai bossé avec la commission nationale du débat public sur des dispositifs de débats publics donc je vois comment tu prépares et équilibres un débat. ça fait un petit moment que je bosse sur tout ce qui concerne les questions de démocratie et participation citoyenne en fait et c'est quasiment une expertise que l'on a développé en interne : savoir construire un format qui permet de faire participer les gens et de s'assurer que c'est équilibré pour que chacun ait la parole, pour pas qu'il y ait, comment dire, de coup d'épée dans l'eau parce que rien ne sera sorti de ce temps. Cependant, il faut toujours accepter que ça puisse rien donner non plus. Parce que un débat c'est pas non plus un quelque chose qui est fait pour être totalement productif avec un livrable bien carré à la fin. Mais la mise en débat d'une design fiction, c'est plus une expertise développée à part entière qu'une prérogative de base du designer.

Si je voulais parler en terme commercial je dirais "c'est une de nos spécialités qu'on a développé : créer ces formats de mise en débat". On a créé le studio Design Fiction sur ce paradigme, en 2014, alors que le design fiction / speculative design était encore très orienté "Royal College of Arts" et donc avec des projets taillés pour les galeries et les musées, là où tu as pas forcément de débats, car tu es juste face à l'objet en tant que tel. On s'est dit que ce serait bien de sortir de ces espaces qui ont leurs avantages mais qui ont aussi leurs inconvénients et comment ça peut aider à créer du dialogue. Parce que c'était la théorie du design spéculatif, cette idée de créer du débat, mais en fin de compte si c'est mis sur un piédestal et que les gens restent 30 secondes devant et partent après, la mission n'est pas remplie.

Tu as fait un parallèle , que j'ai entendu pleins de fois, entre design fiction et design thinking, pourquoi tu as fait ce parallèle ? Qu'est-ce que ça t'évoques ?

Le design thinking a beaucoup occupé l'espace dernièrement sur la scène du design ce qui a permis aussi au design, à mon avis de plus s'installer, parce que la France n'est pas un pays qui a une culture du design contrairement aux pays anglo-saxons. Le design thinking est un espèce de cheval de Troie pour le design mais en même temps c'était aussi un moyen de faire du design sans en faire. J'ai fait mes classes chez IDEO en fait, avant de me lancer en indépendant, qui est connu non pas pour avoir inventé le design thinking, parce que ça existait avant mais pour l'avoir démocratisé et diffusé et packagé. Et le design thinking chez IDEO c'était beaucoup une technique pour faire de l'avant-vente, un outil de persuasion, un outil d'évangélisation plus qu'une méthode proprement de travail sauf que ça a été dévoyé en méthode de travail notamment beaucoup en France ces dernières années. Là où le design fiction n'est pas tant quelque chose qui se prend pour une méthode car c'est vraiment les mêmes outils que le design classique on fait du prototypage, on fait de la recherche, on fait de l'entretien en amont, de l'entretien utilisateurs, on fait du débat et finalement c'est vraiment les mêmes outils mais la posture n'est pas la même. c'est à dire qu'on ne le fait pas dans les mêmes fins que le design un peu classique donc c'est davantage une question de posture qu'une question de méthodologie. c'est pour ça que je vois le design fiction un peu comme un pendant au design thinking, une approche qui décide de ne pas faire des design sprint mais de prendre son temps, de réfléchir, poser des questions plutôt que d'apporter des réponses. L'idée n'est pas que l'un doit anéantir l'autre mais qu'il y ait les deux approchent du design qui coexistent et voir comment est-ce qu'on fait des ponts entre les deux c'est là l'intérêt aujourd'hui. Mais pour revenir sur la comparaison et la mise en tension des deux, en France on a été très en retard sur le design thinking et le design de service ça a beaucoup pris là sur les 5 dernières années et on a vécu cet effet de rattrapage alors que le design thinking était bien installé dans tous les autres pays. Pour moi, c'est un peu le syndrome Minitel dans les années 90, on a tout misé sur le Minitel et on a raté le coche internet, qui fait qu'on a toujours un peu de retard de ce point de vue en France de nos jours. C'est un peu la même chose avec le design thinking on était très en retard sur le design thinking et j'ai l'impression que si les gens se ruent en partie sur le design fiction notamment - tout ce qui est agences "classiques" de design/consulting, pour ne pas rater le train au cas où il y aurait quelque chose à prendre. C'est plus une approche opportuniste : "on veut pas rater le coche". Pour autant je ne suis pas sûr que le design fiction soit un marché comme l'a été le design thinking. Le design thinking était taillé pour répondre à des besoins d'entreprises c'était vraiment une machine de guerre, commercialement parlant c'est très bien pensé, très bien exécuté. Et pour être tout à fait honnête, ça a pleins de bons aspects le design thinking faut pas le jeter aux oubliettes.

Mais le design fiction vient d'une affiliation avec le spéculative design, il y a quand même quelque chose de fondamentalement paradoxal parce que le design spéculatif c'est l'idée que le designer s'extrait des contraintes économiques du marché pour produire des visions alternatives imaginer d'autres mondes. Il y a quelque chose d'un peu contre-intuitif à se dire "on va faire un marché du design fiction" alors que le principe de base repose sur une invitation à s'extraire des contraintes économiques pour faire des projets qui n'auraient pas pu se produire dans le cadre de ce même marché. Et là vu qu'on fait un rétropédalage vis-à-vis de ce principe et qu'on va faire du design fiction avec les contraintes du marché il y a un équilibre à trouver qui est pas simple. on peut le vendre, à mon avis, d'une manière très mercantile : c'est de la prestation, c'est de l'atelier de créativité orienté vers le futur, c'est bien on s'amuse, on fait des prototypes qui sortiront jamais Mais finalement, on s'est pas posé les bonnes questions ça a évité de regarder les vrais problèmes en face pour pas non plus vexer le client, donc là tu as fait du design fiction type prestation mercantiliste. Pour autant est-ce que ça a eu les impacts, est-ce que ça a été critique, est-ce que ça a vraiment exploré les alternatives ou est-ce que finalement ? La question se pose.

Une question que je me pose : Le format atelier en entreprise, a quel point il s'oppose, à la façon de faire bien du design fiction ou pas ?

