

Vagabondage

ENCÈNE

N 25

Flânerie



Bauhaus



Minimalisme



Voyage



Itinérance



Typographie



Vide



Misère symbolique



Contemplation



Liberté



Hyper-industriel



Noir & Blanc



Aventure



Individualisme



Passeport



Sagacité



Blason



Survivalisme



Ville



Hasard



Rêverie



Polyvalence



Inattendu



Douane



Collectif



Origine



Limite



Rock'n'Roll



Cantine



Légiférer



Organique



Chaos



Marginal



Patrimoine



Fluide



Monde



p.6 / SORTIR DES SENTIERS BATTUS
/ Élisabeth Charvet

p.9 / CE QUE LE LETTRAGE URBAIN
NOUS ENSEIGNE / Quentin Bougot



p.15 / VAGABONDE-QUI-PEUT !
/ Loïc Saudray



p.21 / DESIGNER = DÉ-SIGNER
/ Astrid Biret



p.27 / BORNER LE VAGABONDAGE
/ Émilie Vannier



P.35 / PERSONNES À MOBILITÉ CONTRÔLÉE
/ Louise Wambergue



p.41 / VAQUER OU DIVAGUER
/ Gaëlle Fournier



p.47 / LE VAGUE A DU BON ?
/ Rémy Durovray



p.53 / ON THE ROAD AGAIN
/ Zoé André



SORTIR DES SENTIERS BATTUS

Le 22 avril 2009, Éric Aeschmann rend hommage au travail de réflexion dont fait preuve la revue *Tiqqun*. Il relaie, via le journal *Libération*, un article qui était passé à peu près inaperçu. Il lui offre une trajectoire de diffusion un peu plus médiatique. Dans la revue *Tiqqun* l'autoroute est présentée comme un dispositif qui fait coïncider un maximum de circulation avec un maximum de contrôle. Tout concourt dans ce système afin que rien ne se passe. La métaphore du flux de véhicules roulant à vive allure dans une même direction nous amène à sentir à quel point il existe dans certains modes de déplacement peu de place pour la surprise, la sérendipité.

De là surgit une intuition : le vagabondage serait-il le mode de déplacement qui pourrait restaurer ce que la façon moderne de se déplacer a largement détruit ?

Sommairement, on définit le vagabondage comme un mode de déplacement qui s'opère sans qu'au préalable il n'y ait eu la définition d'une trajectoire. Celui qui vagabonde ne semble pas prédictible, et l'intention qui préside à son voyage ne semble pas compréhensible de tous. Ainsi, longtemps vagabonder fut selon la législation française une activité répréhensible.

Il est donc question ici de contrôle.

« Penser, c'est bifurquer. »

Au-delà de cette remarque, notons qu'il ne s'agit pas ici de faire l'apologie de l'indécision, mais plutôt de construire le cadre d'une expérience, mettre en place une marge de liberté, et de s'offrir une cartographie permettant plusieurs itinéraires, tout en ayant dessiné en amont le schéma global encadrant le projet. À la trente-huitième minute de son intervention du 17 janvier 2018 sur Thinkerview, Bernard Stiegler nous annonce : **« Penser, c'est bifurquer. »** Il explique que même si les algorithmes vont 4 millions de fois plus vite que le cerveau humain, au final ce qui importe, ce n'est pas de calculer.

Car penser ce n'est pas calculer, c'est, comme nous l'avons dit plus haut, bifurquer, inventer un cheminement. Et pour cela, il serait recommandé de s'en remettre au poète dont la fulgurance de l'esprit échappe aux routages cérébraux imposés. De 1978 à 1990, la revue **Vagabondage** a édité les poètes. Et le nom de la revue n'est pas un hasard. Choisir une mobilité créative, ne pas jalonner notre parcours d'étapes uniquement pré-déterminées, oser des points de chute inattendus, c'est cela qui habite la poésie, et tout particulièrement l'œuvre de Blaise Cendrars, l'auteur de *Bourlinguer* et des *Poèmes Élastiques*, dans lesquels on découvre ces vers¹ :

« Va-et-vient continu
Vagabondage spécial
Tous les hommes, tous les pays
C'est ainsi que tu n'es plus à charge
Tu ne te fais plus sentir... »

1. Blaise Cendrars, Février 1914
Cinquième poème des *Dix-neuf poèmes élastiques*



Choisir une mobilité créative, ne pas jalonner notre parcours d'étapes uniquement pré-déterminées

Être léger, pouvoir se dissoudre temporairement dans un milieu dont on ignore la minute d'avant toute la richesse, et ainsi arriver à poser un regard neuf sur le monde en oubliant une partie de ce qui nous prédéfinit. C'est un peu cela que je veux proposer à celles et ceux qui ont fait ce numéro de la revue *En Cène*. Dans deux mois ils partent en stage, pour la plupart dans un lieu qu'ils ne connaissent pas. Si le projet du stage, à savoir une expérience en milieu professionnel, reste l'objectif qui encadre le grand voyage qu'ils vont accomplir, il faut qu'ils s'offrent en parallèle la joie d'aller de ruelle en chemin, pour tracer le routin qui sera peut-être la voie naissante que prendra leur macro-projet.

CE QUE LE LETTAGE URBAIN NOUS ENSEIGNE

Quentin Bougot

Tandis que l'expérience de la ville tend à se restreindre à celle d'un espace purement commercial, l'observation attentive des lettrages urbains qui structurent une cité pourrait permettre de refonder un espace social plus humain.



Tt



Le vagabondage n'est pas une activité légère. Il est une aventure constante, une exploration consciencieuse, un voyage sans destination. Le vagabond est celui qui connaît si bien le monde qu'il n'a besoin d'aucune carte pour le pénétrer. Le vagabond est celui qui connaît la beauté de ce monde et qui y voue toute son attention et son intelligence. Aussi, cet être est rare dans notre société, et cette rareté en fait un être précieux dont il faut savoir observer la sagesse. Hermann Hesse introduit son ouvrage *L'art de l'oisiveté* en dénonçant la « légèreté fanfaronne » de l'homme moderne qui glorifie sa réussite, son accomplissement, vivant dans l'insouciance de son existence, tandis qu'il a perdu la faculté de croire et de penser. En s'appuyant sur l'analyse des logos des communes, Annick Lantenois établit des conclusions analogues sur la modernité dans *Le vertige du funambule* : les villes, en adoptant des logos « modernes » font table rase de leur histoire et s'attachent à l'instantanéité qu'exige l'économie libérale. L'expérience urbaine n'est alors plus que celle d'un espace commercial où peuvent prendre le dessus toutes les formes graphiques à vocation marchande. Le citoyen fait en cela l'expérience d'un monde où s'efface la faculté de penser et de questionner par l'observation. Face à cela, Hermann Hesse propose l'oisiveté comme mode de vie, en faisant l'éloge de la beauté qui se livre à celui qui apprend à la percevoir. L'être oisif se pose alors nécessairement en contradiction avec la société moderne, il tente, du mieux qu'il peut, de céder son temps à la contemplation de ce qui l'entoure. Alors, le vagabondage peut devenir un moyen par lequel il peut accéder à cette oisiveté rédemptrice. De même, face à un design graphique qui ne produit qu'une expérience marchande de la ville, peut-on opposer une pratique vagabonde, celle du « Safari typographique ». Cette activité se propose de chiner les lettrages caractéristiques et admirables qui parsèment les villes. En 2015, la chaîne Arte a consacré à cette pratique une série de reportages : *Safari Typo*, dans laquelle des typographes de différentes nationalités guident le spectateur dans une compréhension nouvelle d'une ville au regard des formes typographiques spécifiques qui y prolifèrent. Chaque épisode consacre 6 à 8 minutes à une ville : Marseille, Berlin, Amsterdam, Montréal et Londres y sont percés à jour par le regard des experts des lettres.

Cette pratique du vagabondage typographique peut amener le designer à reconsidérer l'expérience de la ville, de quoi faire émerger un design plus conscient, mais pour quels bénéfices sur le plan collectif ?

qui



Tt

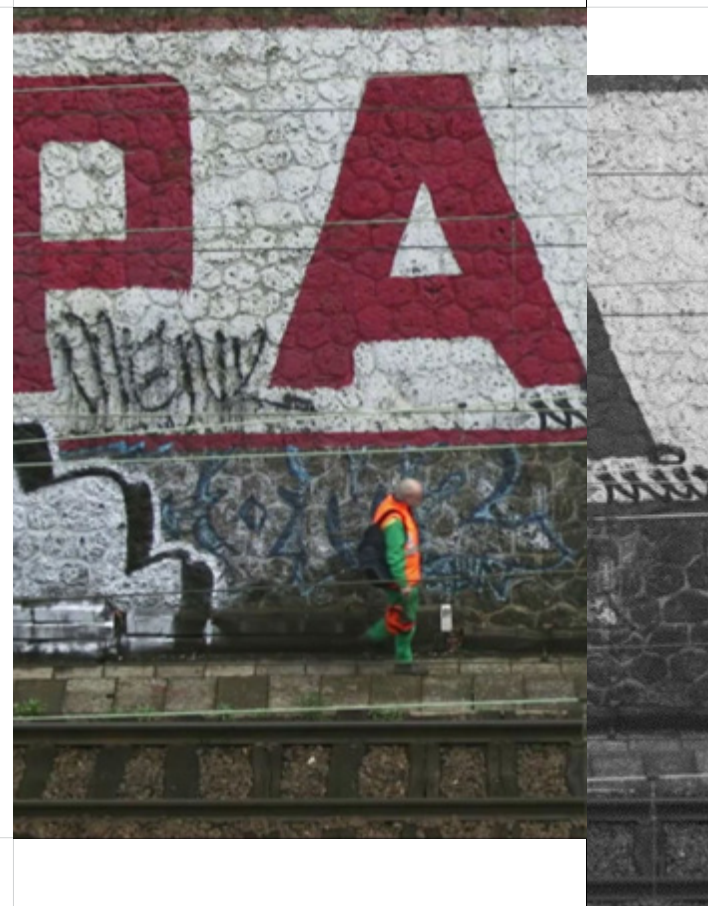
Avec *Safari Typo* nous découvrons des typographes vagabonds, qui cherchent à capturer dans la ville des lettres remarquables qui ne se font pas toujours remarquer, à distinguer le caractère extraordinaire du quotidien ordinaire. Par ce jeu où l'observation est aux aguets, le typographe nourrit son inspiration, mais il met surtout en évidence les singularités esthétiques propres à une ville qui façonnent une culture territoriale et qui modèlent des habitants. En cela, il perçoit la complexité d'une culture, ses ambivalences, ses contrastes.



C'est en quelque sorte ce que croit aussi le typographe David Poullard, qui devine une force émotionnelle dans les lettrages urbains du commun. Dans un épisode de *Safari Typo* consacré à la ville de Paris, il les compare à des personnages caractéristiques. Sous cet angle, l'espace public est rempli de « personnages » singuliers qui expriment des humeurs particulières. D'un côté, ils façonnent des comportements par la manière dont les habitants des villes peuvent s'identifier à eux : on peut penser que l'imposant « Jaurès » de la station de métro éponyme inspire à certains des humeurs révolutionnaires, tandis que les caractères fantômes de l'époque industrielle peuvent donner aux habitants de Montréal ce côté parfois nostalgique. D'autre part, les mots que la ville prononce à travers ces personnages forment une histoire collective cohérente (irons-nous jusqu'à dire un mythe ?) qui peut-être fonde les rapports entre les différents membres du collectif urbain.

Nous avons tendance à associer trop simplement une ville ou un pays aux grands monuments architecturaux qui en font la renommée. Ce biais permet, en effet, de comprendre certains traits spécifiques d'un pays, notamment historiques, politiques et culturels, mais il peut être parfois limité. En réalité, la plupart des Parisiens n'ont jamais visité la tour Eiffel, tandis que nombre d'entre eux utilisent le métro quotidiennement. Et on peut sérieusement présager que les lettres en faïence qui indiquent le nom des stations du métropolitain fondent aussi leur identité. « Quand on évite de se préoccuper exclusivement des aspects les plus connus, les plus visibles des paysages et des villes que l'on parcourt ; quand on est animé par l'envie de saisir la vérité et la profondeur des choses, de les appréhender toutes deux avec amour, ce sont surtout les hasards, les petits riens qui conservent dans notre mémoire un éclat particulier. »¹ Ces propos qui nous sont confiés par Hermann Hesse chuchotent l'idée d'une puissance d'identification dans les choses modestes, d'une capacité à l'empathie par le contact avec les objets simples.

« Ce sont les hasards, les petits riens, qui conservent dans notre mémoire un éclat particulier. »



racontent encore l'espace urbain. »

Mais ce qui donne cette force de structuration sociale aux mots de la ville ne tient pas purement à leur symbolique formelle, mais a quelque chose à voir avec leur tracé imparfait. C'est du moins ce que suggère David Poullard qui trouve émouvante la manière dont ces lettrages, dans leur imperfection, peuvent entrer en résonance avec les gens qui les côtoient et qui peuvent s'y identifier, y voir leur reflet. Ces lettres aussi ont une vie, une histoire, elles témoignent, elles dialoguent, elles se détériorent, elles disparaissent et sont remplacées par de plus jeunes, qui vivent à leur tour. En cela, elles fondent un espace public à échelle humaine, qui vit et qui résiste à une modernité rêvant d'immortalité. En observant les lettrages urbains, on peut donc identifier des individus, des métiers, mais aussi comprendre comment tous ces gens font société, et autour de quelles valeurs.





À l'inverse, dans une ville où dépérissent ces lettrages, dépérissent aussi les valeurs d'un groupe social. Avec *Safari Typo*, nous découvrons donc l'importance des caractères typographiques dans l'espace urbain. En les mettant en relation avec l'identité de la ville et de ses habitants, ainsi qu'avec son histoire et ses valeurs, ces lettres deviennent des éléments d'un patrimoine qu'il faut protéger. Or, la tradition des lettrages urbains tend à se marginaliser, en même temps que les grandes marques prennent possession de ce qui était autrefois des commerces indépendants. Les enseignes disparaissent au profit des marques, et dans ce même mouvement, les mots simples, les mots modestes ne parviennent plus à raconter cette histoire qui rendait cohérent l'espace social. La ville perd son récit. Elle oppresse par l'impossibilité pour les individus d'y trouver une résonance. Alors, pour résister à ce vent déshumanisant, il faut devenir vagabond et apprendre à identifier les lettrages qui racontent encore l'espace urbain. C'est la force de *Safari typo* qui invite à s'émerveiller de ces trésors ordinaires que sont les typographies urbaines, à y consacrer plus d'attention, à les photographier, les dessiner, à retracer ces lettrages caractéristiques qui font l'humanité des villes. Par cette pratique, le designer prend conscience de l'histoire que raconte une ville. Il lui revient alors d'entretenir ce récit, par respect de ses habitants, mais aussi pour entrer en résistance contre la modernité qui tend à abîmer les récits collectifs, au profit d'une culture uniforme, prête à l'achat. S'il revient au designer la tâche de façonner l'espace public, la vie quotidienne, alors c'est à lui que revient celle d'entretenir une culture qui ne soit pas essentiellement marchande, une culture qui lie les individus par la beauté du commun.





On le voit, le vagabondage est une pratique qui permet l'accès à une beauté humble. En déambulant au hasard des villes, le designer joue à dévoiler des détails extraordinaires contenus dans le champ de vision quotidien des gens ordinaires. En cela, il aiguise leur sens de l'observation et éduque en eux un goût pour l'émerveillement. Ils peuvent alors comprendre le rôle qu'a le designer de façonner la beauté dans l'espace quotidien. Dès lors, si celui-ci ne se contente d'offrir à cette vie quotidienne que des objets conçus seulement pour le marché, tentant de simuler une perfection inerte, alors il sait qu'il perd une opportunité de chuchoter çà et là dans l'atmosphère polluée des villes quelques airs de poésie.



