

[dizajn]

DESIGN [dizajn] n.m

La newsletter automne 2008

Le designer, comme l'écrivain, est un créateur intuitif et éclairé, à l'écoute de ses contemporains. C'est ce que démontrent nos deux exemples. Serge Mouangue, designer chez Nissan, mêle intuition, expériences multi-culturelles et stratégie d'entreprise. Fanny Déchanet - Platz, auteur du récent ouvrage "L'écrivain, le sommeil et les rêves", interroge l'intuition et la perception de l'écrivain à travers la littérature. Le designer, comme le poète, crée à partir de l'observation mais également avec un sens intuitif des choses et de leurs usages, tout en obéissant à une logique économique et industrielle. Capable d'innover pour répondre aux mutations de notre société, il traite à la fois de l'individu et de l'universel, tout comme l'écrivain. D.W

Page 1 et 2

[L'entretien]

Serge Mouangue, designer chez Nissan

Page 3 et 4

[Le thème]

L'intuition du créateur

**Rendez-vous en 2009 avec
une nouvelle version du site et de [dizajn]**

[L'entretien]

Un designer franco-camerounais à Tokyo

Rencontre avec Serge Mouangue, designer chez Nissan

Diplômé de l'ENSCI en 1999, Serge Mouangue entre chez Renault en 2000. Depuis 2006, il vit à Tokyo et travaille chez Nissan où il vient de quitter son poste de designer, pour intégrer la Direction du Produit et de l'Advance planning. Juste avant, il a participé à la conception du concept car NuVu, un véhicule électrique éco-conçu sorti tout droit d'un conte de fée contemporain et présenté au Mondial de l'automobile à Paris. Serge Mouangue raconte son travail chez Nissan à travers sa position particulière de designer Franco-Camerounais installé au Japon, un pays qui le fascine.



[d] Comment s'est effectué ton passage de Renault (Paris) à Nissan (Tokyo), il y a deux ans ?

Il existe une réelle politique d'échanges entre Renault et Nissan. Tous les deux ou trois ans, les designers de Renault partent chez Nissan et inversement. En 2005, Carlos Ghosn avait attiré mon attention sur le fait que Nissan pourrait profiter de mon expertise. Un an après, l'entreprise nipponne m'invitait à m'expatrier pour trois ans au sein du « Creative Box », le centre satellite de la marque, installé à Tokyo. Deux ans après, me voilà toujours chez Nissan, mais je viens de changer de poste et j'ai re-signé pour deux ans.

[d] En quoi a consisté ton travail depuis deux ans et quelle est ta situation aujourd'hui ?

Si je voulais résumer, je dirais : avant je dessinais les véhicules, maintenant je les imagine... Chez Renault, j'ai travaillé sur les phases prospectives de la Scenic II, Kangoo II, Logan et la Twingo II. Ma mission actuelle, à la Direction du Produit et de l'Advance planning, a pour objectif d'augmenter le niveau de créativité des produits Nissan. Pour cela, je dois animer un groupe de « Creative specialist », récemment mis en place par ma direction, composé de profils variés aux compétences complémentaires (ingénierie, planning, manufacturing, marketing, design), tout en leur laissant un maximum de liberté pour travailler sur les véhicules de remplacement. C'est-à-dire imaginer les modèles qui remplaceront, dans cinq ans, ceux mis en place aujourd'hui. C'est un travail très intéressant qui laisse très peu de place à l'erreur. On a la liberté de chercher mais pas celle de se tromper ! C'est une lourde responsabilité qui demande, en même temps, une certaine légèreté d'esprit.

[d] Ta position actuelle se situe donc plus au niveau stratégique. Comment les décisions sont-elles prises chez Nissan ?

On doit pouvoir prendre des décisions rapidement. Or, pour les japonais, l'aspect décisionnel doit toujours être soumis à

un consensus. C'est plus une approche collective qu'individuelle.

L'intuition individuelle n'est pas prise en compte. C'est peut-être la raison pour laquelle il y a de nombreux étrangers qui travaillent chez Nissan. Ainsi, il y a un mélange des genres. Mon responsable, François Bancon, est français. Le responsable du produit, Tom Lane, est américain.

[d] Quelles relations entretiens-tu avec ce pays ?