La question c'est un atelier mais qu'est-ce que tu fais pendant l'atelier. Est-ce que tu construis avec des citoyens / utilisateurs des design fiction ou est-ce que tu confrontes le design fiction aux gens ? Déjà est-ce que c'est un atelier de débat ou un atelier de construction ? Déjà c'est pas le même résultat et ça arrive pas forcément au même moment du projet. Est-ce que tu as besoin de construire la design fiction avec les parties prenantes ? S'il y a moyen de faire du design fiction "participatif", est-ce que c'est parce que tu veux faire accepter un projet ou une transformation par ailleurs ? Dans ce cas, on est plutôt dans le cadre d'un atelier de validation, ce qui pour moi est déjà une sorte de dévoiement du design fiction. D'autre part, qu'est-ce que tu fais des productions des ateliers, est-ce que c'était juste une expérience pour réfléchir ? Car souvent, le plus important c'était le débat entre les gens lorsqu'ils ont construit les fictions et pas forcément ce qui en ressort en tant que tel. Au contraire, est-ce qu'il faut que les scénarios après aient une autre vie et être montrés à un comité de décision par exemple ? Est-ce que les productions ont besoin d'être retravaillées ? C'est pour ça que je dis qu'il n'y a pas une méthodologie pré-établie mais il y a pleins d'embranchements à une approche de départ. Chez Design Friction, on fait vraiment du sur-mesure par exemple. Si on n'y prête pas attention, on a très vite fait de courir le risque d'avoir un atelier "coquille vide", un atelier qui sert de faire-valoir d'une certaine manière. Cela revient à dire "on a fait un atelier de design fiction, on s'est posé des questions" mais en fait c'était juste un effet de com'. Cela tient davantage d'un effet un envers soi même, se dire on a fait du design fiction et donc on en est. C'est très performatif et un peu absurde à ce niveau là. Parce que

justement le design fiction n'est pas là pour s'imposer face à ce qu'il y avait avant, c'est juste une autre posture pour d'autres objectifs. En résumé, l'atelier en entreprise est une piste intéressante, mais ça dépend à quoi il sert : est-ce que c'est un prétexte, est-ce que c'est inscrit dans une volonté politique ? Est-ce que c'est juste une parenthèse enchantée ? Il y a pleins de questions qui se posent. Finalement, est-ce qu'on veut vraiment faire du design fiction avec tout ce que ça implique ?

D'autre part, il est difficile de demander à des gens qui ne sont pas designers de faire du design fiction. Donc on va faire un truc qui peut s'approcher du design fiction sans tout à fait en être. Je veux pas mettre des label sur ce qui est du design fiction et ce qui n'est pas du design fiction mais, il y a certains impondérables, notamment la partie prototypage. Par expérience, on sait que c'est des visions plus consensuelles qui vont ressortir d'un atelier participatif avec des non-experts. Si on le fait avec des experts, les scénarios seront plus affinés et on verra des choses moins attendues. Cependant, c'est qu'on aura pas fait dialoguer une diversité de profils, on sera restés dans une forme d'entre soi. C'est très important ce dialogue qui s'établit pendant que les participants produisent la fiction, à mon sens c'est presque plus important que le livrable en tant que tel. Toutefois, ça dépend toujours du contexte et ça dépend des gens qui sont impliqués. Il faut pas se mentir qu'il y a un effet de mode et de facilité : on a écrit un article de blog mais en fait c'est juste une fiction, on a mis design fiction dessus parce que ça fait bien. On a pas osé juste mettre fiction dessus, design fiction ça sonne mieux C'est pour ça durant l'atelier au design fiction club on parlait de fictions, parce qu'il y a pas d'artefacts à proprement parler. On était sur du design de la fiction et non pas du design fiction.

Pourquoi tu dis que c'est difficile le design fiction sans designer?

A un moment ou à un autre, il est question de prototypage. le design fiction, une de ses vertues c'est de provoquer des réaction viscérales, c'est-à-dire que tu fais appel à la réflexion et à l'émotion *parce que c'est tangible, parce que les gens se projettent, c'est pas juste une image, un texte. Pour donner un exemple de ça, on a fait un projet qui s'appelle "Soulaje" qu'on a fait pour et avec le parlement britannique, c'est un projet qui a été co-construit avec les citoyens etc.. Pour ce projet, on a imaginé une montre euthanasiante qu'on a amené au parlement britannique aux députés, il ne voulaient pas la prendre dans les mains parce qu'ils avaient peur qu'elle se déclenche alors qu'elle était inerte. Certes l'écran était fonctionnel mais il n'y avait pas de poison ou quoique ce soit dedans, il n'y avait pas de risque. Mais le fait que les gens ne voulaient pas tenir ce prototype dans la main nous en disait beaucoup sur leur relation et leur méfiances vis-à-vis de la technologie. Et ce alors que les lois qu'ils voulaient mettre au vote proposaient notamment de faire venir des gens dans des maisons intelligentes et connectées. Finalement, si tu n'as pas confiance en la technologie, comment tu peux demander à quelqu'un de dépendant de vieillir plus

ou moins uniquement accompagné par la technologie ? Cette réaction viscérale de ne pas vouloir prendre la montre en main c'est un super enseignement, ça en dit beaucoup, on peut en faire beaucoup de choses de cette observation. Et ça si ça marche de cette manière c'est parce que ça a été fait sur un objet qui a été designé comme un vrai produit, un travail que peut faire un designer pour le rendre suffisamment convainquant, plausible, subtil, avec une esthétique propre, futuriste mais qui fait aussi partie d'aujourd'hui. Tout ce qui est donner une forme à l'objet, au regard du contexte - parce que tu sais que ça va être mis en ligne, que ça sera partagé par exemple lors d'un atelier - relève d'une forme d'expertise : tu ne vas pas choisir le même format même si la fiction est similaire. Tout ce travail c'est vraiment un travail de design et c'est difficile de demander à quelqu'un qui n'est pas designer "faites une analyse de qui va être le public qui va être confronté à ça, de quel va être le meilleur médium au regard de leurs codes culturels, du message que vous voulez faire passer au regard de la question que vous voulez mettre en débat". A mon sens c'est du design, c'est mettre la bonne forme en face du bon besoin, besoin qui est ici de provoquer une réaction par rapport à tel ou tel scénario ou simplement de permettre de s'immerger dans un scénario.

Comment vous avez développé cette montre euthanasiante? C'était quoi les étapes?

C'est un projet qui s'appelle ProtoPolicy, qui a été fait en 2015 au Royaume Uni en partenariat avec le parlement britannique, trois universités britanniques et une ONG qui s'appelle Age UK, dont on a pas d'équivalents en France, une ONG qui accompagne les personnes âgées. C'est un projet pilote, un projet de recherche action sur quel est le potentiel du design fiction dans la négociation de problématiques socio-politiques. C'est aussi un projet qui était doublé d'un côté un peu plus opérationnel parce que ce qui était extrait en termes d'Insight allait servir aux parlementaires ensuite. Ce qu'on a fait c'est qu'on a travaillé sur un ensemble de lois qui allait être votés au parlement quelques mois après le projet sur le vieillissement à domicile, autrement dit comment tu vieillis chez toi plutôt qu'en maison de retraite, plein de considérations techniques comme les maisons intelligentes etc, de réflexion sur le système social, de santé, plein de problématiques transversales. On a pris ces lois, on avait trois focus groupes aux différents endroits du Royaume Uni, des personnes âgées en 65 et 101 ans si je ne me trompe pas, et on leur a présenté les lois, on a fait un atelier avec eux en leur demandant à chaque fois "imaginez, racontez nous comment est-ce que ça changerait vos vies si ces lois et politiques publiques étaient en place". En nous racontant leur futur spéculé, on leur a proposé de construire une sorte de proto-design fiction, qui n'en est pas tout à fait une mais qui s'en rapproche. Mais surtout on leur a demandé "qu'est-ce qui manque dans ces lois, construisez ce qui manque ". Dans les trois ateliers, il y a un truc qui n'a pas manqué de nous surprendre : il y avait un trou dans la raquette des lois, un angle mort, c'était la question de l'euthanasie. La rhétorique était extrêmement simple" vous nous dites qu'on peut vieillir chez nous à domicile mais est-ce que je peux mourir en toute