EMIC EN IN 25

Tt © Arte, extraits de *Safari Typo* (6/8) - Paris
 © Arte, extraits de *Safari Typo* (6/8) - Paris
 Photos prises lors d'un vagabondage à Montréal

M Photos prises lors d'un vagabondage à Montréal
 © Arte, extraits de *Safari Typo* (6/8) - Paris
 Photos prises lors d'un vagabondage à Montréal

VAGABONDE-QUI-PEUT !

Loïc Saudray

Vivre libre et sans entraves est le rêve de plus en plus de personnes dégoûtées par le système sociétal actuel. Certaines se dépossèdent de tout pour partir à l'assaut de la route. Pourtant la vie de vagabond, qui alors résonne comme utopie, est-elle vraiment souhaitable et viable pour le plus grand nombre ?



Un vagabond, ou un chemineau, est un individu sans domicile fixe, argent ou profession, cherchant avant tout à acquérir le minimum vital au moyen d'un peu de charité et de débrouillardise, et à vivre de cette sobriété. Se contentant de peu, il s'adapte aux situations qui lui sont proposées. Cette démarche est intéressante car elle anticipe un comportement d'adaptation « survivaliste » dans un contexte de catastrophe et de situations extrêmes, qui tend aujourd'hui à s'intensifier. Le vagabond est-il un profil de l'Homme résilient du siècle prochain ? C'est en tout cas pour ces chasseurs-cueilleurs contemporains que le jeune designer Gaëtan Guillaumin a repensé l'objet archétypal de l'adaptation en milieu hostile : le couteau. Son projet de fin de cycle bachelor *Wild'n craft* s'intéresse aux atouts que présente le vagabondage.

Mais ces avantages apparents font-ils pour autant de ce style de vie un futur modèle viable et envisageable ?

SALON DU SURVIVALISME

Autonomie & Développement Durable

Paris Event Center
Porte de la Villette
Du 23 au 25 Mars 2018

SALONS
SURVIVAL
GERBER
GREEN INNOVATION
Maddyne
survivalisme.com

Le vagabondage, style de vie consistant à vivre en s'imposant des déplacements fréquents dans le but de chercher çà et là de quoi subsister, pourrait bientôt se répandre. Comme en témoigne la fable « Le Loup et le Chien »¹ de Jean de La Fontaine, le vagabondage est un choix, et c'est en cela qu'il se distingue de l'errance adoptée par nécessité par les plus démunis. Ce style de vie connaît aujourd'hui un succès timide mais croissant auprès de personnes cherchant l'ivresse d'une vie au jour le jour et sans les entraves d'une société au système économique mal portant. L'arrivée de l'industrialisation en Europe et les promesses d'une croissance accélérée de l'ordre de 5 % entre 1945 et 1975 avaient notamment permis de faire fortement régresser cette propension au vagabondage. Mais aujourd'hui, alors que les indices de croissance économique sont au plus bas, de plus en plus nombreux sont ceux qui souhaitent rompre avec les contraintes d'une vie rangée et souvent financièrement difficile. Malgré l'appréhension qui règne autour de ce style de vie précaire (de 1810 à 1994, le Code pénal français en faisait un délit), il semble que nous ayons des leçons à tirer de son fonctionnement. En effet la première chose que l'on remarque à propos du travail du designer sur le couteau Wild'n Craft est qu'il a choisi d'y intégrer un panel d'accessoires simples et utiles pour une survie des plus basiques.

« considérer la prise d'indépendance et d'émancipation comme déterminante »

Le couteau est équipé d'un sifflet très pratique pour signaler sa présence, d'un allume-feu pour aider à créer quelques braises, d'une boussole pour orienter l'individu, d'une petite corde de rappel et d'une lampe pour l'aider dans ses déplacements, ainsi que d'un aiguiser et d'un cran de sécurité pour garantir un maximum de sécurité et de longévité d'usage à ces outils. On voit ici l'intérêt pour un vagabond de se munir d'outils de techniques simples et polyvalentes, l'invitant à explorer son environnement et ainsi à en finir avec une certaine soumission à la société de consommation actuelle. C'est une qualité pour une telle philosophie de vie que de considérer la prise d'indépendance et d'émancipation comme déterminante dans les choix individuels qui peuvent être faits au quotidien. En raison de notre dépendance croissante aux nouvelles technologies et aux objets connectés, de l'automatisation de la production et de la standardisation culturelle engagée par les échanges numériques à grande vitesse, les populations industrialisées subissent une perte de leur capacité à réagir à un état de crise. En effet depuis le basculement des sociétés agraires et artisanales vers un modèle commercial et industriel qui eut lieu au cours du XIX^e siècle, nos sociétés sont dans une recherche constante de confort, de facilité et d'immédiateté.

1. Livre I, Fable V des *Fables de La Fontaine* (1668) de Jean de La Fontaine



Comme l'exprime le designer Nathan Loyrette dans son mémoire de recherche en Design intitulé *Design & immédiateté, le paradoxe du confort* paru en 2015, « *l'idée du « confort moderne » permet d'accéder à des technologies rendant nos tâches plus efficaces. Cette recherche de confort individuel en tant que vecteur de bien-être est devenue une pièce maîtresse de la dynamique du capitalisme* ».

Ainsi le vagabond, qui est celui qui cherche un équilibre de vie procuré par un minimum de biens, doit faire preuve de sagacité (autrement dit de finesse d'esprit) pour répondre à ses besoins. Il se rend conscient de ce qu'il doit faire, créer ou consommer pour subsister et par là se rend résilient face aux problématiques environnementales qui remettent en question le mode de fonctionnement de la civilisation actuelle.



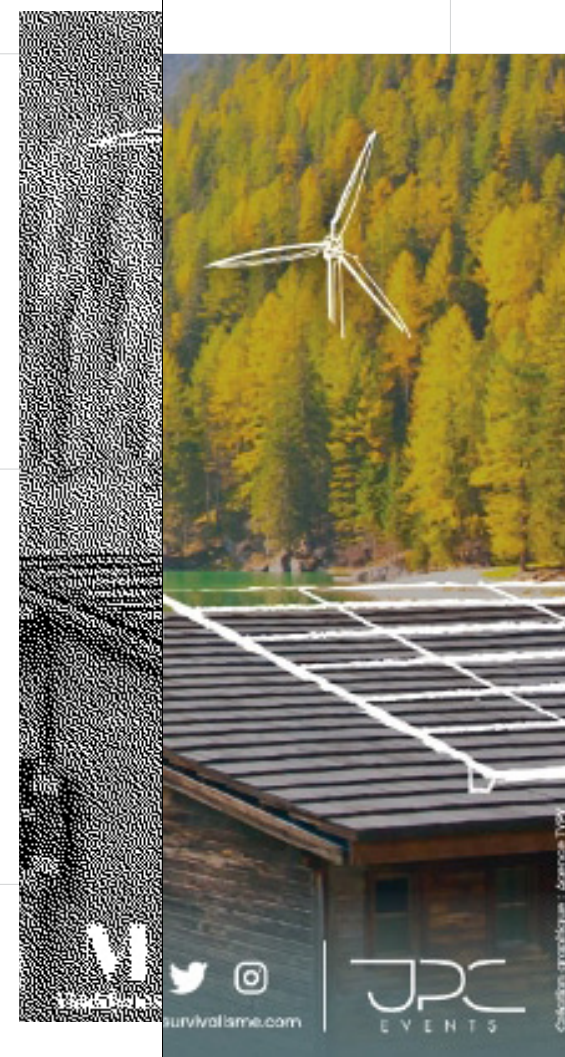
Il est aussi important de constater que Gaëtan Guillaumin a choisi d'évider le manche du couteau *Wild'n craft* afin de pouvoir y intégrer davantage d'accessoires. En effet l'optimisation des espaces et de la matière est un prérequis fondamental pour qui souhaite voyager léger. Ainsi le vagabondage possède cette vertu de toujours faire le choix du strict minimum et signe par là un engagement vis-à-vis de la lutte contre l'épuisement des ressources aujourd'hui à l'œuvre dans les sociétés industrialisées. Implicitement, le vagabond tend à réduire l'impact de l'Homme sur son environnement, Les préoccupations environnementales étaient jusqu'alors la conséquence indirecte de ce mode de vie en plein essor. Mais aujourd'hui elles s'immiscent au cœur même du mouvement pour y prendre racine. Le 22 mars 2019 à Paris Porte de la Villette a eu lieu le lancement de la deuxième édition du *Salon du survivalisme*. C'était encore une fois l'occasion pour les adeptes d'aventure de découvrir une multitude de stands portant autant sur les techniques de survie que sur l'autonomie énergétique et la gestion des ressources.

Ainsi le vagabond opère-t-il peut-être sans le vouloir une marche d'expiation des abus de l'homme d'hier et d'aujourd'hui. À contre-courant du standard de vie actuel, il trouve de possibles réponses à la recherche de résilience que réclame aujourd'hui notre société.

« Tout dans le couteau *Wild'n Craft* exprime le penchant individualiste du vagabond. »

Pourtant malgré ces nombreux points forts, le vagabondage trouve des impasses à devenir un modèle viable et envisageable pour anticiper l'effondrement de la civilisation industrialisée. Voyons plutôt : le couteau en question se porte verrouillé à la ceinture d'un individu, il est donc conçu comme un objet personnel. De plus, sa forme et ses couleurs agressives ne sont pas sans rappeler le profil d'une arme à feu, laquelle est utilisée par le cow-boy solitaire du Far West au même titre que le militaire en zone hostile, pour qui tout peut être considéré comme potentielle menace. Tout dans le couteau *Wild'n Craft* exprime le penchant individualiste du vagabond. Or, si l'on expose à une population occidentale peu avertie des enjeux environnementaux, tous les déboires auxquels est destiné son mode de vie consumériste, elle se trouvera démunie et craindra un retour à l'austérité. Pour y faire face, elle aura à s'unir et « faire société ». La collapsologie, qui est la science de l'étude de l'effondrement de la société capitaliste et des possibles solutions pour l'amortir, préconise pour cela la constitution d'un maillage collectif et local. Pablo Servigne, meneur de file français de la collapsologie, insiste dans son ouvrage *Comment tout peut s'effondrer* sur la nécessité de s'ancrer, et donne au logis et à l'enracinement terrestre une importance capitale pour prétendre à un gain de résilience collective. C'est notamment en cela que le vagabond, profond individualiste en perpétuel mouvement, se distingue du nomade, personne itinérante faisant partie d'une communauté s'établissant de manière éphémère sur un territoire. C'est en raison de cet individualisme que le vagabondage ne peut pas devenir à lui seul un modèle viable et désirable.

« Le vagabondage possède cette vertu de toujours faire le choix du strict minimum »



De plus comme nous venons de l'évoquer avec l'exemple du couteau *Wild'n Craft*, la culture de la méfiance et des outils de défense est très forte dans le mode de vie du vagabond. Cette culture des armes active un imaginaire « à la John Rambo », qui fait de la nature un obstacle à combattre et non plus à préserver. Là où la collapsologie cherche des réponses en faisant face aux enjeux environnementaux, le vagabondage tend à induire un comportement de fuite. C'est pourquoi le chemineau ne s'établit jamais.



Dans ce contexte de vie relativement précaire, la notion de valeur prend un tout autre sens. L'utilité devient le paramètre indispensable, et l'objet désiré n'est plus l'objet de belle facture mais bien l'objet utilitaire. Observons à nouveau que le couteau *Wild'n Craft* de Gaëtan Guillaumin, aussi bien équipé et utile soit-il, est réalisé en plastique. En effet, d'un point de vue technique la matière plastique présente de nombreux avantages : elle résiste à l'eau et aux flammes, elle est légère, peut prendre une multitude de formes et de textures. Seulement ce basculement de valeurs engendre une perte d'intérêt en termes de symbolique des objets. La matière est employée à des fins abusives. Les formes et les couleurs proposées pour ce projet *Wild'n Craft*, empreintes d'une esthétique vidéo-ludique, sont en totale contradiction avec la sobriété vantée par le mode de fonctionnement du vagabond, et témoignent d'une progressive récupération « marketeuse » de ce style de vie devenu une tendance.



Cette richesse utilitaire, qui devient pour un vagabond richesse matérielle, est donc pensée indépendamment de la notion de richesse symbolique. Pourtant d'après le philosophe français Bernard Stiegler, « *La misère matérielle ne doit pas être pensée indépendamment de la misère symbolique parce que la pauvreté matérielle des uns semble la conséquence du sous-développement symbolique des autres* ». C'est-à-dire qu'à trop peu considérer le versant symbolique, on tend à globaliser un dédain progressif pour le « pourquoi » et le « comment » de la production de nos objets. Les utilisateurs, alors dépourvus de connaissances pratiques vis-à-vis de leurs objets, entrent dans une forme de simple usage de ces derniers, ne cherchent pas à réellement pratiquer de manière plus constructive ces objets devenus outils ou marchandises et ne se soucient ni de l'avant ni de l'après utilisation. Plus grave encore, le passage d'une société sédentaire avec des objets fixes à une société complètement vagabonde faisant avec du « *tout changeant* » ne permet plus aux objets d'assurer leur fonction de « ciment social », déterminée par Hannah Arendt dans *Condition de l'homme moderne*. C'est-à-dire qu'ils ne permettent plus de maintenir des liens entre les hommes, car ils sont mis au service de l'instinct de survie et font passer les intérêts de l'individu avant ceux de la collectivité.

Le faible impact environnemental induit par le mode de vie du vagabond nous interroge sur notre intérêt pour la profusion matérialiste, qui est aujourd'hui posée comme un idéal de vie. Le chemineau nous invite à nous en détacher pour pouvoir nous tourner vers un modèle de société donnant davantage d'importance à la spiritualité.

Mais l'individualisme et le climat anxiogène dans lesquels il évolue ne peuvent faire de lui le profil modèle de l'Homme résilient du siècle prochain. Le design du couteau *Wild'n Craft* en est témoin, le manque d'espoir et d'esprit collectif traduit sur le plan sémantique de l'objet n'engageant pas de transformation ou de création du modèle de vie pour un idéal plus viable. Le devoir du design écoresponsable aujourd'hui se trouve dans cette recherche de sens déterminante.



Affiche du *Salon du Survivalisme* (2018) © Agence-TYPY



Couteau *Wild'n craft* - Gaetan Guillaumin - lecolededesign



Présentation des différents outils du couteau *Wild'n craft* - Gaetan Guillaumin - lecolededesign



Scénario d'usage du couteau *Wild'n Craft* - Gaetan Guillaumin - lecolededesign



Scénario d'usage du couteau *Wild'n Craft* - Gaetan Guillaumin - lecolededesign



Stand GERBER - *Salon du Survivalisme* 2019 - Photographie - Loïc Saudray 23/03/2019

DESIGNER

=

DÉ-SIGNER

Astrid Biret

Comment un contenant vide peut-il engager le vagabondage mental ? En travaillant sur cette problématique, le collectif Muji et Be-pôles ont entièrement repensé le système de consommation pour créer un kit de voyage libre d'interprétation.



Tt



« Le minimalisme qui prône le retour

Qui n'a pas déjà entendu le légendaire « **Less is more** » dicté par l'un des plus grands représentants du Bauhaus et du minimalisme, Ludwig Mies Van der Rohe ? Cette doctrine ayant traversé le design du XX^e siècle et dont les fondements se concentrent sur la rationalité et l'essentialité, est de plus en plus reprise par les marques et les publicitaires. Certains, comme le peintre Frank Stella, affirmaient que le minimalisme devait être vierge de toute interprétation et que le public ne devait en aucun cas y projeter ses sentiments.

Toutefois, le dépouillement et le vide ne peuvent-ils pas au contraire avoir pour fonction d'être comblés par nos états d'âme, notre imaginaire ? Le minimalisme graphique a-t-il réellement la capacité de libérer notre esprit et d'engager un vagabondage intellectuel, c'est-à-dire l'habileté que peut avoir l'homme à s'évader psychologiquement, sans retenue ?