Le Japon m'a toujours fasciné : les mangas lorsque j'étais gamin, plus tard Tanizaki avec « L'éloge de l'ombre »... Ce pays laisse planer un certain mystère qui reste intact même lorsque l'on se retrouve à l'intérieur. C'est le pays de tous les contrastes. J'y ai trouvé des similitudes avec ma culture camerounaise et j'ai l'impression de mieux comprendre ce pays grâce à mes origines africaines. Ici comme en Afrique, on se donne du temps pour la réflexion. La place du silence est primordiale. Et curieusement, on communique mieux lorsqu'on se tait... On m'a même dit un jour « Toi tu es un peu japonais, tu ne dis pas tout » ! Néanmoins, la grande différence avec l'Afrique, c'est l'absence d'imprévu - «L'imprévu» était aussi le thème de son projet de diplôme à l'ENSCI (ndlr). Au Japon, on ne valorise pas la piste du risque et improviser est synonyme de désobéir. C'est admettre le chaos pour essayer d'inventer autre chose. Or, ici il est plus important d'être toujours en harmonie avec son environnement. Le sens ne peut pas être décrypté de façon rationnelle. Pour créer un produit, on ne conceptualise pas. On procède d'abord à une amélioration, par l'expérimentation et le savoir-faire, pour aboutir ensuite à de nouveaux produits et de nouveaux usages. L'approche est inverse de celle des Occidentaux, elle est plus empirique que conceptuelle. Process et répétition sont deux valeurs importantes au Japon. Néanmoins, l'émergence de pays voisins comme la Corée, par exemple, amène le Japon à se questionner sur sa façon de procéder et sur son avenir.

[L'entretien]

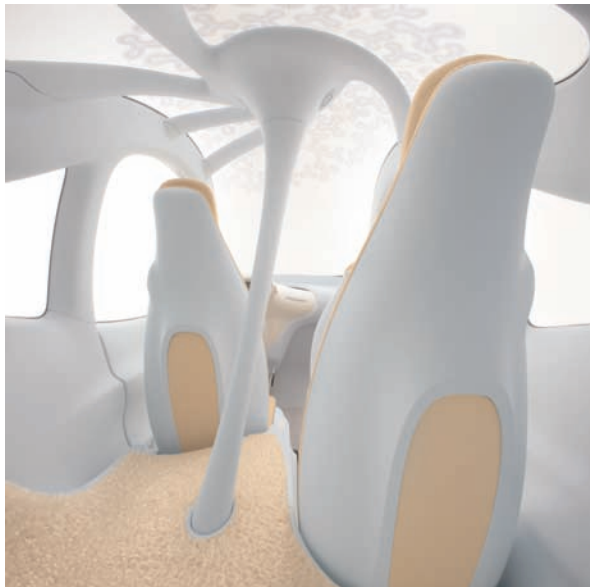
suite/designer chez Nissan

[d] Tu as conçu l'intérieur du concept-car NuVu que Nissan présente au Mondial de l'automobile à Paris, peux-tu nous raconter comment s'est passée la conception ?

C'est une oasis de 3 mètres de long dans la ville qui a la capacité de proposer beaucoup d'espace à l'intérieur. C'est un peu le véhicule du « Petit Prince », dans lequel il y aurait un arbre. L'arbre a des branches sur lesquelles des capteurs solaires en forme de feuilles stylisées sont accrochés au toit vitré du véhicule. Les matériaux sont biologiques ou bien des plastiques légers recyclés. L'énergie, générée par ces capteurs, alimente la batterie, à l'intérieur du « tronc » placé derrière le siège du conducteur. Lorsque le véhicule se déplace, l'air rentre à l'intérieur, puis filtré grâce à l'énergie solaire, il en ressort purifié.

L'idée était d'offrir quelque chose d'inattendu et d'apporter une part d'improvisation. Cette part, difficile à entreprendre dans un pays comme le Japon, représente un peu les valeurs que je défends. Je voulais trouver une autre manière de raconter l'usage d'un véhicule électrique. L'usage est ici même encore plus important que les technologies utilisées. L'intérieur de NuVu a la capacité de réinventer une vie à bord. J'avais envie de mixer les cultures japonaise et occidentale. Pour un Japonais, l'arbre n'est pas conceptuel, il est juste compréhensible. Ainsi, l'idée parle d'elle-même.