autonomie chez moi à domicile, est-ce que je peux décider quand le moment est venu ?” C’était clair et limpide, on a pris cette problématique là, on l’a ramené aux parlementaires qui étaient en train de travailler sur les lois et la façon de faire la médiation c’était le design fiction. On a imaginé un scénario et des objets qui projeterait les parlementaires dans un monde où l'euthanasie serait non seulement légalisée mais aussi un acte devenu banal. On a cherché à les amener dans cet univers pour qu’ils se demandent : ”est-ce qu’on y va est-ce qu’on y va pas, comment est-ce qu’on fait pour y aller, pour ne pas y aller ?”. L’idée était de leur poser ces questions là, de leur montrer que c’est des aspects qui manquaient dans la loi mais qui étaient attendues les principaux concernés. La montre euthanasiante était un prototype semi fonctionnel, on avait le manuel d’utilisation de la montre également. On a aussi fait quelque chose qu’on fait beaucoup en design fiction , ce qu’on appelle de la polyphonie de vision, où l’on prototype différents points de vues En plus de la montre, on a prototypé aussi les flyers des gens qui s’opposaient à la techno. L’idée c’est que demain quand naîtra le débat, on ait les différentes visions et différents arguments, chacun arrive avec ses propres arguments, sa propre vision mais peut aussi picorer dans les argumentaires, se projeter, prendre des briques. On montre différents points de vue ce qui permet de ne pas avoir un récit monolithique. Attention on était pas en train de dire qu’il faut légaliser ou banaliser l’euthanasie, on faisait remonter l’information au travers du design fiction pour aider après à prendre une décision. La décision qui a été prise - qui n’était pas uniquement liée à ce projet, il y avait plein d’autres faisceau d’informations qui ont amené à cette décision - est que les députés ont choisi quelques mois après de mettre en place un débat parlementaires pour savoir si on devait légaliser ou non l’euthanasie. Le parlement a voté contre. Mais c’est aussi la vertu du design fiction que de faire émerger la décision. Et cette décision après la partie design fiction elle peut reboucler sur un autre processus de transformation de décision pas du tout lié au design, là en l’occurrence ici l’activité parlementaire. C’est tout un travail qui doit être pensé en amont : la construction de ponts et le tuilage entre les phase d’un projet.

Quand vous l’avez présenté aux parlementaires, ils savaient que c’était une fiction.

Qu’est-ce que tu penses d’aller à fond dans la fiction jusqu’au point de ne pas dire que c’en est une?

Ça dépend du contexte dans lequel tu amènes la design fiction. Il y a un projet que je me souviens avoir annulé, je ne rentrerais pas dans les détails, car le design fiction était risqué dans ce contexte là. Parce que le contexte est trop sensible et qu’il y avait des risques de fuites et de détournement de la fiction. Cela aurait pu créer plus de mal et d’instabilité dans le contexte dans lequel on serait intervenu. C’est un question de responsabilité de se dire que c’était pas forcément judicieux d’amener du design fiction, même si la méthode semblait bien sur le papier, il y avait un risque non négligeable. Encore une fois, ça dépend vraiment du contexte, on l’a vu avec Google et The Selfish Ledger il y a quelques mois, une design fiction fait par Nick Foster qui est un des

fondateurs de Near Future lab, et aussi un des papas du design fiction. Il a eu l'idée de proposer cette design fiction au sein de chez Google X, la division expérimentale de Google, sauf que la design fiction, qui datait de 2016 a fuité en fin 2018. Et ça a été pris comme LE plan secret de google pour contrôler nos vies, alors que c'est du design fiction qui permettent aux designers au sein de Google d'interroger leurs propres rôles dans la construction d'un produit. Ce cas nous montre comment une design fiction a vite fait de fuir pour apparaître comme une vérité affirmative. Le contexte joue pour beaucoup, et finalement ça dépend des réaction que tu veux collecter. J'aime bien ce que fait Situation Lab à Chicago notamment avec les experiential futures, le studio Superflux a aussi cette approche, où tu as une partie fictionnelle, genre un faux stand dans la rue, avec un côté performance, par exemple tu joues une fausse start-up, et une fois que tu as alpagué les gens avec ça, tu lèves le voile en disant que c'est de la fiction. Et là tu entames la discussion. L'impératif c'est de faire en sorte que ça déborde pas. C'est une vraie question d'éthique et de contexte, car on entre dans une ère de fake news intelligemment diffusées et de facilité ou de volonté à croire le faux, avec une méfiance envers les gardiens classiques de l'information. Donc quand tu crée de la fiction ça interroge sur l'impact que tu peux avoir et le fait d'accélérer des futurs qu'on a pas forcément envie de voir apparaître. On se pose toujours la question quand le truc sort si il ne va pas être réutilisé par une entreprise qui y verrait une super innovation alors que nous on y voit une critique. C'est vraiment quelque chose de culturel, pour en avoir discuté avec le studio Automato qui fait du design fiction à Shanghai. Simone Rebaudengo qui travaille chez Automato a fait un truc assez marrant - et en préambule est-ce que c'est du design fiction est-ce que c'est du design conceptuel, on peut en débattre des heures - qui une sorte de masque anti-pollution avec des Led, un smiley en Led qui s'affiche dessus. A Shanghai, tout le monde porte des masques antipollution et ça permet pas de voir les émotions des uns et des autres donc il imaginé ce masque "smiley". Le plus amusant est qu'il a diffusé les visuels ce masque en ligne et qu'il a eu des contact de la part d'investisseurs qui demandaient si il voulait développer, commercialiser, quand est-ce qu'ils pouvaient investir dedans, quand est-ce que la start up serait montée. Parce que culturellement à Shanghai c'était pas possible de prototyper et de construire quelque chose si c'était pas pour le sortir sur le marché derrière. Cet exemple montre que la culture joue pour pas mal dans ce passage de la fiction à la réalité. J'insiste donc sur le fait que ça dépend du contexte mais je pense qu'il y a une responsabilité de la part du designer dans la diffusion de la fiction. Il faut se poser des fois la question de la réception du scénario, c'est pour ça qu'il y a des modalités de design de la confrontation à travailler : quand est-ce que tu révèles que c'est fictionnel, comment tu t'assures que ça ne déborde pas, si ça déborde est-ce que c'est tant mieux. Il y a pleins de points qui rentrent en compte, des fois on a juste envie que ça déborde car ça serait trop bien pour révéler des problématiques. il y a d'autres fois il ne faut pas parce que ça débordes au risque de créer de nouveaux problèmes. Finalement, c'est difficile de dire si ça marche mieux si les gens ne font pas la différence avec la fiction. Dans certains cas, on est très

proche de la question du canular derrière. L'avantage pour nous c'est qu'il y a une grande histoire dans le canular dans le théâtre, dans la parodie dans la presse, une très grande histoire de fausses informations qui ont été prises pour de vraies informations, et de provocations qui ont été prises pour des faits réels. Toutes ces histoires et cette connaissance venant d'autres disciplines, il ne faut pas que le designer les oublie et regarde ce qu'il s'est déjà passé pour imaginer des dispositifs de design fiction.