Le kit de voyage créé en 2017 suite à une collaboration entre le studio français Be-pôles et l'enseigne japonaise Muji permet d'engager une réflexion sur ces problématiques et offre la possibilité de voir le minimalisme d'une manière différente de celle décrite par les précurseurs de ce mouvement artistique.



**à la sobriété est une réponse contre
cette surabondance**

« On ne cherche pas à attirer le regard du public mais plutôt à capter son esprit pour lui laisser la liberté de s'émanciper des images préconçues. »

Flacons en tout genre, trousse de toilette, kit de lavage, carnets, tote bag... Au total une douzaine de produits ont été inventés pour composer un kit de voyage. D'un côté il y a la marque Muji qui provient de l'abréviation « Mujirushi Ryōhin » ce qui signifie littéralement « produits de qualité sans marque ». Cette enseigne fondée en 1980 prône l'objet fonctionnel, sobre et sans fioriture. Et de l'autre côté, il y a Be-pôles, un studio de création graphique créé en 2000 par Clémence Larroumet et Antoine Ricardou qui ont fondé leur identité sur une esthétique minimaliste. Ces dernières années, le minimalisme qui puise dans le Bauhaus, redevient un phénomène global et le design graphique n'y échappe pas. Les logos sont simplifiés, les formes géométrisées sont préférées, la ligne simple fait son retour. On préfère accorder de l'importance à ce qui fait sens et non à ce qui fait simplement image.



Depuis l'ère industrielle, les images envahissent perpétuellement notre quotidien, notre regard est sans cesse sollicité. L'homme, créateur de signes, est submergé par ce trop-plein d'informations visuelles. Certes, cette profusion offre une multitude d'univers et d'imaginaires possibles mais notre cerveau est rapidement saturé : notre esprit ne peut vagabonder et fonder son propre cosmos. Le minimalisme qui prône le retour à la sobriété est une réponse contre cette surabondance de formes et permet d'engager un vagabondage mental grâce à la liberté offerte dans l'interprétation et l'appropriation du message.

Le kit Muji témoigne de cette volonté d'aller à l'essentiel. Le dépouillement des formes des cahiers ou des flacons permet de faire ressortir la fonction première des objets. Les fioritures, les motifs, les couleurs, les effets : en somme tout ce qui est considéré comme inutile ou gratuit est banni. Le contenant et son enveloppe graphique sont salués pour leur utilité et leur juste équilibre entre sobriété et élégance. En effet, seules la fonction et la description de l'objet sont indiquées sur les produits à l'image de leur gamme *L'article* créée en 2013. Par exemple, nous pouvons lire sur un produit « Le flacon à clip 50 ml » : seuls le nom, la contenance et les caractéristiques de l'objet sont mentionnés. Il n'y a pas de marque, pas de logo, pas de visuel autre que la typographie véhiculant un message descriptif. Le choix du caractère s'est orienté vers le *Garamond* en bold et regular car cette police qui ne comporte pas de fioriture est réputée pour sa grande lisibilité. C'est également une typographie éprouvée et à forte connotation intellectuelle pour ne pas dire sérieuse. De plus, tous les éléments du kit sont transparents, rien n'est caché. La forme rime alors avec la fonction : l'économie de moyens est à son service. Pour finir, les trois niveaux de lecture (le titre, la description et le nom de la collection ainsi que le lieu de fabrication), les vides qui laissent place à la respiration, la quasi non-couleur et la simplicité des matériaux utilisés témoignent d'une volonté des designers de prôner l'immatérialité et le désencombrement. Cette restriction de moyens est inscrite dans une démarche éco-responsable puisqu'il y a une économie d'encre et l'utilisation de papier végétal 100 % naturel. Il s'agit alors de faire le tri entre ce qui est essentiel ou non et de garder uniquement ce qui va durer. On ne cherche pas à attirer le regard du public mais plutôt à capter son esprit pour lui laisser la liberté de s'émanciper des images préconçues. Le produit vient à nous sans l'aura du storytelling qui d'habitude établit son existence à l'aide d'histoires stimulant nos désirs. Mais alors, la réduction des signes et le dépouillement des formes témoignent-ils d'un refus de narrativité ?

Certes, on a longtemps affirmé que le minimalisme visait à neutraliser les couleurs et les formes dans le but d'éliminer tout sentiment ou toute émotion. De prime abord, on pourrait penser que cette ode à la simplicité et à la fonctionnalité aurait tendance à présenter un univers aseptisé. La gamme chromatique du noir et du blanc induit un aspect très abrupt et froid. Mais Muji, cette marque qui se montre comme n'en étant pas une, propose un autre discours, plus contestataire. En misant sur une esthétique sobre et épurée, elle libère ses produits et notre attention sans cesse, sollicitée de l'influence des marques et des discours sous-jacents ainsi que des injonctions à s'identifier à des images. En somme, elle offre la liberté de vagabonder à ses clients qui peuvent alors laisser leur esprit circuler sans l'influence du branding. Car Muji n'assigne pas à ses consommateurs une attention hyper sollicitée par des images qui s'imposent à eux.

de créer une interaction entre l'utilisateur et le produit. »

Souvent, la non-image emporte davantage les esprits qu'une représentation imposée. Be-pôles et Muji ont compris que le renoncement à une communication bavarde et imagée peut parfois restreindre la liberté à tous d'imaginer son propre univers. Mais alors qu'attendons-nous des signes graphiques ? Si l'on considère que le signe est destiné à communiquer quelque chose à quelqu'un, on peut alors se demander si le kit de voyage a réellement un message ou une idée à faire passer. En simplifiant la forme d'expression, le minimalisme est censé augmenter la portée du message véhiculé. Mais qu'en est-il de ce dernier ?









Or, comme le dit Jean-Paul Petitimbart, sémioticien à l'université de Limoges, « pratiquer l'objet, c'est l'appréhender comme une pluralité de sens potentiels qui ne sont pas prédéterminés ». Pour une fois, une marque ne régit pas la forme graphique de l'objet qu'elle commercialise dans le but de satisfaire les désirs de ses clients, mais elle propose à l'acheteur potentiel d'interpréter librement son objet et d'investir du sens et de la valeur dans ce dernier.

Be-pôles et Muji n'auraient-ils pas au contraire voulu laisser la pleine liberté au client de s'imaginer ce message ? Ce kit n'a-t-il pas pour unique vocation d'être l'objet tel qu'il est ? Par une éthique de la vacuité mais également dans le fait que ces objets n'ont aucun contenu, la marque souhaite faire de ses créations des objets réceptacles capables de créer une interaction entre l'utilisateur et le produit. Elle évoque en effet, le moins possible de significations dans ses formes afin de ne pas attribuer un contenu préconçu aux objets. Car c'est au destinataire de combler ces « empty vessels », (traduit par des récipients vides) comme les nomme Kenya Hara, le directeur artistique de Muji. Ces contenants encore inoccupés vont permettre à l'utilisateur de mener un vagabondage mental et c'est en pratiquant l'objet qu'il va pouvoir déterminer son contenu.

Le dépouillement et la suppression de tout contenu non indispensable permettent d'accueillir toutes les interprétations possibles de l'objet. En somme, le kit Muji questionne frontalement la position de l'utilisateur. Le vide n'impose rien : c'est à l'utilisateur d'imaginer et d'interpréter ce qui, dans ces objets, fera sens pour lui. Muji et Be-pôles proposent un réel accomplissement du côté du consommateur et de l'objet qui deviennent tous deux acteurs. En effet, en injectant de l'échange à double sens, entre le produit et l'utilisateur, la marque propose au client non pas de choisir un objet mais de se choisir. Car la possibilité de faire vagabonder son esprit au travers d'un objet, permet à la personne de choisir l'environnement dans lequel elle souhaite se construire. La marque qui devient alors presque une non-marque, amène le public à penser autrement le système de consommation.



-  be-pole_muji_KIT
-  be-pole_muji_GAMME
-  be-pole_muji_CARNETS

-  be-pole_muji_KIT VOYAGE
-  be-pole_muji_POCHETTE PLASTIQUE
-  be-pole_muji_SAC PAPIER

BORNER LE VAGABONDAGE

Émilie Vannier

Hyper-connexion, immédiateté, stress : notre société ne semble pas laisser de place au vagabondage de l'esprit. Peut-on favoriser celui-ci dans les lieux d'attente par le biais d'un distributeur d'histoires ?



Hyper-connexion, immédiateté, stress : notre société ne semble pas laisser de place au vagabondage de l'esprit. Nous redoutons l'ennui comme jamais : en moyenne, nous consultons 23 fois notre portable dans la journée pour occuper notre esprit, pour une durée totale de 1h42, plutôt que de faire face à nos pensées¹. Pourtant, ces instants d'errance de l'esprit ont un intérêt tout particulier pour stimuler la créativité : laisser vagabonder ses pensées, c'est favoriser le processus d'imagination par une forme de relâchement du contrôle de notre esprit, tout à l'inverse de la méditation qui a pour but de le canaliser. Ainsi, Albert Jacquard affirmait, dans sa *Petite Philosophie à l'usage des non-philosophes* (1999), « *sans imagination, il ne pourrait y avoir création* ». En effet, si l'imagination est la « *faculté de former, de créer des images d'objets non perçus ou d'objets irréels, de faire des combinaisons nouvelles d'images* »², on peut considérer le vagabondage comme un état de l'imagination entraînée d'objet en objet « *au gré de la rêverie* »³. Alors que nous sommes de moins en moins souvent livrés à nous-mêmes, Short Édition, « *l'éditeur qui propulse la littérature courte* », a mis en place à partir de 2016 des distributeurs d'histoires courtes : il s'agit de dispositifs installés dans certains lieux d'attente qui impriment à la demande des histoires pouvant se lire en une, trois ou cinq minutes, avec pour objectif de rendre la littérature, loisir considéré comme noble et inspirant, plus accessible et plus attrayant que son téléphone portable.

Face à l'ennui, ce dispositif est-il un bon moyen pour stimuler l'imagination et donc la créativité ou un énième dispositif de divertissement ?

« Il faut se cultiver vite, s'ennuyer vite »

1. Étude Baromobile par OMG (OmnicomMediaGroup) effectuée en 2017 sur un échantillon de 800 répondants utilisateurs de smartphone ou tablette de 15 à 65 ans.

2. CNRTL

3. Larousse



Nous passons en moyenne un tiers de notre temps éveillé à vagabonder, c'est-à-dire à détourner notre attention du monde réel pour nous livrer à des actes mentaux personnels sans lien avec la tâche en cours. Lorsque nous nous livrons à ce vagabondage mental, nous activons des zones particulières du cerveau, regroupées sous l'expression de « **réseau par défaut** »¹, dédiées à l'imagination. Ces zones sont stimulées lorsqu'on accomplit une tâche répétitive, ennuyeuse, activant alors une réflexion inconsciente. Ce mécanisme de l'esprit est bénéfique pour la création ; en nous écartant de la réalité, nous multiplions inconsciemment les combinaisons d'images et de possibilités, ce qui augmente le potentiel innovant de nos idées. Cependant, le vagabondage est aussi un problème, car il peut se manifester lors de tâches nécessitant notre attention en continu, comme le travail ou la conduite. Notre esprit est stimulé constamment par le stress, l'urgence et les pressions normatives, ce qui l'empêche de se mettre au repos, favorisant les rêveries intempestives.



Un dispositif comme celui mis en place par **Short Édition** soulève de nombreuses questions. Le design peut-il favoriser le vagabondage de l'esprit dans certaines situations ? Si le vagabondage est un acte inconscient, un contexte prédéterminé, pensé et formalisé, peut-il vraiment le favoriser ? N'est-ce pas, à l'inverse, une manière d'occuper l'esprit en comblant l'ennui, plus qu'un véritable vagabondage sans objectif ? Ces questions éveillent un certain paradoxe, car concevoir un objet, c'est aussi prévoir des usages ; comment concevoir un produit dont l'objectif est l'inaction de l'utilisateur, jusqu'à le pousser à l'ennui pour initier son vagabondage mental ? L'absence d'objet ne serait-elle pas plus bénéfique qu'un objet palliatif prévu à cet effet ?

« en nous écartant de la réalité, nous multiplions inconsciemment les combinaisons d'images et de possibilités »

On peut d'un côté relever quelques points qui font que le distributeur d'histoires courtes pourrait favoriser le vagabondage. Il offre dans un premier temps du grain à moudre à l'imagination. Le fait que la lecture soit limitée dans le temps (une, trois ou cinq minutes) permet par la suite à l'esprit du lecteur de rebondir sur ce qu'il vient de lire : ainsi, dans l'hypothèse que le temps d'attente soit plus long que le temps de lecture, le vagabondage pourrait en effet avoir lieu, dans une situation où l'on aurait plutôt instinctivement consulté SMS, e-mails et réseaux sociaux sur son smartphone. De plus, le lecteur ne choisit pas le thème de son histoire : ce facteur aléatoire lui permet de se nourrir de nouvelles images mentales, alimentant son imagination. En se confrontant à des expériences de lecture inattendues, le lecteur sort de sa zone de confort, peut être surpris et ainsi engager le processus de vagabondage. Cependant, si le dispositif de **Short Édition** permet de générer de l'imaginaire, il ne permet pas d'expérimenter réellement l'ennui, mais plutôt de le gérer, voire de le combler.



1. Découvert par le neurologue Marcus Raichle, professeur à la Washington University School of Medicine à St Louis.

En effet, notre distributeur d'histoires se place dans un contexte où il est accepté de s'ennuyer : files d'attente, gares, aéroports, par exemple. Notre rêverie, si elle a lieu, est alors volontaire, car nous nous désengageons intentionnellement d'une tâche ennuyeuse, comme guetter l'arrivée de son train ; il s'agit alors de tromper la sensation d'ennui par des actes mentaux créatifs. Ce désœuvrement épisodique est d'ailleurs essentiel au développement de la créativité, de l'autonomie et de l'estime de soi chez les enfants². Pourtant, lire une histoire, c'est déjà une manière de concentrer l'esprit plutôt que de le laisser divaguer. Un dispositif comme celui de **Short Édition** va donc freiner la sensation d'ennui, d'autant qu'il ne délivre que des histoires courtes dont le lecteur n'aura pas le temps de se laisser. Aussi, rien n'interdit aux usagers de prendre plusieurs histoires à la suite, comblant alors toute leur période d'attente. Ainsi, si le distributeur d'histoires courtes permet de générer de l'imaginaire, il ne permet pas une réelle expérience de l'ennui et donc du vagabondage de l'esprit.



2. « Halte à la suractivité : Pourquoi il faut laisser les enfants s'ennuyer pendant les vacances », Delphine Bancaud, 20 minutes, 2017



« si le distributeur d'histoires courtes permet de générer de l'imaginaire, il ne permet pas une réelle expérience de l'ennui »

De plus, l'univers de la borne est aux antipodes de l'idée de vagabondage. L'utilisateur choisit son temps de lecture à l'aide d'un interrupteur rappelant ceux des bornes de métro, et la machine imprime une histoire au hasard. L'impression se fait à l'encre noire sur un papier de ticket de caisse, appelé avec une inadéquation certaine « **papyrus** » par **Short Édition**. La forme du distributeur ne correspond pas vraiment aux **valeurs** que l'éditeur souhaite transmettre : « **surprise, sourire, lecture** ». En effet, si ce n'est la couleur orange qui peut s'avérer surprenante et joyeuse (bien qu'elle soit couramment utilisée pour attirer l'attention, par exemple si l'on considère les bornes d'appel d'urgence d'autoroute), rien dans ce distributeur n'invite à la lecture et à la rêverie : forme conique, matières plastiques, références au monde du transport... Il s'agit donc ici plus de distribuer du divertissement facilement, rapidement et à moindre coût, plutôt que de réellement engager une réflexion sur notre rapport à la non-productivité. En effet, si l'idée de l'ennui est mal perçue et se doit d'être comblée, c'est parce qu'elle se rapporte à l'absence






de rentabilité dans une société productiviste dans laquelle chaque instant doit être exploité. La référence à l'imaginaire du transport, bien qu'elle ne soit probablement pas souhaitée, n'est pas un hasard : il faut se cultiver vite, s'ennuyer vite, dans une logique de progrès et de croissance infinie, dont la vitesse « **réduit le monde à rien** »³. Il semblerait alors que le distributeur d'histoires courtes ne puisse réellement créer du vagabondage mental. En vérité, l'existence d'un tel dispositif reflète notre incapacité à nous ennuyer et notre besoin maladif de combler ce vide par du divertissement pour ne pas faire face à nos propres questionnements existentiels. Cette expérience de lecture apparaîtrait finalement aussi hasardeuse qu'une banale consultation des réseaux sociaux. Pourtant, le lecteur est satisfait d'avoir accompli autre chose que consulter son portable, et se sent enrichi d'un quelconque savoir ; alors qu'en réalité, il passe à côté de l'expérience de l'ennui.

