

Le pouvoir du Design

Documents créés par Dominique Sciamma

Après le « Deep Learning » le « Deep Leading »

Vers le design de la décision

Le design d'après

La révolution 3D est à venir

Du dessein d'une IA Européenne

Manifeste pour le Vivant

Après le « Deep Learning », le « Deep Leading » ?

Dominique Sciamma

Directeur, CY école de design

Il est absolument fascinant, pour un professionnel de très longue date du numérique (on appelait cela un informaticien, avant), de voir comment des pratiques, des objets, des sujets, des concepts et des mots, qui étaient hier l'apanage d'une toute petite minorité, sont devenus en moins de 15 ans totalement (grand) public.

C'est à coup sûr le signe d'une transformation numérique du monde, dans ses dimensions les plus quotidiennes et triviales, et donc d'une appropriation par le plus grand nombre, mais c'est aussi le symptôme d'une grande confusion culturelle.

Difficile en effet aujourd'hui de faire la différence entre les promesses des fictions hollywoodiennes, et de leurs réinterprétations rabougries des sciences et des avancées technologiques et les réalités de nos avancées et de nos compréhensions. Impossible, pour le grand public et les médias qui les informent, de prendre le temps et la distance nécessaire pour remettre en perspective, les avancées technologiques et leur répercussion philosophiques, culturelles et sociales.

C'est exactement ce qui se passe aujourd'hui avec le concept et le mot « Algorithme », et depuis 1 an avec le concept et mot « I.A ».

Au cœur du tsunami numérique né de la rencontre de l'internet, du haut débit, des Smartphones, du Big Data, et des applis, le concept d'algorithme fascine, comme nouvelle frontière, nouvel Eldorado et nouveau danger à la fois. On y voit une force nouvelle, fascinante sinon inquiétante, et dont l'I.A. est le dernier et très puissant avatar.

Il y a là quelque chose de désespérant et de mystérieux à la fois à voir le simplisme s'allier à l'ignorance pour magnifier, sinon sublimer, ce qui relève en fait de la mécanique la plus banale.

Un bel exemple nous a été donné cette année avec l'histoire d'AlphaGo.

Au printemps 2016, cette intelligence artificielle développée par Google, a battu deux champions humains de Go, franchissant ainsi une frontière que beaucoup de spécialistes pensaient infranchissable. Sur la base de réseaux de neurones et d'un algorithme ancien connu sous le nom "Deep Learning", cette intelligence artificielle a été en mesure de maîtriser le jeu de stratégie le plus complexe jamais créé, où l'explosion combinatoire semblait interdire toute stratégie gagnante basée uniquement sur le calcul. Les joueurs de Go et les spécialistes prétendaient jusqu'à présent que seul un cerveau humain, sinon un esprit humain, pourrait avoir les qualités, l'intuition, la créativité pour jouer à un tel jeu, et plus que cela, pour gagner.

La victoire définitive d'AlphaGo a tué à jamais ce préjugé, et semble ouvrir une nouvelle boîte de Pandore : la créativité n'est plus l'exclusivité de l'humanité, et il n'y a donc pas un seul territoire humain qui ne puisse être investi et dominé par les machines et leurs âmes automatisées !

Si cela est vrai, nous sommes face à une question essentielle et existentielle : les machines vont-elles également surpasser nos capacités à diriger ? Après le « Deep Learning », est-ce que le « Deep Leading » serait la prochaine étape ? Si oui, cela signifie que tous les projets humains - grands ou petits, industriels ou politiques - et donc nos destins individuels et collectifs, seront dirigés demain par des machines.

C'est une question très importante.

Nous vivons une époque où les promesses de l'automatisation et de la robotisation, rêvés par les auteurs de SF et les prospectivistes depuis le début du 20^{ème} siècle, sont craints et désirés en même temps. Nous accédons au confort et à de nouveaux objets et services, alors que nous détruisons dans le même temps des emplois. Si cette situation schizophrène est le prix et la condition de la société de consommation, nous l'acceptons plus ou moins parce que nous considérons que le solde est globalement positif.