C'est quoi les différences entre une bonne design fiction et une fake news?

Le design fiction peut très vite se transformer en une fake news : ça dépend par qui elle a été diffusée et à quelle fin. Si tu as fait une design fiction dans le cadre d'un débat public, et que c'est récupéré, et qu'il y a le logo de la mairie dessus et que des opposants disent "regardez on a vu sur un compte rendu pour 2022 que la mairie voudrait remplacer les agents par des robots", vu que le contexte de diffusion a été changé, ça peut être une très bonne design fiction dans le contexte du débat public et lorsque ça passe dans le contexte de diffusion médiatique ou de propagande ça devient une bonne fake news. Après il y a des moyens d'atténuer ce risque en changeant les dates par exemple en mettant des dates lointaines comme 2024 ou du 2026 pour une design fiction produite en 2019 .

Il y a pas un tampon officiel "design fiction" non falsifiable [...] ?

Non. Cependant on s'était posé à un moment la question en se demandant s'il fallait laisser des failles dans le scénario de design fiction, des sortes de backdoor qui seraient des sortes de gros boutons rouges sur lesquels tu appuies afin que ça "tue" la design fiction. Sauf qu'il n'y a que qui connaisse ses failles conceptuelles que tu as inclus dans la design fiction lorsque tu l'as construit. C'est un peu absurde parce que ça veut dire que tu as le droit de vie ou de mort sur un scénario alternatif un peu malsain là-dedans personne n'a vraiment droit de tuer une fiction, une idée, même ceux qui l'ont créé. Donc non, une design fiction vise juste à créer du débat et si à un moment c'est repris uniquement comme une fake news forcément il y a une question d'impact et de responsabilité. Il faut voir les enseignements qu'on peut en tirer sur le contexte global des fake news pour voir s'il y a des transpositions pour le design fiction et se demander ce que la transformation d'une design fiction en fake news nous dit du monde dans lequel on évolue.

Quelle différence de posture entre le design fiction et le design thinking tu fais et quelle est la posture dans le design fiction ?

Je vais être très simpliste, mais il y a une différence fondamentale entre le design thinking qui est axé sur la résolution de problèmes et le design fiction qui travaille sur la définition, la compréhension et le cadrage du problème. Le design fiction ne s'inscrit pas dans la même

temporalité, le design thinking est très incrémental là où le design fiction est plus prospectif et ne se contente pas de vouloir implémenter de l'innovation par petites touches. On est sur une approche de design qui s'intéresse aux ruptures profondes, qui invite à penser la rupture des systèmes. Les deux postures ne travaillent pas aux mêmes échelles et ne développent donc pas non plus le même ethos. Certes, on pourrait argumenter que ce sont les mêmes outils du design, mais la différence d'état d'esprit entre le *problem finding / problem framing* pour le design fiction et le *problem solving pour le design thinking* est selon moi une différence fondamentale. Ensuite, dans cette question de la posture, le fait que ce que tu produis en tant que designer n'a pas vocation à être déployé ou à être industrialisé, dupliqué, vendu est également une différence fondamentale. Quand tu fais du design fiction, lorsque tu collectes des retours où les gens sont choqués ou mis mal à l'aise tu ne modifies pas forcément ta design fiction. Cette réaction forte et peut-être déplaisante est une forme de preuve que le scénario de design fiction a marché. La design fiction a peut-être réussi sa fonction de provocation, là où le design thinking - qui est centré sur l'expérience de l'utilisateur et non sur la controverse - cherche plutôt à plaire à tout le monde et à s'assurer qu'il n'y ait pas de frictions. Autre différence, il y a de nombreuses particularités au sein d'une approche de design fiction : par exemple on ne fait pas appel à la figure de l'utilisateur mais souvent à celle du citoyen. Toutes ces différences fondamentales font qu'il vaut mieux parler de différences de postures plutôt que de méthodologies. Aussi j'ai peur que si on parle de méthodologie il y ait le risque de finir avec la tentation d'une espèce de formule magique alors que l'on a besoin d'une réflexion et d'une approche qui soient beaucoup plus subtiles que cette recherche de standardisation. Je pense que le design fiction n'est pas facile à pratiquer, ni nécessairement à consulter : sa vocation reste de nous faire des nœuds dans le cerveau pour nous inviter à prendre du recul sur notre pratique entre designers et sur les choix des acteurs que nous cherchons à interpeller. Et dès que l'on cherche à faire en sorte que les gens aient des nœuds dans le cerveau, ce n'est clairement pas servir la soupe à la mono-culture et aux mythes l'innovation.

On parlait de l'importance du temps, et le fait surtout que ça s'opposait à ce qui se passe en entreprise où ils sont souvent dans un temps très court, Quelle importance a le temps dans le design fiction et quelle est sa vertu ?

Le temps de la réflexion, dans tous les sens du terme, c'est déjà prendre le temps de mener des recherches, de rencontrer une pluralité de publics, avant même de poser les scénarios. En amont de la conception d'une design fiction, il y a toute une phase où tu absorbes de l'information, qui dépasse souvent la seule thématique abordée. Tout cela prend quand même du temps. Ensuite, le temps de développement de la design fiction c'est aussi le temps d'imaginer plusieurs versions d'un même scénario vu qu'on construit un univers et non pas un simple produit. Dans certains cas