3. Expression de Paul Virilio, reprise dans plusieurs de ses ouvrages et interviews

« Nous avons trop peu d'occasions de vraiment faire quoi que ce soit parce que notre environnement est trop souvent prédéterminé à distance. »¹. Si *Short Édition* a le mérite de nous inviter à la déconnexion, ce n'est que pour proposer une nouvelle activité divertissante là où un véritable vagabondage mental créatif serait possible. Dans une société où notre attention est capitalisée et stimulée par de nombreux discours publicitaires plus ou moins dissimulés, il est d'autant plus important de permettre à notre esprit de lâcher prise. Favoriser cela par le design semble délicat, car l'acte de design consiste d'une certaine manière à penser un contexte, une cible, des usages ; or cela peut borner l'esprit et la créativité.

1. *Éloge du carburateur*, Matthew Crawford (2009)

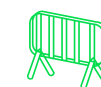


-  Histoires imprimées (www.livressedesmots.com)
-  L'histoire est imprimée (short-edition.com)
-  Le distributeur d'histoires courtes (distributeur.short-edition.com)
-  Un outil de vagabondage mental (www.presse-citron.net)
-  Un usager choisit son temps de lecture (distributeur.short-edition.com)

PERSONNES À MOBILITÉ CONTRÔLÉE

Louise Wambergue

“Le vagabondage est un délit.” Article 269 du Code Pénal français
(abrogé au 1er mars 1994)



Si officiellement le vagabondage n'est plus puni par la loi, est-il néanmoins encore possible ? Car vagabonder, dans l'acception contemporaine, c'est voyager au hasard, sans but, ni retour prévu. C'est faire fi des frontières. Cependant, à la fin du XX^e siècle, un objet graphique ancien passe d'un usage national à international : **le passeport**. Sa refonte, liée notamment à des techniques de contrôle plus pointues, a bousculé notre perception physique et mentale de la frontière.

Précédemment utilisé pour les déplacements à l'intérieur des territoires, aujourd'hui il sert à contrôler, voire à juguler, une forme croissante de nomadisme ponctuel (touristique ou politique) de populations en réseaux, pourtant toujours plus sédentaires. Ainsi ce petit carnet, nouvel outil de supervision sociale, est devenu indispensable pour traverser la plupart des frontières. C'est dans ce contexte que la Norvège a commandité un grand renouveau graphique de ses documents officiels (passeport, carte d'identité, monnaie, etc.) au cours de la dernière décennie. On peut ici se demander quelle est la portée des choix formels mis en œuvre par le graphiste dans la conception de cet objet, nouveau symbole de la frontière. Le design graphique formalise la législation entre l'État et le citoyen et contribue à la mise en ordre de la société. Dans le cas présent, il détermine la consistance des frontières dans l'inconscient collectif.

***Est-il alors encore possible de vagabonder à travers un monde bardé de frontières et restreint par les contrôles et les procédures ?
Peut-on encore vagabonder si nous voyageons avec ces frontières dans notre poche ?***



« Le design graphique formalise la législation entre

l'Etat et le citoyen »

Les récents renouvellements graphiques commandités par certains pays, comme la Norvège, ont permis l'apparition d'une forme de variation dans l'organisation visuelle classique de la couverture ; avec, de haut en bas, le nom du pays, son blason, le nom du document et le logo du passeport biométrique. Elle se construit donc autour d'un élément central, presque plus identifié que le nom du pays : **le blason**. Encore présent, quoique réduit en taille et excentré sur le nouveau passeport, le blason norvégien est inchangé depuis le XIII^e siècle : « **De gueules, au lion couronné d'or, tenant dans ses pattes une hache d'argent emmanchée aussi d'or** ». Ces symboles sont ceux des rois norvégiens depuis Magnus VI (grand législateur, on lui doit la reconnaissance du pouvoir royal). Ils évoquent, par analogie, le lien tacite entre les habitants du pays et la définition physique et historique de celui-ci. Le blason est un **élément fédérateur** dans l'inconscient collectif des habitants, comme le définit Annick Lantenois¹, qui conteste néanmoins la pertinence et la légitimité de son usage actuellement, car archaïque et véhiculant de valeurs très ethnocentrées.

1. **Le vertige du funambule. Le design graphique, entre économie et morale, Annick Lantenois, Chapitre I "Crise du temps", partie I "Blason des cités. Logos des villes", p21-29, éditions B42, Cité du design, 2013**

Ainsi, la diminution de la taille des signes présents sur ce passeport peut, entre autres hypothèses, s'interpréter par un style nordique minimaliste, par une humilité du pays, conscient que ces formes, bien qu'emblématiques, ne sont plus adaptées pour le représenter ou comme une volonté du graphiste de diminuer la force des formes légiférantes en première de couverture et ainsi minimiser la sensation de subordination à la loi dont le voyageur fait l'objet (contrairement au vagabond). D'un autre côté, la Norvège se positionne de manière assez élitiste vis-à-vis des autres pays, en choisissant d'être actuelle et forte dans les signes graphiques qui encadrent sa citoyenneté. Puisque, de tout temps, ce sont surtout les objets tangibles (graphiques ou non), **les œuvres**², produits par une civilisation qui ont permis sa pérennité, son unité et son identité.



2. **Condition de l'homme moderne, Hannah Arendt, chapitre I "La condition humaine", partie I "La vita activa et la condition humaine.", éditions Agora, 1958**

« On ne peut plus s'affranchir de sa terre d'origine »

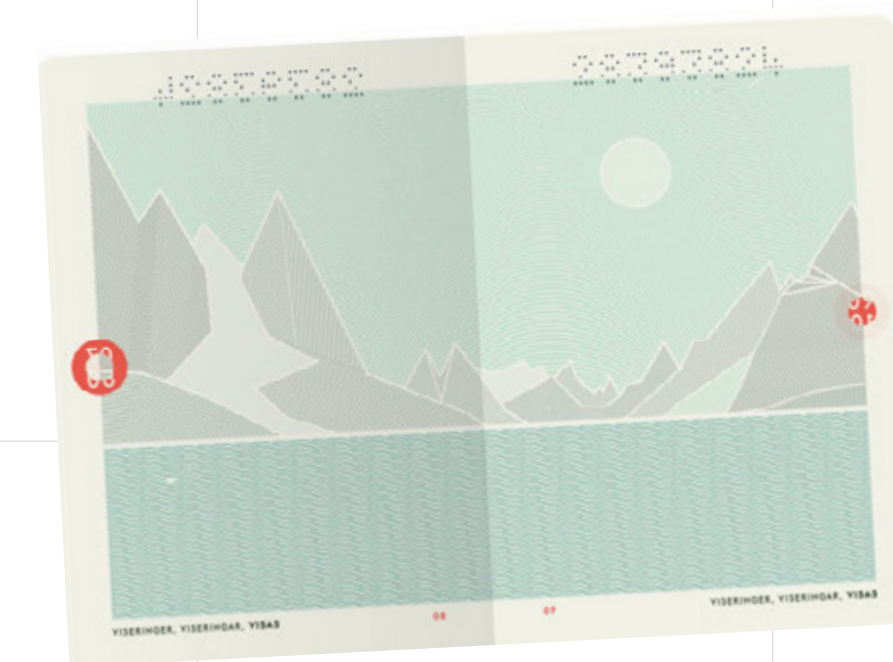
Ainsi, l'imaginaire collectif d'un peuple se forme à partir du critère premier de l'appartenance au pays de naissance qui instaure un rapport à l'origine assez antithétique de l'idée de vagabondage. Ces signes induisent une forme de retour immuable à la case départ. De ce fait, même si la nouvelle couverture régule ce lien constant, l'attache au pays natal persiste. On ne peut plus s'affranchir de sa terre d'origine sans ce rappel constant à l'ordre, au retour. Puisque le vagabond, pénalement, n'a pas de papiers d'identité, ne serions-nous pas contraints dans notre vagabondage par ce document ?

Dans un second temps, il faut s'attarder sur cet outil graphique qui véhicule en lui-même plusieurs signes niant la singularité des territoires. En effet, on ne peut omettre une caractéristique dominante du passeport : **sa couleur**. Tout comme le blason, c'est un signe d'appartenance, mais à un ensemble plus vaste encore que le pays. Il n'existe que quatre couleurs de passeports : rouge, bleu, vert et noir. Les rouges, comme le norvégien, sont les plus répandus et s'appliquent autant aux régimes communistes (anciens et actuels) qu'à la majorité des états membres de l'Union Européenne. Cette uniformisation, fidèle aux normes de conception, est symptomatique d'une homogénéisation des particularités des pays et tend vers un idéal mondial unifié, profondément factice. La couleur du passeport est un acte politique, bien que le graphiste puisse en choisir une nuance particulière : le vert est bien souvent une revendication religieuse. La couleur devient une forme de limite à la sensation de vagabondage car elle modifie déjà l'imaginaire du voyageur par la dilution grandissante de l'identité de chaque territoire dans un ensemble. Cela abaisse encore un peu plus les barrières que la notion de vagabondage cherche à transgresser.

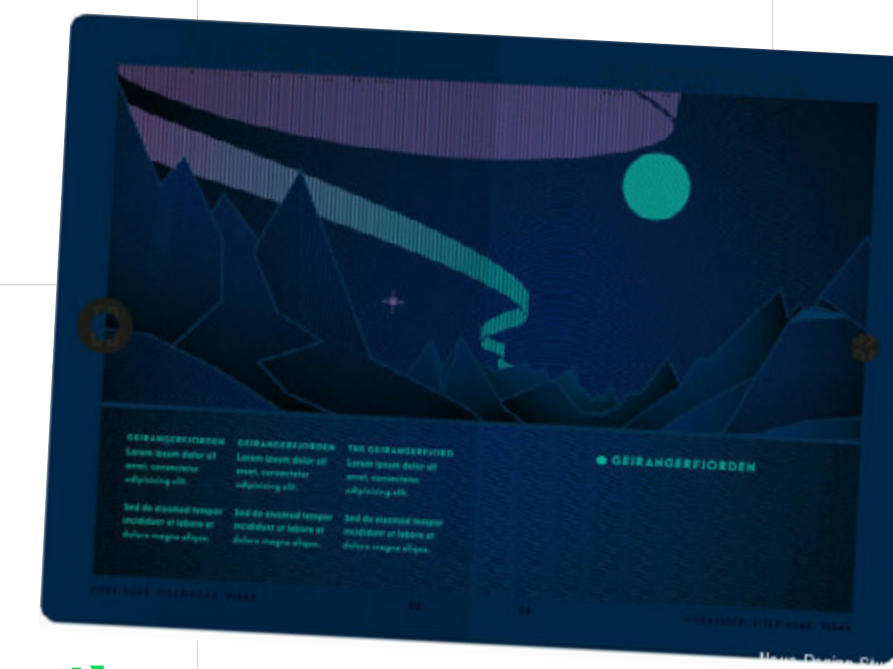


D'autre part, en Norvège comme ailleurs, les seules couleurs de couverture autorisées qui diffèrent des quatre officielles sont discriminantes et subdivisent la population d'un pays en plus de la différencier du reste du monde. En majorité, les passeports dédiés aux migrants arborent des tons clairs : en Norvège, ils sont blancs, comme pour les priver d'une appartenance quelconque à un territoire. Or, même si par définition, le vagabond n'a pas de foyer où revenir, les douanes brident ceux qui n'ont nulle part où retourner. Ainsi, mettre en exergue l'absence d'origine est un autre moyen d'empêcher le vagabondage : sans endroit où revenir, une personne n'a plus le droit de se déplacer librement.

Par ailleurs, la forme éditoriale du passeport est fixée par l'**International Civil Aviation Organization** et définit une taille (125 x 88 mm) et un nombre de pages (32 voir 48 sous conditions). Elle n'établit pas d'autres limites dans la forme graphique des passeports (hormis les normes de sécurité et les mentions légales). Pourtant presque toutes les couvertures répondent au même gabarit, évoqué précédemment, imprimées et embossées à chaud en doré. Il s'en détache un sentiment de cohésion des nations entre elles qui abolissent encore un peu plus les limites. À l'inverse, les renouvellements graphiques divergeants, marginaux par leur nombre mais élitistes par leur fonction, comme celui de la Norvège, viennent rompre cette uniformité et ramènent une frontière avec le reste du monde.



« LA FORME DOIT MODELER L'IMAGINAIRE »







On révèle donc ici l'importance de la prise en compte des conséquences de l'acte de création graphique sur l'imaginaire collectif induit par la loi.

Comme l'a déjà théorisé l'historien Pierre Legendre³, **les formes produites par le designer graphique**, notamment pour un commanditaire public, **ont une nécessité de véhiculer des valeurs, des possibilités et des interdictions**. La forme doit modeler l'imaginaire tout en étant séduisante et hautement fonctionnelle. En effet la sécurité était un des enjeux majeurs du renouvellement du passeport norvégien. Le graphisme prend alors une ampleur tout à fait nouvelle puisque c'est lui, comme pour des billets de banque, qui définit les formes des éléments de sécurité empêchant le vol, la contrefaçon etc. Le papier et l'encre ont été choisis pour que certains motifs tels que les aurores boréales, phénomènes physiques propres aux pays scandinaves et nordiques, ou certaines inscriptions en norvégien, ne soient visibles que sous lampes UV. Ce qui est fondamentalement spécifique au pays est ce qui fait la sécurité du document. De la même façon, les paysages, bien que minimalistes, sont constitués de réseaux de lignes complexes dont la densité et l'orientation forment les reliefs. Ce sont ces réseaux compliqués qui scellent l'unicité du document car c'est leur faible reproductibilité qui fait leur force. Ces entrelacs sont des motifs légiférants que l'on retrouve notamment dans les sceaux mais également dans les accessoires qui encadraient la posture du corps (le corsage ou la fraise en vigueur au XVI^e siècle). Ce sont les qualités callimorphiques de ces enchevêtrements alambiqués, ainsi que l'évidente valeur dont ils sont l'apanage, qui engagent l'acceptation des restrictions imposées normativement par la loi.

3. « Valeur dogmatique de l'esthétique », Pierre Legendre dans *La loi et les conséquences visuelles*, Ruedi Baur (2007), éditions Lars Müller

Ainsi le graphiste légifère en secret par la forme même de sa production. Le passeport devient alors un objet qui abolit autant qu'il crée la limite. Il proscriit donc le vagabondage qui réside dans l'art de franchir les frontières et qui s'exerce par rapport à celles-ci. Ne plus avoir de frontière revient à ne plus avoir d'étape à franchir pour être "officiellement" ailleurs. Mais porter avec soi les limites mêmes de son pays d'origine est tout aussi limitant. On ne peut plus repousser de barrières du pas léger du vagabond qui se retrouve perdu dans une immensité illimitée où la distinction comme repère géographique n'existe plus. On ne vagabonde plus, on voyage seulement.