Recueilli par Dominique Wagner



L'intuition du créateur, à travers la thématique du sommeil

Alors que s'ouvrait cet été une exposition sur le thème « Promenades insomniaques - Dormir rêver dans l'art contemporain » au Passage de Retz, sortait l'ouvrage de Fanny Déchanet-Platz « L'écrivain, le sommeil et les rêves, 1800-1945 ». Une évolution du sommeil et des rêves vue à travers un vaste choix d'auteurs de la littérature française, durant un siècle et demi. C'est dire si le thème du sommeil et du rêve attire de nombreux artistes et créateurs. Fanny Déchanet-Platz met en exergue l'intuition de l'écrivain corroborée par l'apport de la neurophysiologie et les recherches en psychanalyse. Cette intuition vérifiée par les sciences et les technologies, à l'intérieur de nos modes de vie, n'est-elle pas le lot commun du créateur ?

L'intuition vérifiée par la science

Dormir, comme travailler ou se nourrir sont des thématiques étudiées par les experts scientifiques, économiques mais également investies par les créateurs. « L'analyse, telle que j'ai choisi de la mener, vise à observer par le prisme de l'écriture littéraire la réalité scientifique du sommeil et des rêves, en relevant les correspondances ou les divergences entre le phénomène clinique et son abord par la littérature », explique l'auteur en introduction à son ouvrage. Elle raconte la capacité d'observation, l'intuition, l'imaginaire et la force de transmission de l'écrivain. On peut établir un parallèle entre l'approche intuitive de l'écrivain et celle du créateur en général puis du designer en particulier. Cette appropriation du quotidien, cette position de messenger, de reporter et de décrypteur sont autant d'approches communes à l'écrivain et au designer. « Les neurologues montrent bien que le rêve est la première expérience artistique », témoigne Fanny Déchanet-Platz.

De l'universel à l'individu

« Ce qui m'a fasciné, raconte Fanny Déchanet-Platz, c'est la manière dont le sommeil descend sur chaque personnage de roman ». Elle met en avant un cadre universel, avec trois étapes communes que sont l'endormissement dans un lieu donné, le sommeil et son voyage onirique source d'imaginaire, le réveil avec l'espace retrouvé à travers un nouveau regard, tout en insistant sur le côté individuel et subjectif de chaque dormeur. Fanny Déchanet-Platz s'immerge dans la littérature pour en puiser des fragments de textes qui illustrent son propos. Comment concilier l'universel et l'individuel dans un processus de création et d'innovation ? Différents facteurs comme l'espace, l'accessoirisation, la temporalité et la transformation de la matière à travers l'image onirique sont des éléments de confort du quotidien sur lesquels le designer est susceptible d'intervenir pour satisfaire à la fois l'individu et l'universel. Car si l'écrivain crée un personnage de dormeur fictif au bénéfice de son roman, le designer élabore un scénario d'usage dans lequel il met également en situation ce dormeur fictif.

De même, l'évolution de la perception du rêve à travers la littérature, la manière dont on passe de la description de l'extérieur et du décor, à l'introspection et au voyage intérieur rappelle le contexte actuel dans lequel évolue le designer qui s'intéresse de plus en plus à la personne et son bien-être intérieur. Fanny Déchanet-Platz raconte comment ce voyage intérieur, de l'ordre de l'intuition et raconté par les auteurs, a pu être vérifié ensuite par Freud et la psychanalyse. Même si certains objets n'ont pas vraiment la même signification. « L'escalier, symbole sexuel pour Freud, représente dans la littérature la descente dans le rêve, la structure du sommeil, les recoins difficiles d'accès à la mémoire, l'idée qu'il n'y a ni commencement ni fin. »

De l'observation à l'innovation

Le designer est, quelque part, également le narrateur de nos modes de vie. Tout comme l'écrivain, il observe la gestuelle, la décrypte et la raconte à sa manière pour en expliquer les phénomènes d'usages et introduire peut-être l'idée d'une innovation possible. « Lorsque l'écrivain décrit un personnage endormi dans un fauteuil, par exemple, et qu'il rend compte de la manière dont sa tête bascule, il évoque là une situation d'inconfort et en fait prendre conscience au lecteur à ce moment précis », note Fanny Déchanet-Platz. Le designer passera par la même observation pour proposer des solutions à cet inconfort. Et son intuition première l'amènera à vérifier techniquement et scientifiquement si sa proposition est justifiée.

Dominique Wagner

« L'écrivain, le sommeil et les rêves 1800-1945 » par Fanny Déchanet-Platz
Edition Gallimard, Collection Bibliothèque des idées

Fanny Déchanet-Platz est intervenue à l'ENSCI-Les Ateliers, dans le cadre d'un projet sur le sommeil encadré par Laurent Massaloux, en partenariat avec la société Matelsom.