où la problématique est systémique, on peut construire un univers très étendu. Il faut alors se demander comment raconter cet univers très riche par des objets manifestes. De nombreuses questions surgissent : comment est-ce qu'on agence ces objets ensemble, comment on fait en sorte que les gens se projettent et naviguent dans le scénario de design fiction, entre les pans de ce monde et les objets qui les incarnent. Ça prend du temps aussi de re-vérifier que l'on a pas intégré certains de nos biais dans le scénario de design fiction : par exemple est-ce qu'il n'y a pas une empreinte de nos privilèges dans l'univers raconté, est-ce que l'on n'aurait pas pu penser à d'autres détails de prototypage qui rende cette spéculation plus accessible. Pour faire un lien avec ce que je disais tout à l'heure, il est très important de faire attention à quel public on s'adresse, quel est son contexte de consultation du scénario, mais aussi son contexte de vie, quels sont ses codes culturels, comment est-ce qu'on peut en jouer pour en faire des leviers pour que ce public s'approprié plus facilement la fiction et qu'il ne soit pas rebuté par un objet qui paraîtrait trop extraterrestre par exemple. Tout ça prend nécessairement du temps. Effectivement et on peut pas le faire en 2h d'atelier. Au mieux, en 2h, et encore, il faut le voir soit comme une forme de sensibilisation au Design fiction, soit se servir de ce temps pour explorer ou itérer sur un point très précis. Avoir un atelier débat de 2h par exemple ce n'est pas déconnant. Avoir un atelier de co-construction d'un scénario de 2h c'est déjà plus contestable à mon sens. Il aurait mieux valu consacrer le temps et l'argent mis sur cet atelier de co-construction sur une prestation qui font du design fiction professionnellement. En l'occurrence, encore une fois, tout ça dépend du public approché. Il existe parfois un effet déceptif, pour l'avoir vu dans ce genre d'atelier entre guillemets "prétexte" : il a été fait croire aux participants qu'ils apprendraient le design fiction en quelques heures et seraient capables de faire des scénarios aboutis.. Ce qui est vu comme un méthode commune ne produit pas les mêmes effets : comme on n'a pas pris une ou deux semaines pour réfléchir ensemble et pour évacuer des trucs un peu attendu qu'on savait déjà, les participants vont très vite revenir vers des impondérables de la science-fiction ou proposer des futurs évidents. Toute cette exploration superficielle est alors renforcée par l'effet de groupe où il n'y a pas tant de dissensus affirmé mais plutôt du consensus tiède. Tout ça fait que tu pourrais presque te demander est-ce qu'on avait besoin d'un tel atelier pour arriver à ce résultat. On en revient à la question de la temporalité : accepter de prendre le temps, ne pas utiliser le budget pour une animation superficielle de deux heures mais une exploration en profondeur de deux semaines, afin d'évacuer l'attendu et le probable dès le début et pour vraiment aller sur une fiction approfondie, pertinente et impertinente, c'est selon.

Par exemple ça veut dire combien de temps pour faire le projet avec la montre ?

Pour ce projet, on a eu des premiers ateliers d'une demi-journée pour défricher les thématiques et opportunités de spéculation, mais en tout le projet a duré 3 mois. L'équipe était composée de

chercheurs qui vérifiaient que la méthode employée n'était pas biaisée, on avait d'autres chercheurs qui travaillaient sur la collecte d'informations autour de la thématique, on a ensuite eu l'animation des ateliers avec les personnes âgées, puis la phase d'extrapolation des tendances, et enfin le travail de confrontation avec les parlementaires. Au sortir du projet y a eu toute une phase d'étude également, car c'était un projet de recherche-action pour aussi montrer ce qu'apporte la méthode de design fiction et voir ce qui pourrait être réutilisé par ailleurs. Dans ce cas, on est pas du tout dans l'esprit d'un sprint d'une journée ou même sur un travail qui doit tenir sur une semaine. Le design fiction, c'est même de l'"anti-sprint".

Comment se passe le processus de sélection des fictions ?

C'est majoritairement une question d'expérience. Je pense que le fait de travailler sur des processus participatif ou sur de la co-création en général aide à gérer ensuite ces situations de sélection des fictions. Dans les grandes lignes, on définit le périmètre sur lequel on travaille, on capte un maximum d'informations, on regarde si on doit apporter de la matière complémentaire et si oui quelle matière on apporte, à quel point on cadre l'exploration, à quel point on ne la cadre pas. Ensuite, on statue si on construit des design fictions à partir des productions d'atelier ou est-ce que au contraire on positionne l'atelier en toute fin d'une démarche pour faire débattre des parties prenantes qui n'auraient pas participé à la création de la design fiction. Alors se pose la question de qui associer au débat : est-ce que ce sont des gens qui viennent d'une organisation, est-ce que ce sont des gens que l'on a capté dans la rue ? Souvent, toutes ces questions nous aident à créer une sorte de lien : on fait la connexion entre des experts du domaines qui nous apportent des éléments pour un scénario et ensuite on voit comment on peut les restituer au mieux à travers le prisme de la spéculation puis on accompagne ensuite nos clients sur des recommandations opérationnelles et stratégiques tirées de cette exploration par le design fiction. C'est peut-être une de nos particularités, on a développé cette expertise, car on a aussi la casquette design de service, pour faire la bascule de la fiction à l'action. Enfin il faut aussi pouvoir capter le contexte politique dans lequel l'intervention se passe, est-ce derrière qu'il y a une réelle envie de se questionner et de remettre ses modèles en cause ? Quels sont les ambitions, les moyens pour pousser les enseignements d'une design fiction au-delà d'un simple rapport ?

Comment tu définis le design fiction ?

Selon moi, c'est vraiment l'idée d'inspirer des futurs alternatifs et d'anticiper des problématiques qui pourraient se poser. Et je rejoins la définition de Bruce Sterling, je pense qu'elle est très bonne, sur les prototypes diégétiques, ce que j'appelle des objets-manifestes qui sont des lorgnettes pour apercevoir un futur préférable et de le faire de manière non prescriptive et prédictive, ce qui est selon moi très important. On ne dit jamais "le futur ou la situation devrait être comme ça" ni "ça

sera comme ça”. L’autre partie de la définition qu’on amène, c’est l’idée de la mise en discussion, de la mise en débat des fictions pour prendre des décisions dès aujourd’hui. Ce qui est très inspiré de la posture classique de la prospective quand tu fais des scénarios à propos de demain pour adapter tes décisions aujourd’hui. Là où c’est du design fiction c’est que durant cette partie où tu construis, tu matérialises des idées avec un processus de design qui vient rendre les choses tangibles : ces réflexions, ces questions sont incarnées dans des objets-manifestes qui proviennent d’un monde alternatif. La dimension “objet” du design fiction est assez vaste, on peut même y inclure de la chorégraphie par exemple, la chorégraphie de 2060. Si tu veux rédiger un texte à propos d’une personne qui s’appelle Maria et qui vit en 2030, ce n’est pas un objet-manifeste, c’est une simple fiction. Mais si tu écris le journal intime de Maria, qui raconte exactement la même chose, sur une page déchirée d’un carnet, écrit à la première personne, là oui, ça devient du design fiction. Car dans un cas il n’y a pas de capsule diégétique et dans l’autre cas, il y a une capsule diégétique.

Le futur est un super terrain de jeu parce qu’il permet d’imaginer pleins de choses différentes tout en pensant à aujourd’hui, mais on peut également penser à des présents alternatifs, voir à des passés qui ne se sont jamais produits, à la manière des uchronies. Mais comme on ne peut pas changer hier il est souvent plus facile de se projeter dans le futur pour agir dès aujourd’hui. Ce qu’on a fait sur Les Décisives par exemples, où on parle de futurs préférables et égalitaires dans le football mais si tu y réfléchis deux minutes tu te dis que ça pourrait déjà être notre présent, ça limite même de dire que c’est le futur parce qu’on préférerait que ce soit déjà le cas.

Quelle est la différence entre la prospective et le design fiction ?