-  Capture d'écran_2015_04 ©Passeport Index
-  Ancien Passeport norvégien ©capture d'écran du site www.norwaytoday.info
-  Pages intérieures du nouveau passeport Norvégien avec et sans lumière UV (2014) ©Neue Design Studio
-  Couverture des nouveaux passeport Norvégien_2014 ©Neue Design Studio

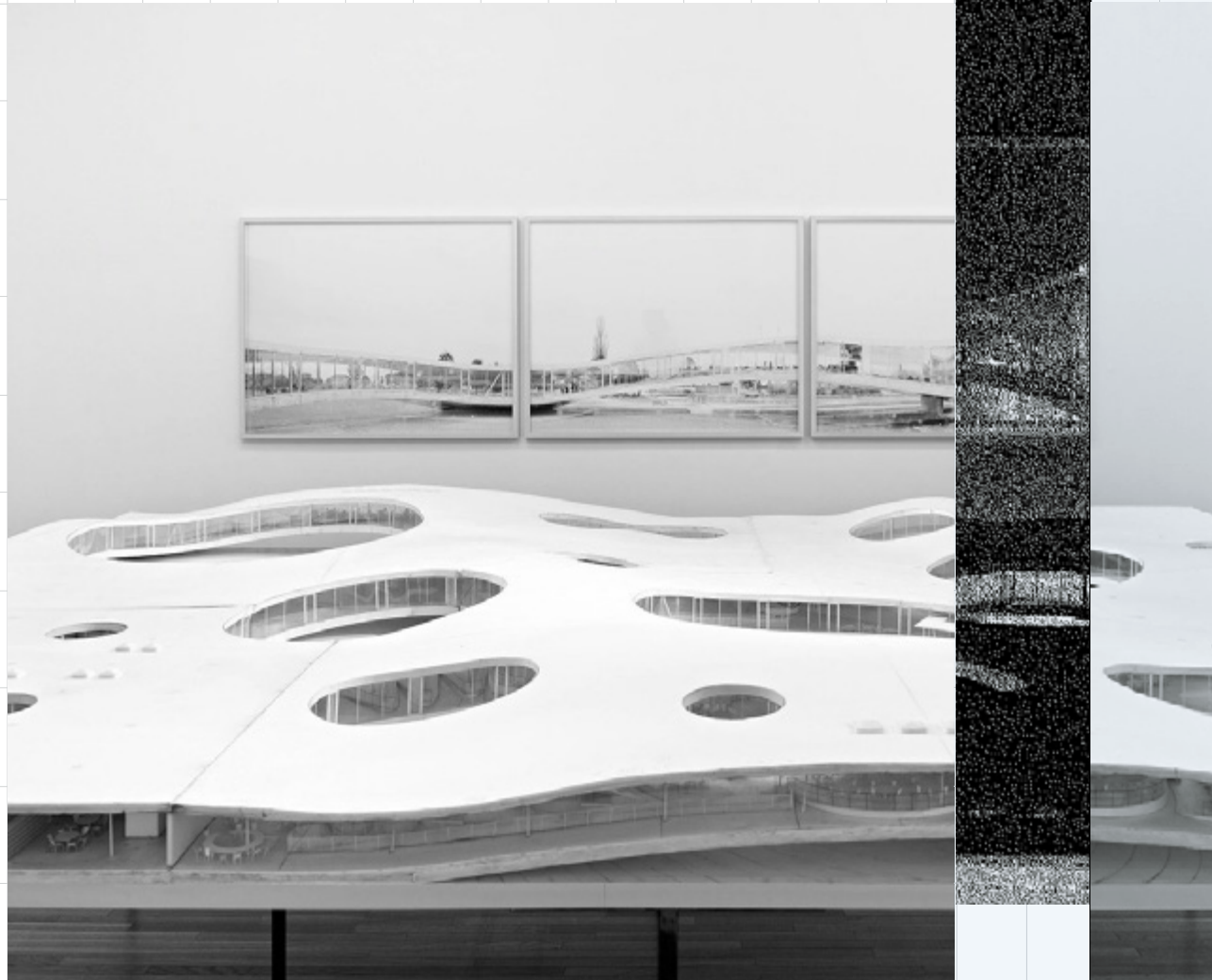
VAQUER OU DIVAGUER ?

Gaëlle Fournier

Montaigne affirme dans *Les Essais* « Je réponds ordinairement à ceux qui me demandent raison de mes voyages : que je sais bien ce que jefuis, mais non pas ce que je cherche. »
Telle est l'essence même du vagabondage.



« L'enjeu est d'introduire le
vagabondage dans l'expérience



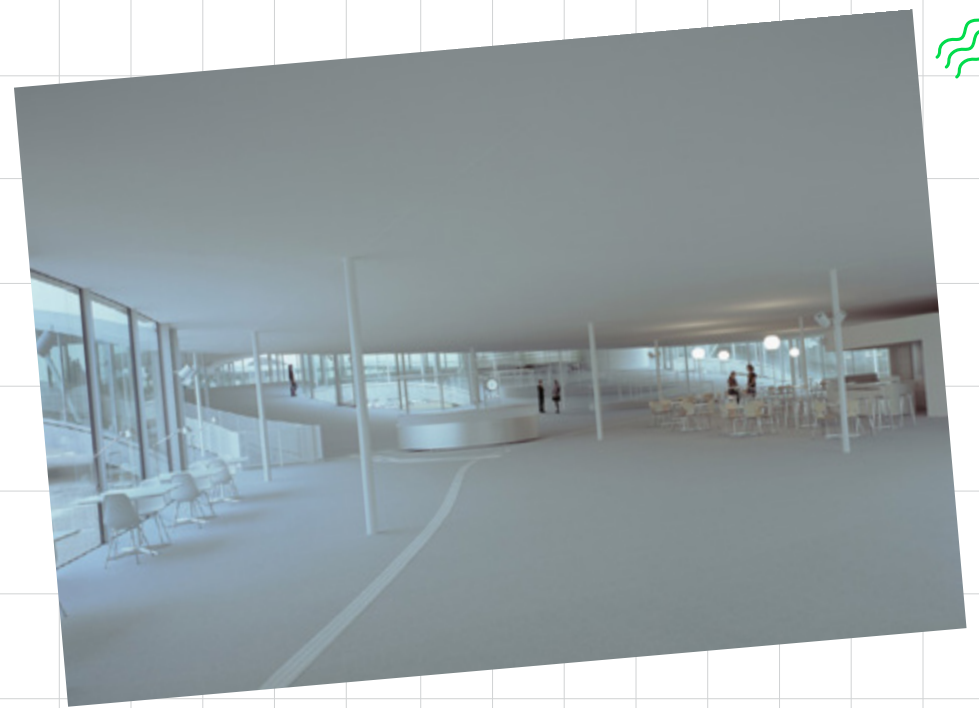
Le vagabondage se traduit par un, ou une suite de déplacements sans but précis dans la destination, aussi bien dans un sens physique qu'intellectuel ; l'absence de but à atteindre érode les notions de rythme, d'organisation, de temporalité, et d'itinéraire. L'agence SANAA, fondée par le duo d'architectes Kazuyo Sejima et Ryue Nishizawa, tente d'offrir des expériences spatiales liées à la rencontre et au rapport avec le paysage. En effet, suivant le courant minimaliste, leur travail vise à une déconstruction de l'espace. Le *Rolex Learning Center*, présent sur le campus de l'École Polytechnique de Lausanne en Suisse, incarne cette démarche et propose une expérience du lieu autour d'un déplacement sans cloison. Ce laboratoire d'apprentissage s'étale sur une surface de 20200 m² pour une surface au sol de 37000 m² et comprend plusieurs services : bibliothèque, centre d'information, espaces sociaux, lieux d'étude, restaurant, café et cours publiques extérieures, plus ou moins définis et créant une fluidité des transitions entre les différents secteurs. Ainsi, de nombreuses zones vacantes ont pour but d'être investies par les usagers de passage. Dans ce lieu ouvert au public, les étudiants et autres curieux donnent alors ou non un sens et un but à l'usage du lieu en fonction de leurs envies.

Il serait légitime de chercher à saisir dans quelle mesure les architectes sont parvenus, loin des règles normatives de l'architecture, à proposer une fréquentation vagabonde en tant qu'expérience majeure du lieu.

du lieu par une liberté
d'appropriation et un
déplacement libre. »

Mélange entre place publique et enceinte du savoir, Le *Rolex Learning Center* a pour vocation d'être un lieu favorisant les échanges, en supprimant les frontières entre les hommes et les connaissances et en instaurant un sentiment de continuité naturelle. La conception européenne séquence, quadrille, pour ne laisser aucune chance à l'ambiguïté. *La Bibliothèque Nationale de France*, imaginée par Dominique Perrault en 1989, aspirait également à cette envie d'un pôle de rencontre dans un quartier émergent de Paris mais celle-ci est composée de 4 tours d'angle, quadrillées, qui séquencent clairement le programme de cette bibliothèque et érigent la connaissance comme monument. À l'instar de l'architecture japonaise constituée habituellement de volumes ouverts qui communiquent entre eux, les architectes de SANAA ont voulu conserver et mettre en avant cette tradition culturelle, tournée vers un déplacement plus fluide et une expérience plus libre dans l'espace.

Le concept développé par SANAA n'était pas d'attribuer une fonction à la totalité du lieu, mais de laisser plus de la moitié de la surface vacante afin qu'elle soit investie par les usagers de passage. L'enjeu est d'introduire le vagabondage dans l'expérience du lieu par une liberté d'appropriation et un déplacement libre. Ainsi, l'accès se fait par une unique entrée, au centre, qui distribue toutes les fonctions qu'offre le *Learning Center*, dans le but de ne pas définir des entrées figées ni d'empêcher les croisements de circulation. Les usagers ont également la possibilité de modifier leur itinéraire en le ponctuant par des étapes non habituelles. Selon la vision de SANAA, il faut que les visiteurs pénètrent dans le lieu en son centre, errent dans les nombreux espaces afin de dénicher la zone qui répondrait, par ses caractéristiques, à leurs besoins et qu'ils choisissent parmi les différents espaces laissés à disposition. Les architectes ont donc imaginé une flânerie culturelle dans laquelle les savoirs se construiraient par libre croisement et si des chemins existent, des possibilités sont tracées et les vagabonds peuvent choisir de les utiliser ou de les éviter.

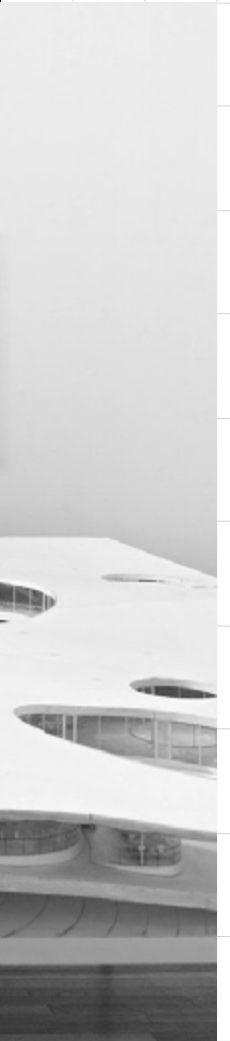


« Le complexe a été conçu pour provoquer une liberté d'usages, mais il trouve ses limites dans le fonctionnement réglé des différentes activités, les besoins réels et obligations des utilisateurs. »

ENCENLEIN 25

L'usager est invité à faire une promenade sans le savoir, promenade qui n'a rien d'un parcours ou d'une trajectoire prédéfinis. De même, le vagabondage est un déplacement qui n'induit aucune fixation spatiale, il évoque des possibilités de trajet sans les fixer. La fluidité du volume de ce centre culturel permet une circulation sans contrainte. À l'intérieur, ne figurent ni poteau, ni porte, ni cloison opaque ce qui permet au public de se déplacer selon son gré ou ses motivations. La forme organique du toit épouse parfaitement celle du plancher : les volumes de circulation sont tous similaires et donnent à arpenter un unique plan libre aux transitions douces.

Le zoning vaguement défini de ces espaces facilite ainsi les transitions, d'autant plus qu'étendu sur un unique niveau, et entouré de baies vitrées, le bâtiment éclairé devient limpide et permet d'errer sans aucune perte de repère de l'espace. Le développement de teintes de gris clair, sur des matériaux qui semblent bruts, éveille un sentiment de flottement, d'immatérialité, de neutralité qui suggère l'idée d'un espace vierge. Le pari de SANAA est d'avancer qu'une architecture désarrimée, flottante et légère en apparence aurait un impact sur l'usage individuel que l'on en fait. Effectivement, l'unique niveau permet de concentrer les points de vue lors du parcours faisant face au paysage extérieur (la chaîne des Alpes, les berges du lac Léman ...). L'atmosphère neutre devient propice à un état de méditation, de contemplation du paysage environnant. L'absence d'obstacles physiques libère l'usager d'éléments qui peuvent troubler une certaine stabilité de l'esprit. Sur le plan mental, la méditation est propice à une sorte de voyage émancipateur. L'espace et l'atmosphère mis en place ont une influence sur ce vagabondage spirituel.



La volonté des architectes était de créer un espace sans cloisons qui auraient occasionné une rupture dans la rencontre, la transmission des savoirs, ou encore dans la circulation libre. C'est pourquoi ces transitions sont créées par des pentes et des collines qui dessinent une promenade intérieure, semblable à l'arpentage d'un chemin. En évoluant dans le même espace, sur un unique niveau, le visiteur peut quand même se placer sur le versant d'une colline, à son sommet ou dans la partie plate. Ces diverses zones topographiques définissent différents univers, et donc différentes expériences : nous pouvons faire le choix de rester sur le flanc d'une colline, baignant dans la lumière, ou de gravir le sommet, avec de possibles difficultés, pour finalement arriver dans un espace plus sombre et intime au creux d'une clairière créée par les patios.



« promenade qui n'a rien d'un parcours ou d'une trajectoire prédéfinis. »

« L'usager est invité à faire une promenade sans le savoir, »

Malheureusement, la volonté première de SANAA d'offrir une flânerie libre dans l'ensemble du centre semble compromise par les réalités : de nombreuses pentes ont dû être ajoutées, des paliers intermédiaires viennent s'encaster dans leurs versants pour faciliter la marche. De plus, dans un espace de recherche tel que le *Rolex Learning Center*, l'absence de cloison semble être un frein pour le confort de travail des usagers : une isolation sonore semble s'imposer dans un établissement qui peut accueillir jusqu'à 900 personnes. Des parois de verre ont donc été installées, ce qui vient encore une fois rompre la déambulation libre du lieu. Le vagabondage comme mode de déplacement principal semble alors un concept déconnecté de la réalité des usages. Le concept de SANAA, inédit dans l'architecture en Europe, vient se heurter aux réalités culturelles.

Nous ne sommes plus habitués à errer au gré de nos envies. Au cœur du *Rolex Learning Center*, l'étudiant sait où il va, le chercheur sait où se diriger. Ils contournent les contraintes spatiales, évitent les rampes et négligent les espaces libres en allant droit au but ; en effet nos modes de vie et déplacements sont régis par la vitesse, la recherche d'efficacité, la sécurité ou le confort. Aujourd'hui, l'utilisation pratique par les visiteurs du bâtiment diffère de la stratégie d'utilisation envisagée en amont de sa réalisation. Le complexe a été conçu pour provoquer une liberté d'usages, mais il trouve ses limites dans le fonctionnement réglé des différentes activités, les besoins réels et obligations des utilisateurs. Les usagers ne sont pas conscients des intentions des architectes, ils restent les récepteurs du bâtiment, leurs habitudes façonnent la véritable manière dont ils l'utilisent.