Les scénarios de prospective sont très écrits, avec des approches très matricielles et chiffrées, là où le design fiction est beaucoup plus expérientiel, avec des artefacts, une mise en scène. Le design fiction permet d’aller là où les données de la prospective ne vont pas. C’est une différence fondamentale. Sur la démarche, le design fiction emprunte beaucoup à la prospective sur l’identification des tendances, des scénarios mais on emprunte également beaucoup aux jeux vidéos sur comment on construit un univers étendu, grâce au world-building. Quand on doit fabriquer des objets-manifestes on emprunte beaucoup au cinéma et au théâtre où il y a une grande tradition d’accessoiriste. Le design fiction c’est finalement une grande éponge qui absorbe pleins de choses, avec cette finalité de mettre la question dans l’objet. Je suis assez contre le fait qu’il y ait une définition universelle du design fiction car cela voudrait dire qu’il n’y a qu’une seule pratique, ce qui a été le drame du design thinking et du design de service d’une certaine manière. Il faut garder de manière fondamentale la place de l’objet et de la forme comme moyen de raconter un monde. Souvent il n’y a pas de personnage dans le design fiction, ce n’est pas basé sur une histoire. Bruce Sterling le dit très bien : on raconte des mondes plutôt que des histoires.

Quel est l'intérêt de faire du design fiction pour le monde ?

Si je la joue utopiste, ce serait d'atténuer certains aspects négatifs d'une innovation qui n'est pas toujours réfléchie, se permettre de s'extraire du présent continu. Aujourd'hui on peine à imaginer le futur, donc le design fiction c'est une sorte d'empowerment des acteurs pour imaginer d'autres demains que celui qui a été vendu et qui a été plus ou moins déjà établi.

En bref, je le vois comme une mise en capacité pour réfléchir à son propre futur et aux actions faites aujourd'hui.

C'est important de prendre le temps de réfléchir dans le monde de l'innovation soumis à l'accélération constante et de ne pas uniquement fonctionner en sprint où il faut boucler et bacler avant la deadline. Dit trivialement, le design fiction c'est se dire que l'on ne va pas mettre la charrue avant les boeufs.

Comment se passe l'immersion par la fiction ?

L'immersion, c'est un bien grand mot. En tant que designer on aurait intérêt à bosser avec des professionnels du cinéma, du théâtre si on veut vraiment proposer une immersion parce que mettre 2 ou 3 posters dans une salles ou faire des simulacres de jeux de rôles, ce n'est pas ce qu'il y a de plus immersif. Il faut faudrait presque imaginer un parcours de fiction qui commence dès que les gens se lèvent le matin, parce que s'ils rentrent dans la salle et qu'on leur dit "Maintenant, vous êtes en immersion", ça ne marche pas si bien que ça. Donc il faut être modeste avec le mot immersion, c'est un mot qui est très fort et on a vite fait de perdre les personnes malgré tous nos efforts de mis en scène. Les immerger dans un futur c'est bien, mais c'est très difficile de faire oublier le présent. Le design fiction, avec sa capacité à rendre tangibles des visions du futur, permet d'aider à suspendre le présent un temps et l'incrédulité pour faire réfléchir à d'autres perspectives. Pour autant, est-ce que ça va vraiment t'immerger dans ce futur là parce que tu as un objet qui a été prototypé rapidement entre les mains ? Tout ça va dépendre de ta capacité innée d'immersion grâce à l'imagination, de ta disponibilité mentale sur le moment, il y a pleins de paramètres qui entrent en jeu.

Quelle différence tu fais entre design critique, radical et spéculatif ?

Tu peux écrire "long soupir" [rire]. Il y a des différences très théoriques qui tiennent du domaine de la recherche en design et qui font aussi bien écho à des applications historiques qu'à des postures idéologiques. C'est un peu comme des écoles de pensée d'une certaine manière et c'est aussi révélateur de la place du designer dans la société. En regardant les 10 ou 20 dernières années, tu as une progression du design critique vers le design spéculatif. On est passé de quelques chose

qui était très conceptuel comme le design critique -qui était très "design pour designer" avec des question comme "Qu'est-ce que le design, quel est le rôle du designer ?" - à du design spéculatif. Je trouve que cette approche est plus tournée vers les autres, avec le design spéculatif on va proposer des mondes alternatifs tout en continuant de se questionner en tant que designer. Petite parenthèse, pour moi il y a aussi une question de marketing et de branding derrière tout ça car vu que tu renouvelles tes approches et leurs labels, tu peux aussi avoir de nouvelles sources de financement, tu montres que ton travail évolue, tu as publié un nouveau papier. On voit beaucoup ça dans le design fiction, tu as un socle qui est partagé en commun avec cette idée des objets ou des artefacts pour faire réfléchir à des horizons différents et puis tu as et ensuite il y a pleins de termes différents qui cherchent à labelliser ce socle au crédit de leurs auteurs. C'est à qui mettra un terme dessus et qui restera dans l'histoire, que ce soit en tant que consultant parce que tu crée une nouvelle offre ou que ce soit ou en tant qu'académique parce que tu veux écrire un *paper* avec un terme qui sera repris ensuite parce que ça va influencer sur ta carrière. Je pense qu'il ne faut pas non plus négliger ces aspects là. Parenthèse fermée.

Encore une fois je ne sais pas s'il faut tant se focaliser sur les différences que sur les complémentarités entre design fiction, design spéculatif et design critique. On peut faire la liste des 7 différences entre les approches mais est-ce qu'il n'y a pas aussi des liens à faire ? C'est un peu compliqué parce que le marché voudrait qu'une offre efface une autre alors que dans tout ce qui est design, je pense que rien ne peut pas être effacé ou substitué. En matière de design fiction, il existe des besoins de la part d'acteurs, mais pour autant je ne dirai pas qu'il existe un marché.

Le design fiction me semble être un outil très accessible pour le plus grand nombre, un outil démocratique très fort. Est-ce que l'intérêt ne sera pas là plutôt qu'en entreprise ?

On en a pas encore parlé à ce stade de la discussion, mais je pense que c'est une des vertu cardinale du design fiction, c'est de rendre accessible des problématiques très complexe. On ramène des enjeux à l'échelle micro et au quotidien pour les rendre tangibles et intelligibles. Si tu as plusieurs personnes autour de la table qui vont parler d'un même objet, d'un objet de débat littéralement, tu vas avoir des discussions qui n'auraient pas pris à l'échelle macro parce que ça aurait plus difficile de se projeter et d'envisager comment ça s'incarne dans sa vie. On rend aussi les scénarios et les perspectives plus accessibles parce qu'on utilise beaucoup de codes de la pop-culture. On s'appuie sur les codes culturels du public. On ne produit pas des choses trop "exotiques" comme peut le faire le design spéculatif, on a plutôt recours à l'humour, aux jeux de mots, aux fausses applications. On détourne, on s'inspire de la culture des memes internet, tout ça contribue à rendre les scénarios et les fictions plus accessibles pour le public auquel on s'adresse. Par contre pour rendre tout ça aussi accessible il y a tout un travail derrière.. On a fait beaucoup d'ateliers de design fiction et on sait désormais à quel point il est important derrière de retravailler

les design fiction - en accord avec les participants pour qu'ils les valident - afin d'apporter une finesse, un enrichissement de la projection.