Le *Rolex Learning Center* est un bâtiment à vivre, à expérimenter, à arpenter : il n'a pas de sens sans les usagers qui le foulent et l'expérimentent. «*Nous ne voulions aucune hiérarchisation spatiale : ni haut, ni bas, ni début, ni fin.*» Ryue Nishizawa évoque l'optique de dématérialisation de son agence et son objectif de repenser un bâtiment aux fonctions destinées à un usage personnel dédié à la connaissance. La réponse spatiale est donc tournée autour du déplacement plus ou moins aléatoire dans ce labyrinthe dont les usages se dessinent en fonction des envies. Finalement la nécessité de créer un bâtiment capable d'étendre ses possibilités est ambitieuse, voire illusoire. Malgré l'effort de projection des architectes pour ce complexe culturel, il se révèle ne pas fonctionner comme prévu. La démarche actuelle de re-cloisonnement des espaces et des fonctions témoigne d'une nécessité de se raccrocher aux habitudes d'usage. Cela amène alors un réel questionnement sur le rôle du designer et ses moyens de transformer les pratiques, en sachant que le comportement humain est tiraillé entre des volontés instinctives et des habitudes ancrées.



Maquette en blanc, 2010 ©SANAA
 Espace libre, Photo © Iwan Baan

Plan du *Rolex Learning Center*, 2010 © SANAA agence
 Maquette en métal qui démontre les volumes, Photo © Iwan Baan
 Mise en situation de l'amphithéâtre, 2010 ©SANAA

LE VAGUE A DU BON ?

Rémy Durovray

Vagabonder vient du verbe vaguer qui signifie errer, flotter, déambuler sans vraiment connaître sa propre direction. Il s'agit d'un état d'esprit à contre-courant des attentes sociales.

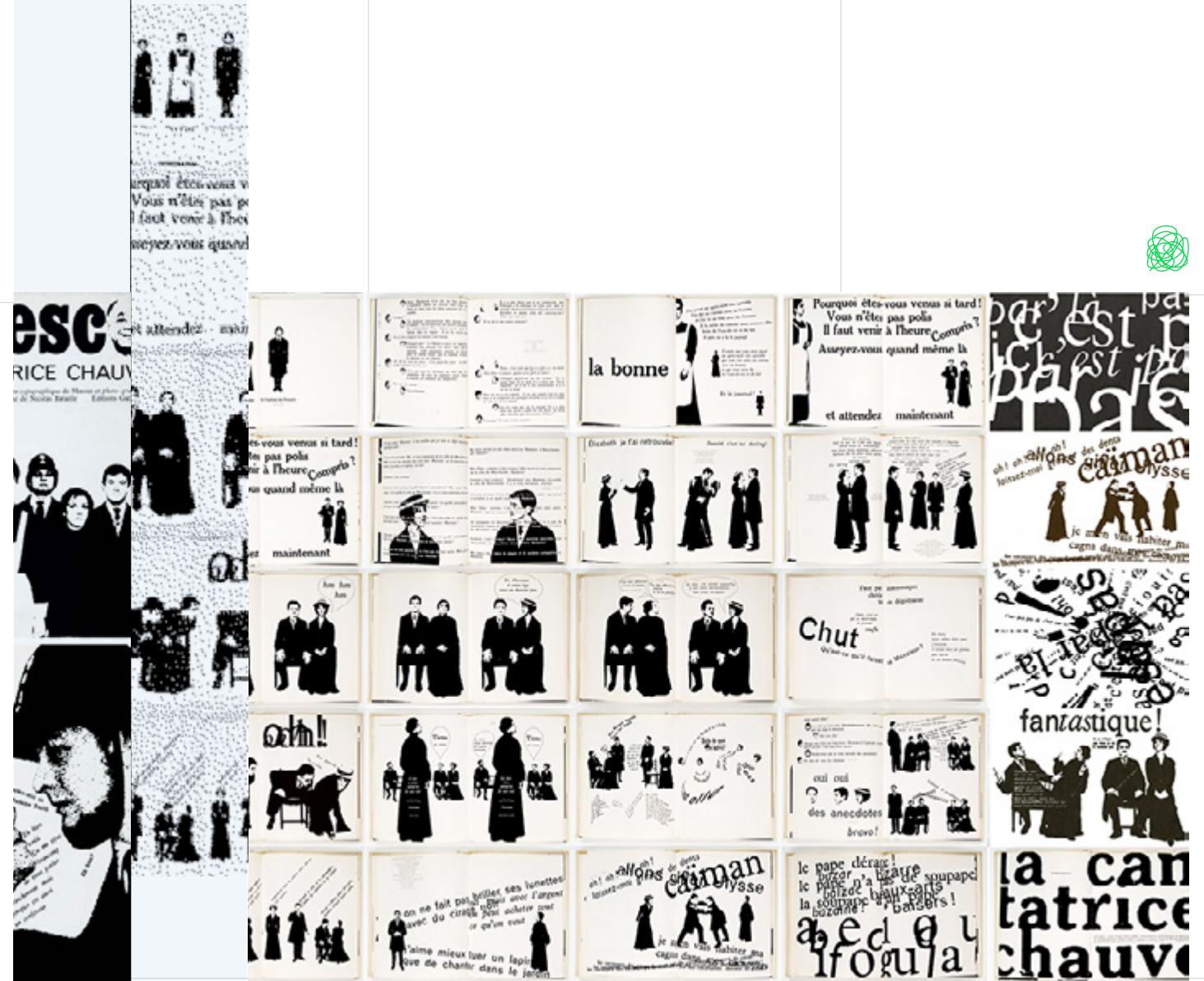


Le vagabond ne prend pas part aux normes et valeurs de la société, il esquive son rôle et se libère des contraintes liées à celles-ci. Peut-on considérer le refus de ces conventions et objectifs comme une libération ou comme une rupture entre l'émetteur et le récepteur d'un message ? Dans le cadre d'une pratique de design, créer sans direction précise a-t-il un intérêt ou relève-t-il plutôt une forme d'irresponsabilité ? Cette question se pose puisque, d'après le linguiste Alain Rey, le mot design vient du français dessein qui signifiait à la fois « dessin » et « but ». Sociologue de formation et surfeur de renommée internationale (classé 9ème surfer mondial en 1989), David Carson est un designer au profil atypique qui questionne l'objectivité du signe graphique à travers ses productions. Ses compositions apparaissent depuis les années quatre-vingt-dix sur des supports publicitaires et des éditions. C'est lorsque David Carson est engagé en tant que directeur artistique pour le magazine de la culture rock and roll *Ray Gun* en 1992, que le public découvre un signe libertaire et qui semble cheminer sur les supports. En effet, les codes éditoriaux deviennent mobiles et vagabondent sur les pages de manière vive et rythmée.

Doit-on considérer le vagabondage des signes que propose David Carson comme une libération des formes ou comme une forme de gratuité hasardeuse ?

« Tous les codes éditoriaux deviennent vagabonds dans le

sens où ils perdent leur fonctionnalité et leur normativité originelles. »



David Carson a proposé une déconstruction des codes classiques de l'édition et de la typographie. En effet, *Ray Gun* est une critique de l'héritage fonctionnaliste qui s'est construit et théorisé depuis le début du XX^e siècle et qui culmine dans les années soixante avec l'ouvrage de Joseph Müller-Brockmann *Grid Systems in Graphic Design* publié en 1961. Dans ce manuel, Müller-Brockmann a posé les bases d'une pratique technique et complexe du design graphique qui tendait à rationaliser la lecture et à la rendre efficace, universelle et intemporelle tout en abandonnant la question du style. La forme avait alors pour objectif de rationaliser pour transmettre grâce à l'outil de la grille. Cet outil a complètement été détourné par Carson qui va jusqu'à remettre en cause la mission de transmission efficace et accessible des messages par l'image. En conséquence, le magazine *Ray Gun*, signifiant « pistolet laser », se révèle être une arme visuelle contre les préceptes du fonctionnalisme présentant un univers chaotique, à la frontière du lisible et sans aucune constance éditoriale autre que... l'inconstance justement (même la typographie de titre du magazine se transforme de numéro en numéro).

« Avec Ray Gun, c'est un tsunami de signes »



Tous les codes éditoriaux deviennent vagabonds dans le sens où ils perdent leur fonctionnalité et normativité originelles. En effet, les signes ne sont pas organisés sous la forme d'un système qui, au moyen de sa grille et de sa sobriété, permettrait d'accompagner le regard du lecteur. Les césures semblent avoir été mises au hasard, le texte est justifié de manière ubuesque, les photographies sont dégradées, les typologies de caractères varient à l'infini, le texte est parfois caché, barré, coupé, étiré comme si Carson voulait imposer sa propre vision du contenu de la revue aux lecteurs. La forme semble écraser complètement le propos des articles qui présentent le paysage artistique rock et alternatif. Le sens de lecture est décousu, le texte devient parfois image, une hiérarchisation du texte étonnante voire déroutante trouble le lecteur... Mais David Carson va encore plus loin lorsqu'il s'attaque aux codes fonctionnels de l'édition en elle-même et supprime la pagination, la date de publication ou encore le numéro de l'édition rendant difficile l'archivage et même la consultation des articles... Les vagabondages graphiques de David Carson poussent *Ray Gun* dans une dimension complètement détachée des questions fonctionnelles des signes qui avaient été érigées depuis le début du XX^e siècle. Les signes convoqués auraient alors perdu la raison d'être du magazine : être lu.

sur lequel Carson réussit à surfer jusqu'au fracas de la

1. Voir la thèse de Gwenaëlle Bertrand *Le design critique et les nouveaux enjeux de conception : un territoire historico-géopolitique de 1960 à nos jours*, p.212, 2017.

Même si l'organisation graphique du magazine *Ray Gun* ne tend pas à le rendre lisible, l'effervescence des signes agite les regards sur les pages. Ce chaos graphique a le mérite de faire exister l'édition et de lui donner une prestance. Selon l'enseignante et chercheuse en design Gwenaëlle Bertrand, « *le chaos permet alors à l'hétérogénéité d'exister en dehors de tout ordre unifié et maîtrisé* »¹. En effet, le signe vagabond met à mal l'uniformisation des paysages graphiques. Avec *Ray Gun*, c'est un tsunami de signes sur lequel Carson réussit à surfer jusqu'au fracas de la déferlante sur les préceptes de signes normés et stéréotypés. Cela lui a valu une consécration mondiale puisqu'il aurait libéré le signe de toutes ces contraintes asphyxiantes et permis à la pluralité d'exister.



déferlante sur les préceptes de signes normés et stéréotypés. »

Cependant, d'autres graphistes bien avant Carson, comme Massin, avaient déjà joué avec les codes de la typographie et de l'édition. Au début des sixties, dans son interprétation typographique et théâtrale de *La cantatrice chauve* de Ionesco, Massin déforme, superpose, déstructure la typographie afin de la rendre expressive. Mais peut-on affirmer pour autant que Massin avait une conception vagabonde du signe ?

David Carson est encore aujourd'hui considéré comme « The King of Grunge Typographie », c'est-à-dire le roi de la typographie décomplexée, populaire, expressive et libératrice. Ainsi, le vagabondage de l'œil qu'engendrent les signes graphiques proposés par Carson donne une nouvelle acception de la lisibilité. En effet, la lisibilité désigne la capacité de perception et de compréhension d'un contenu de la part d'un regardeur. Le signe, par sa lisibilité, délivre un message. Or, l'exploration technique et créative que Carson livre aux lecteurs propose une nouvelle lecture du contenu sous l'angle de la culture rock de l'époque. Si le contenu n'est pas ergonomique dans la lecture, il nous permet d'entrevoir les enjeux culturels qui se posaient à une époque où le rock alternatif, lui aussi, bousculait les genres et s'attaquait à l'audibilité et à la compréhension des paroles et des sons. Ainsi, le vagabondage visuel des signes rend possible un changement de paradigme entre une lisibilité du contenu et une lisibilité plus composite et personnelle. David Carson permet alors d'accéder à l'esprit du magazine en toute subjectivité.

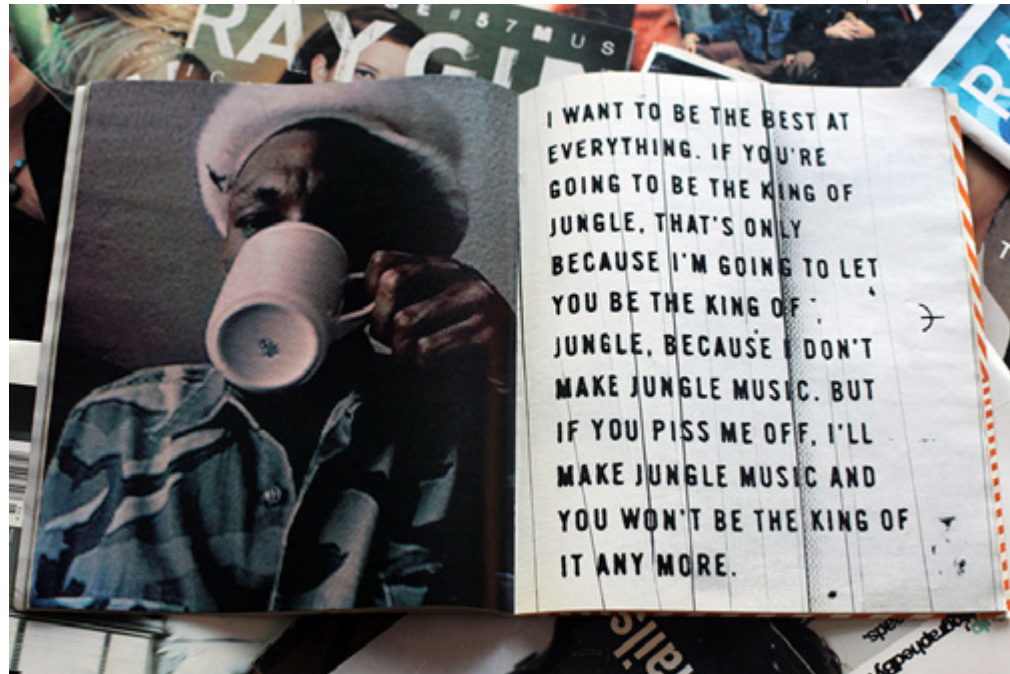


Certainement pas puisque son utilisation de la typographie, même en libérant des codes traditionnels, visait à retranscrire le plus finement possible une interprétation spécifique de *La Cantatrice Chauve* et de la présenter aux lecteurs. L'utilisation était donc contrôlée et objective. Le système de communication de *Ray Gun*, lui, présente beaucoup moins de finesse puisque les signes ne sont pas convoqués pour retranscrire une intonation particulière ou pour créer un jeu entre le fond et la forme mais confèrent un ton et un esprit insurrectionnel et ironique. Le traitement graphique fondé sur les collages et les découpages n'illustre pas les articles mais propose une vision critique de la culture rock des années quatre-vingt-dix propre à Carson. Par exemple, lorsqu'en 1994 David Carson doit mettre en page une interview du compositeur Bryan Ferry qu'il juge « incroyablement ennuyeuse », il n'hésite pas à utiliser dans l'intégralité de l'article un caractère entièrement en dingbats (type de caractère non-alphabétique) : l'*ITC Zapf Dingbats*. Si le vagabondage visuel ne répond pas aux contraintes de lecture et n'a pas pour objectif de retranscrire et de faire partager le sens d'un contenu, il reste néanmoins une manière d'expression créatrice en réaction contre les codes du designer. Il permet de faire naître de nouvelles pratiques de lecture qui rafraîchissent notre rapport à l'objet édité. Le signe vagabond se révèle également comme un processus d'expression critique du designer face aux évolutions culturelles, comme pouvait l'être le rock and roll. C'est une pratique instinctive et personnelle que le designer applique permettant alors d'exprimer une vision personnelle du monde.