Si on prend les design fiction telles qu'elles existent en sortie d'atelier, peut-être que c'est très gros, peut-être que c'est caricatural ou trop attendu. S'il n'y a pas assez de finesse dans la spéculation, le débat peut ne pas prendre parce qu'il sera alors trop facile de dire "ça ne se passera jamais comme ça, on y croit pas". Ce travail de raffinement de la fiction montre que tu peux inclure du public dans un processus de design fiction, mais que tu ne peux pas tout faire avec le public. Finalement, comme dans n'importe quelle démarche de co-design.

Pour en revenir à l'atout d'accessibilité, quand on a travaillé sur ProtoPolicy, le projet avec la montre eurthanasiante, ce que nous disait les agents publics qui travaillaient au sein des administrations c'est qu'il était beaucoup plus simple pour eux de communiquer en interne ou vers le public avec une approche comme le design fiction que de livrer un rapport de 500 pages que personne ne va lire et qui serait très verbeux ou impénétrable. Donc cette fonction d'accessibilité du design fiction est primordiale, mais comme on dit, c'est compliqué de faire simple.

Quel est le futur du design fiction ?

Futur optimiste ou futur pessimiste ? Il va probablement y avoir un effet de mercantilisation parce qu'il y a un côté sexy à penser aux futurs, parce qu'il y a Black Mirror qui y fait écho avec sa popularité, parce que c'est nouveau. Il y a le risque que cela permette un peu lâchement de ne pas s'intéresser aux problèmes actuels en faisant du design fiction, en se concentrant sur l'imaginaire et sans afficher le passage à l'action derrière. D'une manière ou d'une autre il va y avoir ce pic d'intérêt prochainement, à moins qu'on y soit déjà, Après il va y avoir autre chose qui va arriver, une autre forme de design, et le design fiction repassera en désuétude. Autre option, le design fiction va rentrer dans le moule avant de redevenir indépendant avec les possibles clients qui vont s'en désintéresser peu à peu. Les cabinets de consulting ou les agences généralistes de design auront proposé cela dans leurs offres vont plutôt aller mettre des moyens sur des nouvelles offres de design qui seront sorties entre temps, plutôt que de promouvoir le design fiction. Finalement, le design fiction restera dans le catalogue sans forcément le développer, c'est ça le futur probable.

Le futur préférable serait que le design fiction se démocratise sans perdre son esprit critique. Que l'on n'en fasse pas un énième format packagé d'atelier de créativité autour des futurs mais que l'on s'en serve comme un révélateur de problèmes, de tensions et comme un moyen de mettre différentes personnes autour de la table pour créer la discussion et d'être capable d'extraire des choses de ce débat. Qu'on ne fasse pas juste de la fiction pour la fiction mais d'être capable de passer à l'action derrière. Surtout autour de certains sujets où l'on a clairement dépassé le stade de la fiction, je pense par exemple au réchauffement climatique. C'est selon moi très compliqué de

faire du design fiction sur ce sujet parce que l'on a clairement passé le cap de se demander si c'est un futur possible, là où c'est clairement le futur qui va s'imposer. Pour ce genre de sujet, on a clairement intérêt à se mettre dans l'action même si la fiction peut avoir des vertus pour faciliter ce passage à l'acte. Toutefois, je serais d'avis, pour ce sujet du dérèglement climatique, à ce que l'on mette les designers davantage sur des actions directes que sur le design fiction. A contrario, certains designers conjuguent très bien les deux approches de la fiction et de l'action par exemple le studio Superflux avec leur projet Mitigation of Chocs qui est un design fiction très intéressante et très pertinente mais qui s'inscrit dans une démarche activiste totalement justifiée par les actes. Si faire du design fiction, c'est juste faire du scénario de futur apocalyptique où il y aura des sécheresses, soit, mais ça existe déjà. Trop souvent, nous nous amusons à imaginer des dystopies qui sont déjà une réalité pour une autre partie du monde. Un futur préférable du design fiction serait également de faire du design fiction de manière moins eurocentrée. Cela prendra peut être un autre nom parce que le design est une discipline très européenisée. Militons pour un design fiction capable de démarches qui ne soient pas que l'apparat d'une caste blanche éduquée en Europe, militons pour qu'il y des personnes en dehors des pays du Nord qui s'emparent et reformulent cette pratique pour en faire un outil d'empowerment par la matérialisation des futurs. Même si on pourrait ici argumenter que l'empowerment est une notion et philosophie toute anglosaxonne.

Un autre des futurs probables pourrait être d'utiliser le design fiction comme un prétexte pour se planter ou pour faire des ballons d'essai pour lancer un projet. Dans le premier cas, un produit ou un service qui échoue est renommée en "design fiction" pour justifier qu'il n'a jamais eu à fonctionner. Dans le second, on essaye de pousser les frontières de l'acceptabilité avec des propositions dites "fictionnelles", mais qui servent de cheval de Troie à d'autres productions elles bien réelles. Roger Tallon, un designer très connu, avait d'ailleurs imaginé le concept MAYA (Most Advanced Yet Acceptable) qui consistait à avoir des positions très provocantes pour voir les réactions avant de revenir à une proposition tout aussi radicale, mais plus acceptable que celle précédemment présentée. A ce titre, c'est quasiment du prototype provocant. Finalement on a rien inventé dans le design fiction, le design étant un continuel renouvellement de cycles.

Selon moi le futur design fiction va donc être une intensification du discours autour du design fiction avant un retour business as usual. Comme toute démarche qui reprend la courbe de Gartner avec une période de hype qui sera suivi d'une phase de stagnation et de normalisation. A mon sens, aujourd'hui, on est encore dans le pic et puis on arrivera sur le plateau de stagnation et il y aura autre chose qui arrivera. Une autre forme de design, totalement différente ou dans la continuité du design fiction, mais qui suscitera un nouveau pic d'intérêt car visiblement toute neuve.

Le futur du design fiction dépendra de comment les gens le pratique. Chez Design Friction, on le pratique comme un engagement citoyen, c'est pour ça que l'on fait des projets à côté en mettant des compétences professionnelles sur des problématiques qui nous intéressent. Si des designers ou consultants en vivent c'est très bien mais il y a une grande part d'engagement personnel et citoyen qui s'y rattache selon moi. S'il y avait un futur préférable, c'est que le design fiction fasse partie d'une démarche plus large de questionnement d'un positionnement éthique et qu'il ne devienne pas un outil pour accélérer l'innovation ou imaginer le prochain produit qu'une entreprise n'aurait pas vu venir.

Quelle est la place de ton engagement dans le design fiction ?