Singulier par essence, *Ray Gun* est un magazine à contre-courant des préceptes et normes établis au début du XX^e siècle. Les signes prennent beaucoup de liberté dans l'édition au point où la lisibilité et le confort du lecteur semblent menacés. Cependant, ce vagabondage des signes n'obéissant pas aux normes prescrites permet une prise de recul vis-à-vis des codes et des fonctions de celles-ci. Le signe vagabond rend possibles de nouvelles formes d'expression, de nouvelles formes de lisibilité et de nouvelles pratiques de lecture. C'est en ce sens que le vagabondage sauvera notre design graphique de la paralysie... et que, d'après David Carson :

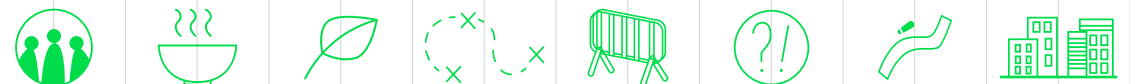
« *Le design graphique sauvera notre monde... juste après le rock'n'roll* ».



ON THE ROAD AGAIN

Zoé André

A la croisée des chemins le vagabond s'est arrêté. Il vient modifier les comportements de ceux qu'il rencontre autour de son vécu. Tous ces gens construisent une histoire collective pour ensuite se séparer. Chaque expérience forge et forme chacun d'entre nous : cette rencontre aussi nous aura transformés.



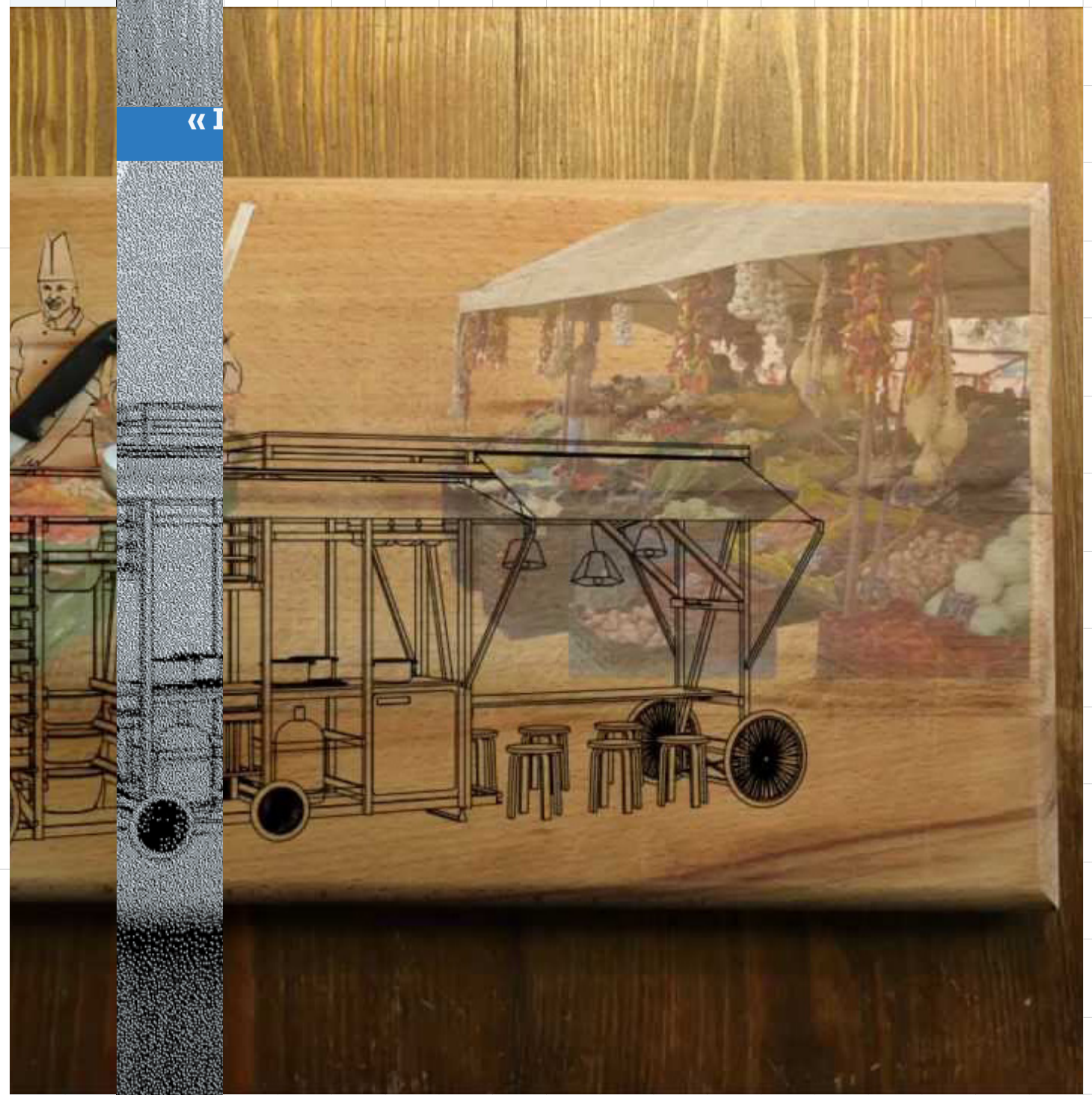
Le vagabond erre sans aucun but. Il est celui qui n'a pas de terre, mais à qui tout appartient, il marche sans cesse. Il laisse derrière lui une trace sinueuse sur son passé et dans son histoire. Mais le vagabond pour les sédentaires est celui qui vient choquer l'habitude et briser les mœurs. Puis un jour, il s'arrêtera inévitablement, fier de sa trajectoire passée, pour redevenir l'homme stationnaire que nous sommes tous. Mais dans sa tête, il vagabondera toujours, dans ses rêves aussi.

Ainsi, qui n'a jamais voulu vagabonder ? Dans un monde stressant et pollué par une société de la vitesse, le vagabond pourrait être l'idéal de chacun.

On trouve nombre d'enquêtes montrant les méfaits de la sédentarisation : « Rester assis tue plus que le tabac »¹. L'espace quotidiennement fréquenté nous sécurise tout autant que ses usages nous stressent : on tourne en rond dans une pièce à 4 murs. Alors après un burn-out, un « ras-le-bol » de la consommation de masse, on se la joue *On the Road* et on part à l'aventure. Des projets de vagabondage voient le jour, comme le prototype de *Ramène ton bol*, une cuisine mobile sur roues, tractée par une moto. Les vagabonds pilotant cette structure sont guidés par les emplacements des marchés parisiens, mais leur parcours n'est jamais projeté longtemps à l'avance. Sur leurs trajectoires non programmées, les pilotes rassemblent des passants autour d'une soupe, faite avec les produits du marché.

**« Ils étirent les limites
et les reforment à leur
manière. »**

1. François Carré pour *Le Monde*, 24 janvier 2014



Le vagabond va où il souhaite. Sur un marché, on trouve des « *vagabonds du dimanche* » : les clients inhabituels se promènent entre les étals. Ils passent du stand de fleurs à celui du boucher, tergiversent : que vont-ils manger cette semaine ? Et là, à un emplacement non réservé se trouve une structure en bois, de la soupe fume, et l'odeur arrive jusqu'à leur nez, plus importante et intrigante que l'odeur du poulet. Alors ils s'arrêtent, et la rencontre avec d'autres vagabonds s'opère. Par ce meuble transportable, *Ramène ton bol* réussit à captiver ses clients pour vendre sa soupe. Ces vagabonds vivent en ville et sont ainsi dépendants de l'argent. Mais ils tentent de rendre flexible ce système. Ils étirent les limites, et les reforment, à leur manière. En effet, lorsque *Ramène ton bol* arrive sur la place d'un marché, il offre un nouvel espace de rencontre. Celui-ci, éphémère, définit de nouvelles limites dans l'espace public. Les limites, comme l'explique le géographe Michel Lussault², ne sont pas négatives. Effectivement, les contraintes spatiales qu'elles apportent sont en réalité les éléments constitutifs d'un lieu, cela le fait exister. Il appelle cela la compétence de limitation, qui est selon lui une des six compétences élémentaires de la spatialité. Les vagabonds de *Ramène ton bol* se servent de ces compétences spatiales pour faire de la place un activateur d'espace social.

Ramène ton bol est le projet lauréat du concours Minimaousse 5 de 2012, autour du thème de la cantine de rue, invitant les étudiants d'architecture, d'art, d'ingénierie et de paysage à élaborer un projet de microarchitectures. Les trois lauréates, étudiantes en DSAA design d'espace et territoires habités à l'école Boule, souhaitaient créer de la convivialité au travers de cette structure, élément de perturbation positive des milieux dans lesquels elle s'installe. *Ramène ton bol* fait naître un esprit de fête qui dénote de l'ordinaire, redonnant de la valeur au temps collectif. L'éphémère nouveauté invite chaque citoyen à s'arrêter et prendre le temps. Le rythme de déplacement est brisé pour se rassembler autour d'un repas fortuit. La cuisine est un prétexte à l'origine d'un centre névralgique de sociabilisation éphémère. En effet, prendre le temps et s'arrêter permet d'enrichir chaque personne, de créer un « *ici et maintenant* » qui marque la suite de nos parcours.

2. *De la lutte des classes à la lutte des places*, Michel Lussault, édition du Seuil, 2009

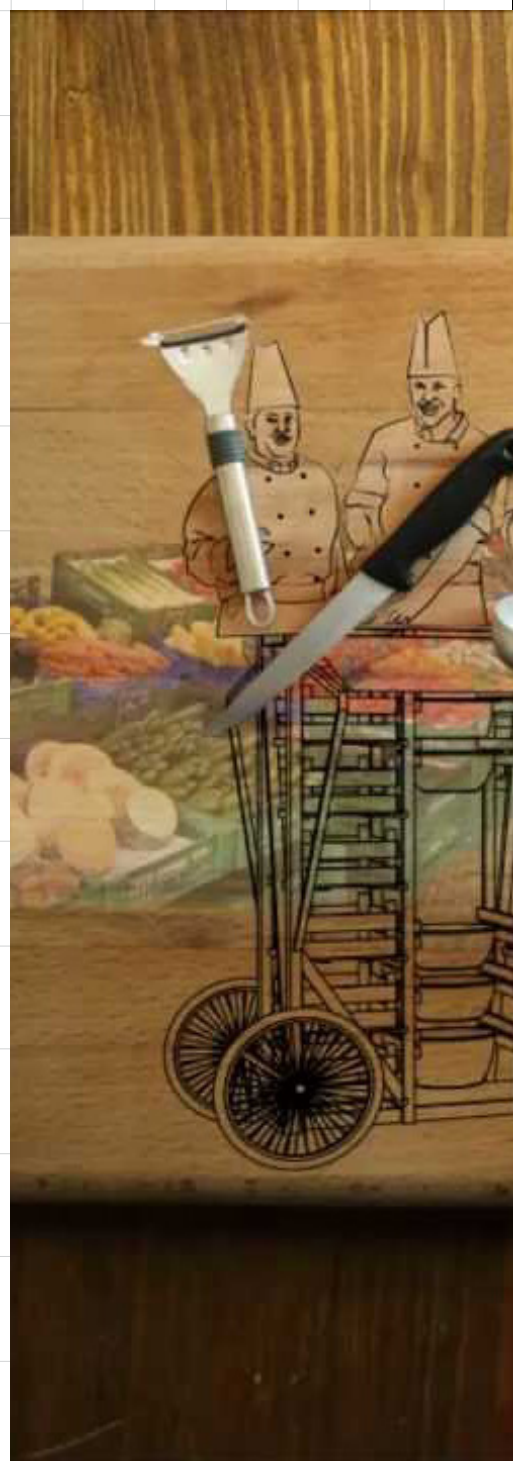
« Il faut faire croire aux possibles de l'itinérance. »

Lorsque l'homme vagabonde, il ne déplace pas seulement les limites spatiales : il construit sa pensée et son être. Le vagabond diffuse ses imaginaires tout autant qu'il les construit dans son errance. Par la nourriture, *Ramène ton bol* crée des contextes pour s'arrêter et partager un repas, un moment de vie. Ces histoires rassemblées forment un point de repère commun en procédant à l'effacement des différences : les disparités existent peu autour de la nourriture ce qui explique que cette activité commensale intéresse particulièrement les artistes travaillant sur l'esthétique relationnelle³. C'est ce que souhaite par exemple l'artiste contemporain Rirkrit Tiravanija, en faisant vivre aux visiteurs « *une expérience transactionnelle, immatérielle, basée sur l'échange, la rencontre et la générosité* »⁴. Le visiteur doit partager un moment actif avec autrui et par la production d'interaction sociale, il passe du statut de public à celui d'acteur d'une forme de construction politique de l'espace.



3. *Esthétique relationnelle*, Nicolas Bourriaud, éditions Les presses du réel, 2001

4. <https://www.grandpalais.fr/fr/evenement/rirkrit-tiravanija-soup-no-soup>



« Le visiteur [...] passe du statut de public à celui d'acteur d'une

Les goûts viennent d'une construction culturelle et sociale, quiconque les partage plus ou moins gagne en assimilabilité. Une table unique se dessine, autour de laquelle viennent s'asseoir ceux qui acceptent l'opportunité. Le vagabondage, c'est aussi, dans l'instabilité et l'imprévisible, savoir saisir les occasions.

Ainsi les vagabonds viennent perturber une certaine forme de torpeur dans nos vies installées et remodèle nos rapports à la pratique d'un territoire. *Ramène ton bol* ravive les relations avec les marchands, infuse dans le tissu local. Par son esthétique de « *cantine traditionnelle avec sa protubérance d'ustensiles* »⁵, elle théâtralise la nourriture et ouvre à des imaginaires chez les observateurs. Les caquettes se tirent de part et d'autre pour être remplies de légumes. Elles sont des objets actifs de la structure, ses pièces vivantes. On pourrait voir *Ramène ton bol* comme une machine à rêver itinérante, rappelant les créatures cinétiques de Theo Jansen⁶. En parcourant Paris et le monde, la structure, nouveau grimoire qui s'écrit chaque jour, pourrait aider à changer les esprits en corrodant l'individualisme établi. L'histoire se réécrit à chaque marché et fait le lien avec tous ces acteurs de la rue. Ils se regroupent autour d'une nappe rouge et blanche invitant au pique-nique de l'ambiance euphorique du marché pour boire et manger la soupe finale qui n'est pas sortie d'une boîte noire : on a pu suivre sa préparation. Les cuisiniers sont donc la vitrine, et les réels chefs d'orchestre de cette féerie, même si la réalisation du concept et de la structure furent dirigées par des designers.



Cette grande machine transporte les esprits et vagabonde entre les marchés. Mais tout ceci n'est qu'un concept, avec un prototype ayant servi seulement pour l'exposition du concours. Ces designers se sont-elles réellement adaptées aux contraintes d'un cuisinier vagabond ? Tout d'abord, l'abondance de matériel n'est peut-être pas vraiment utile.

5. <https://www.batiactu.com/edito/projet-ramene-ton-bol-36690.php>

6. https://www.youtube.com/watch?v=LewVEF2B_pM

L'image donnée par *Ramène ton bol* est de montrer la soupe « *comme chez notre grand-mère* ». Il ne faudrait pas que la forme dépasse la fonction principale : cuisiner n'importe où. Il faut savoir travailler avec un cuisinier dans la conception pour comprendre ses réels besoins. Seulement un tiers de la surface est laissé aux cuisiniers, qui ont peut-être besoin de plus de place. De plus, le vagabond doit savoir s'adapter à toutes les météo, et un cuisinier peut difficilement exercer son métier sous la pluie. Ces vagabonds, avec leur roulotte rudimentaire, ne peuvent alors pas s'adapter à chaque situation. La structure en tasseaux de bois choisie pour sa création simple et son poids faible donnent une image minimaliste, mais cela questionne la pérennité du dispositif.