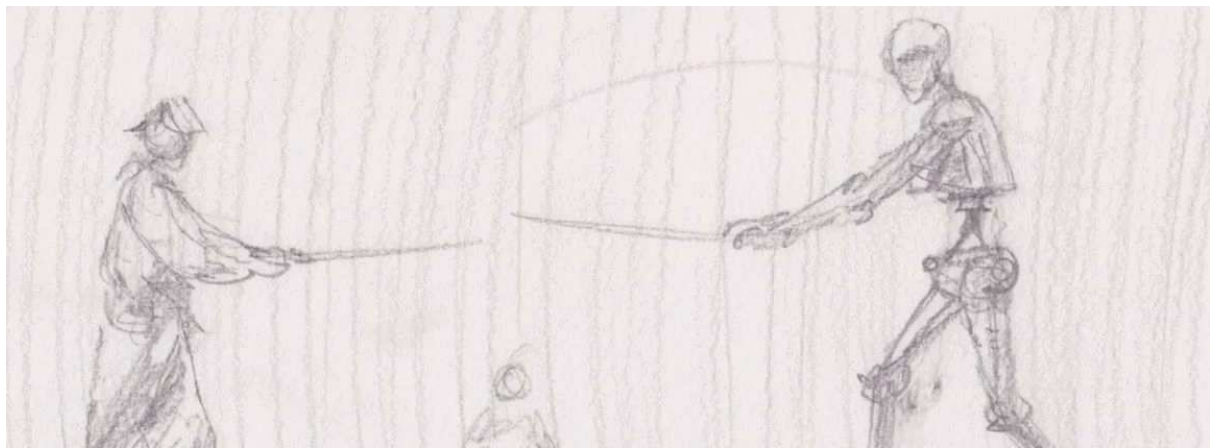
Il est notamment sur les sujets que l'on traite à côté du studio. Par exemple travailler sur les futurs égalitaires dans le football, c'est une forme d'engagement citoyen parce qu'on se mobilise et on mobilise d'autres personnes pour travailler ce sujet. Ça fait partie d'un engagement de notre studio car personne nous a demandé de travailler sur les futurs égalitaire du football mais c'est un thème que l'on a envie de défendre et qui nous a interpellé. C'est aussi dans le choix des clients où l'on se demande si éthiquement on est compatibles avec tel ou tel prospect : est-ce qu'il n'y a pas un risque de dévoiement de notre approche, est-ce que l'on est pas un faire-valoir d'une démarche de future-washing ou ethic-washing. Ces questions font partie de notre capacité à savoir dire non. Notre engagement est aussi dans la responsabilité des scénarios que l'on peut développer mais que l'on ne dévoile pas. Certaines fictions auraient pu être très intéressantes, mais on ne fait pas suffisamment confiance au contexte pour les sortir. On porte cette réflexion sur notre responsabilité : c'est se dire qu'il y a des moyens et des moments pour amener une fiction et que tous ne sont pas bons ou opportuns. C'est aussi ça que j'entends pas engagement citoyen, de ne pas juste sortir des scénarios en se disant tant pis si ça a un impact indésiré ça ne me regarde pas, ce qui pourrait être le raisonnement d'un designer d'interfaces par exemple. Pour le design fiction, on design des objets-manifestes qui par définition vont avoir un impact dans les esprits a minima, donc on ne peut pas se dire "je m'en fiche d'étudier l'impact ou le débat que cela va déclencher".. Ça se reflète au niveau niveau des clients avec qui on travaille beaucoup : des collectivités locales, des ONG, des centres culturelles ou des entreprises avec un fort aspect RSE comme les assureurs. C'est un engagement de ne pas aller là où il y a le plus d'argent mais là où on est à l'aise et où on a le plus de choses à apporter.

Merci Bastien

Annexe 9



Annexe 10



31

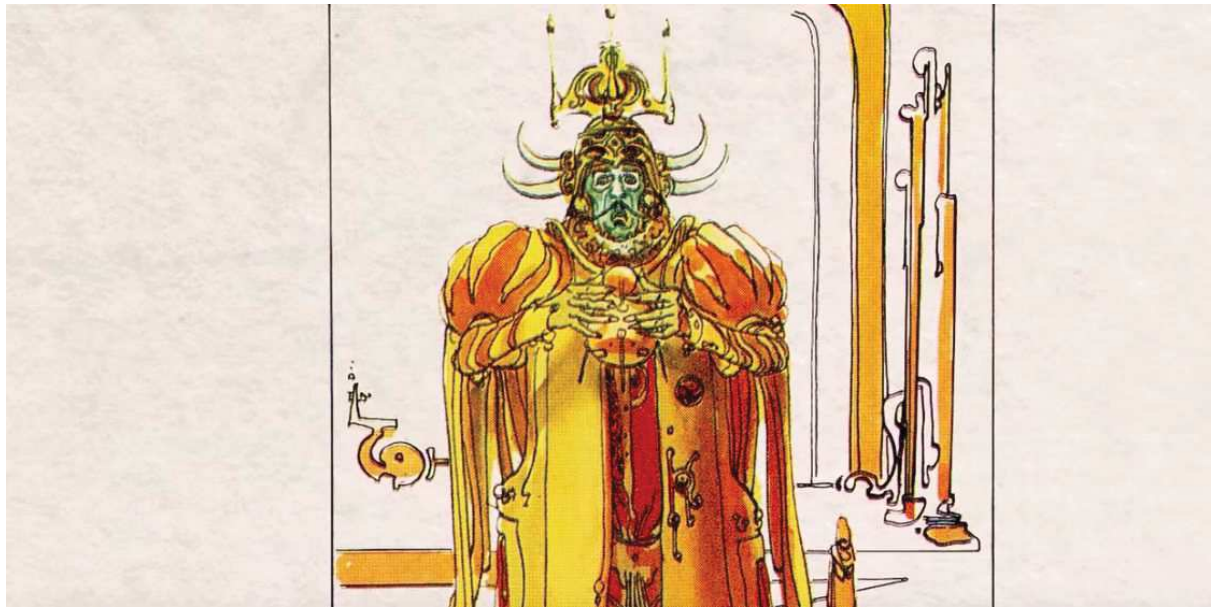


31

...ET ARRACHE LES LUNETTES

...AND SNATCHES THE SPECTACLES





Résumé

Les terminologies pour qualifier le futur sont nombreuses et démontrent une forme d'angoisse face à lui. Plusieurs représentations du future cohabitent. De la notion de progrès technologique à celle d'effondrement, la science-fiction donne à voir des futurs réduits et clichés. Les méthodologies de projection dans le futur sont nombreuses et parmi elles, le design fiction se distingue par son approche cherchant à susciter le débat pour imaginer des mondes préférables. Il est notamment utilisé en entreprise sous forme d'atelier courts et est utilisé à des desseins autres que la production d'imaginaires. Cette particularité vide la pratique du design fiction de ses origines contestataires et l'on voit apparaître le risque de «Design fiction washing». Le renouveau des imaginaires que propose le design fiction fait tout de même écho au besoin de récits dont nos sociétés ont besoin pour faire corps social et il nous incombe de changer le paradigme des représentations du futur et d'en faire des récits réalistes et durables face aux grands enjeux de demain.

Mots-clefs

Design fiction
Débat
Futur
Effondrement
Représentation
Récit
Imaginaire