Alors comment réaliser un projet sans se mettre pleinement dans la peau de l'utilisateur ? Vagabonder doit être expérimenté pour être compris. Même si le rôle du designer est d'avoir une démarche holistique dans son projet, il est parfois impossible d'intégrer chacun de ses éléments sans l'avoir testé. Certains collectifs comme Architectura Expandida parviennent à s'extraire hors de leurs limites, les dépasser pour découvrir de nouveaux modèles et compétences afin de les intégrer à leurs futurs projets. Ils viennent habiter dans les cités dans lesquelles ils doivent agir. Ils s'imprègnent de la vie et des cultures, afin que leur projet fusionne au mieux avec les besoins des habitants. Il faut montrer, faire croire aux possibles de l'itinérance. Cependant il est nécessaire de tester le vagabondage pour comprendre sa viabilité concrète et ses besoins réels.

forme de construction politique de l'espace.»



Le vagabondage permet d'emmagasiner des expériences qui forgent des connaissances. L'expérimenter, rencontrer tout ce qui croise notre chemin, c'est peut-être aller à la rencontre d'une multiplicité de vies. Afin d'avoir une vision systémique du monde, le designer devrait tester, réellement. Et c'est ici que se trouve la création : derrière l'expérience de l'inconnu. Parfois, le designer n'est pas seulement là pour répondre à des besoins, il réveille les sens et les volontés engourdies. Le designer devrait alors être un vagabond permanent, observant et notant tous les facteurs éthiques, sociaux et environnementaux avec lesquels il devra jongler.



©MsPfundkuchenyoutube



© Gaston F. Bergeret _ CAPA 2013



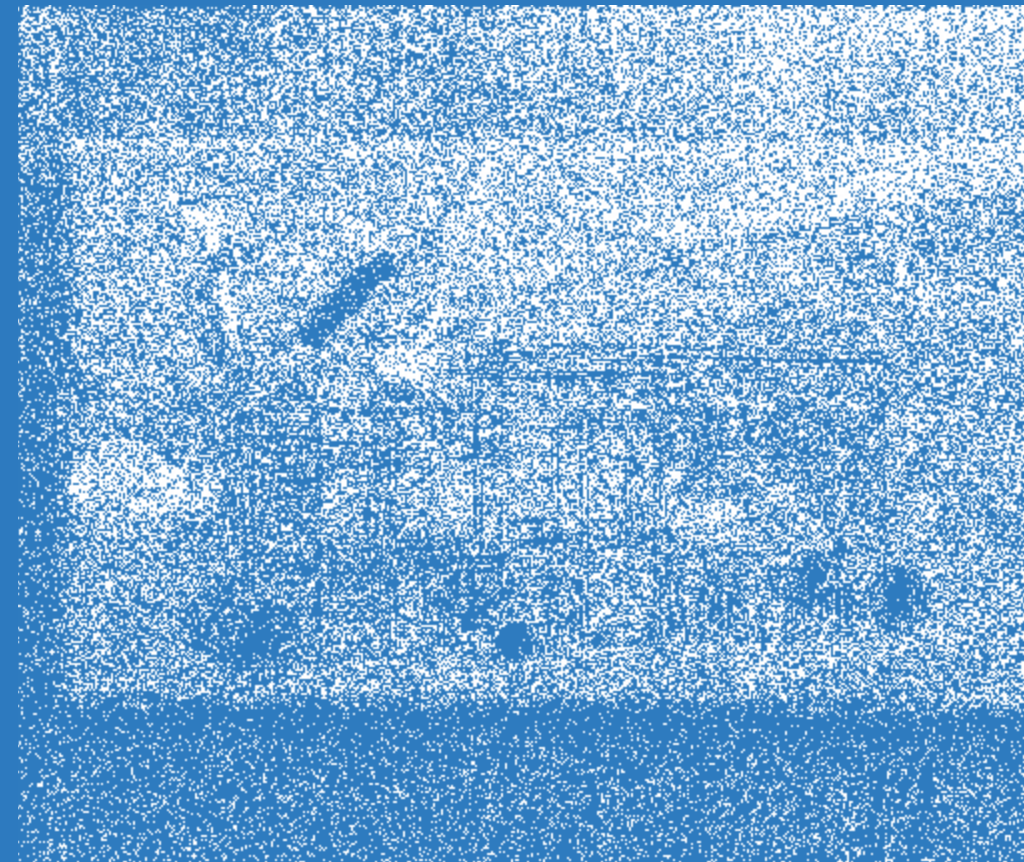
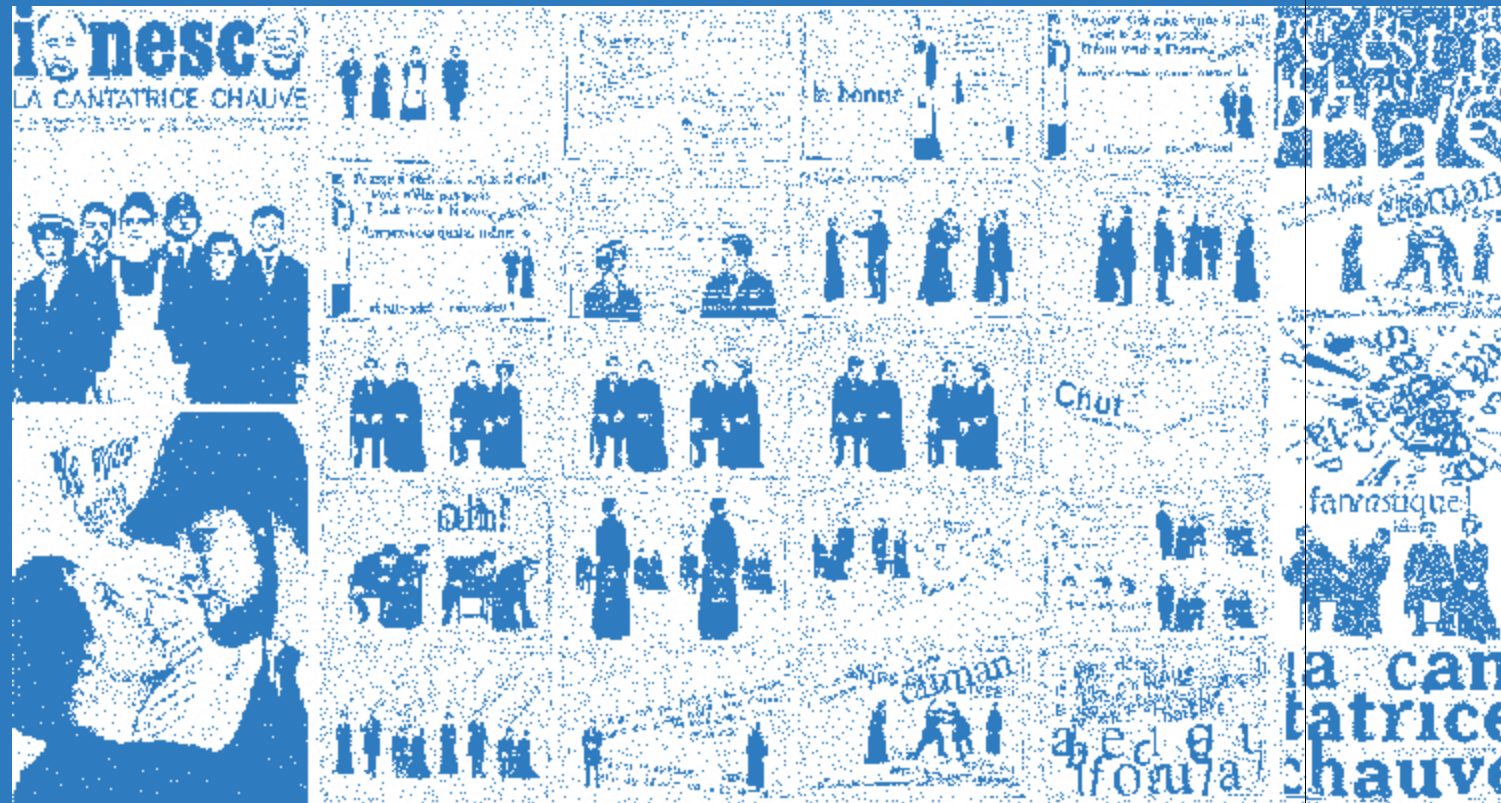
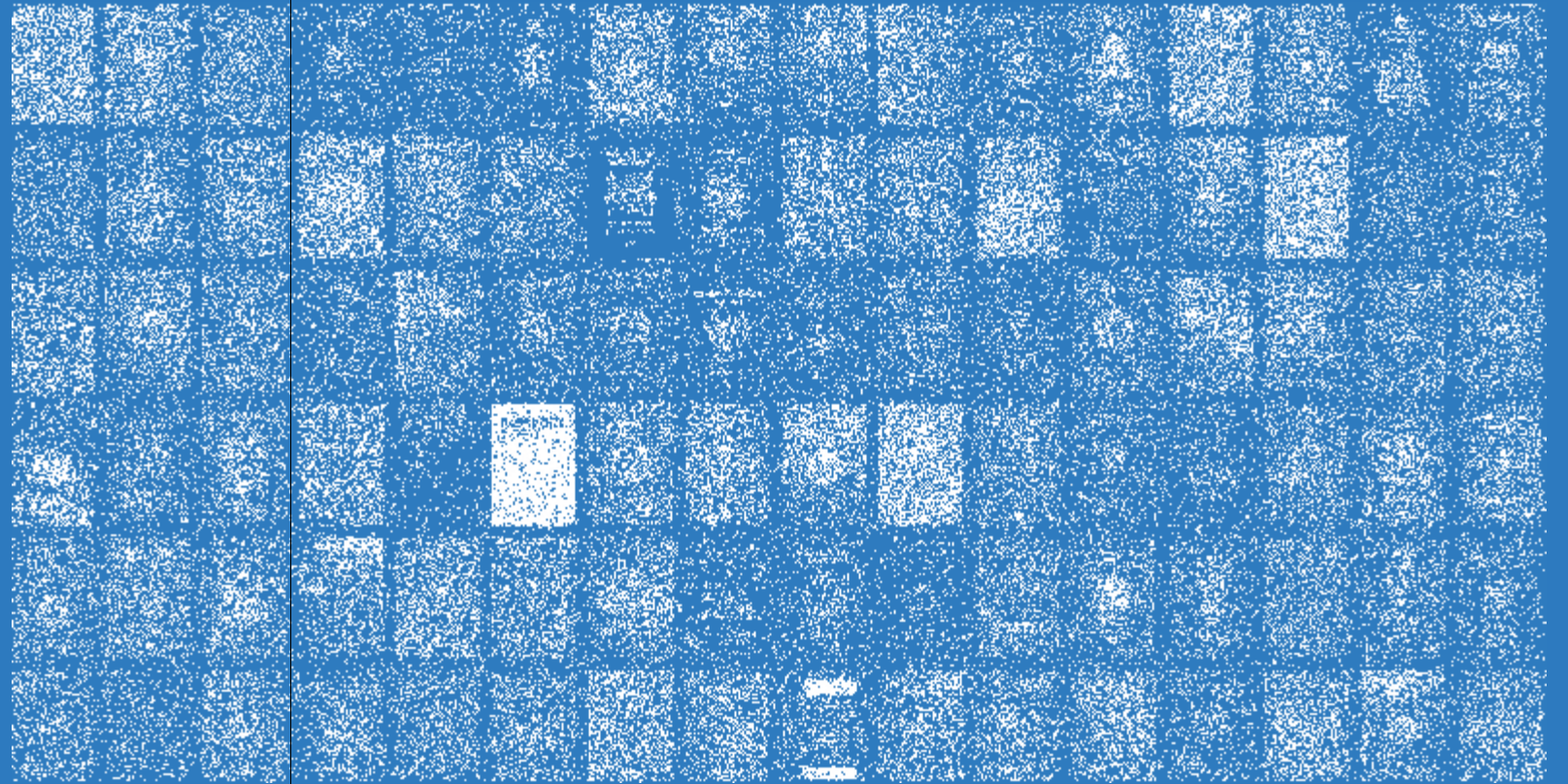
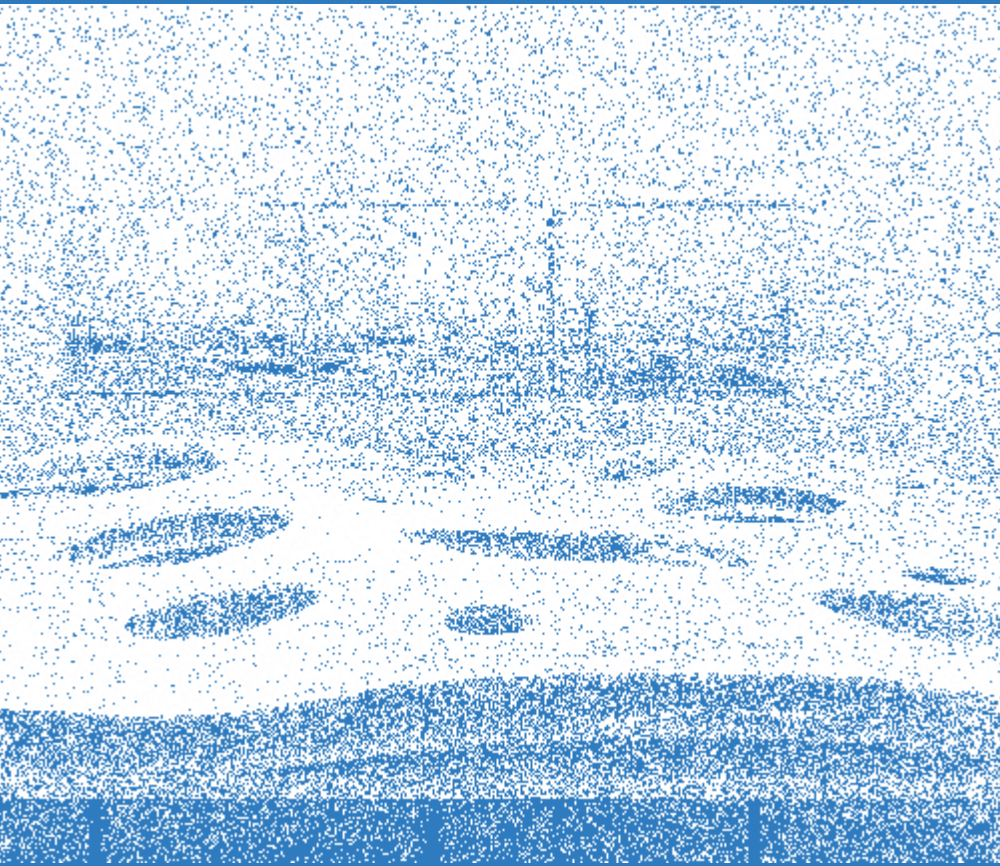
Animaris Gubernare © Theo Jansen



Chène pointu © architectura expandida



DO WE DREAM UNDER THE SAME SKY © ArtBasel 2015



En Cène est la revue bimestrielle du DSAA Design Éco-responsable
Design Espace, Design Graphique et Design Produit
du Pôle Supérieur de Design Nouvelle-Aquitaine de La Souterraine.

Nous vous avons proposé une expérience éditoriale ainsi que des articles
traitant du « *Vagabondage* ».

RÉDACTION ET PRODUCTION

Zoé André, Astrid Biret, Quentin Bougot, Rémy Durovray,
Gaëlle Fournier, Loïc Saudray, Émilie Vannier, Louise Wambergue

**CONCEPTION GRAPHIQUE ET
ÉDITORIALE**

Sarah Benchérif, Gaëlle Fournier, Louise Wambergue

COMITÉ DE RÉDACTION

Sophie Clément, Julien Borie

ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

Anne-Catherine Adam-Céard, Élisabeth Charvet, Lucile Thiery,
Ann Pham Ngoc Cuong, Sophie Clément, Laurence Pache,
Catherine Pradeau, Christophe Recoules, Julien Borie

CRÉDITS TYPOGRAPHIQUES

Bodoni MT, Roboto, Rockwell