Avec le Deep Leading, ce ne sont pas nos capacités mécaniques que nous accepterions de laisser aux machines, mais bien notre capacité d'analyser, de créer et de prendre des décisions, i.e. de faire des projets (mieux, d'avoir des projets). Ce que nous abandonnerions, c'est notre nature même d'être humain. Cette possibilité est devant nous, que nous le voulions ou non, imposée par les machines elles-mêmes, comme dans le pire de nos cauchemars.

Jours étranges à l'évidence.

À une époque où le leadership a été identifié comme la qualité, le process, le comportement sur lequel il nous faut investir, en formant des leaders grâce à une éducation réinventée et pour le bénéfice de tous, Alphago viendrait violemment nous dire que ce n'est plus un enjeu et que les machines vont prendre le relais.

Mais non.

Ceci est non seulement un fantasme, mais relève d'une ignorance totale de ce qu'est la nature humaine et l'histoire.

La définition même de l'humanité est que nous transformons nos connaissances en technologies, en outils, en théories, et ce de manière itérative, pour simplifier nos vies individuelles et collectives. Ils étendent notre corps et notre esprit, et ne nous rendent pas moins humains mais plus humains encore.

Les ordinateurs et leurs programmes, les robots et l'I.A. sont ces derniers outils, ces dernières technologies et théories qui, dotées d'une puissance incroyable, nous rendent plus humains, plus protégés, plus libres.

Ils nous aideront à relever le défi de la complexité, la frontière ultime de leadership dans un monde connecté. Non par la résolution de la complexité, ce qu'ils ne peuvent pas faire, mais en nous aidant à adresser et à résoudre la complexité. L'algorithme du deep learning est capable de traiter des situations répétitives et combinatoires plutôt que de la complexité. Affronter et jouer avec la complexité exige une capacité à représenter, et non pas à reconnaître, d'inventer et non pas de consolider, de penser, et non pas de calculer.

La bonne nouvelle est donc que NON, l'IA ne nous supplantera pas dans notre capacité à diriger, mais que OUI, l'IA y contribuera, comme les chiens contribuent à la chasse.

Comme toujours, la décision est entre nos mains.

FIN

Vers le design de la décision

Dominique Sciamma -

Directeur CY Ecole de Design / Président de l'APCI - Promotion du design

Dans le Jardin d'Eden, et grâce à Dieu, l'homme pouvait jouir sans entrave des bienfaits d'un monde où tout n'était qu'équilibre et abondance, harmonie et bienveillance, un monde où la gazelle côtoyait le lion, où l'eau était pure et la nourriture à portée de main. Il a suffi que l'homme goûte au fruit de la connaissance du Bien et du Mal pour que tout se détraque, et qu'il en soit chassé. Il a suffi qu'il soit confronté à la nécessité de choisir, à la nécessité de prendre des décisions.

Car tel est de fait le fardeau de notre espèce : être à chaque instant dans la position de prendre des décisions, petites ou grandes, individuelles ou collectives, dans l'espoir de retrouver le Jardin d'Eden et ses insouciances, en se libérant de la nécessité d'en prendre plus jamais.

Dans le monde rêvé de la modernité, un monde débarrassé de Dieu, l'humanité a plongé dans une autre croyance, celle qu'un savoir en croissance perpétuelle - la science - lui donnait les moyens de lire la mécanique du monde et d'en devenir l'horloger, d'être le lecteur comme le pilote d'un déterminisme dont elle serait le bénéficiaire. Un monde prévisible, un monde déterminé, un monde sans Histoire. Un monde sans crise.

Si cette illusion moderniste s'est fracassée au 20^{ème} siècle (2 guerres mondiales, la Shoah) elle a resurgi au lendemain de la chute du mur de Berlin, les démocraties occidentales et le capitalisme pensant pouvoir enfin atteindre l'homéostasie du Jardin d'Eden. Certes, le chemin serait long et parfois chaotique, mais ces chaos ne seraient que l'exception, et même se raréfieraient au fur et à mesure que notre savoir et les outils qu'il engendre croitraient. Ce serait la fin de l'Histoire.

Cette illusion trouve ces racines chez Descartes. Elle est celle de l'analyse. En tant que Méthode, cette capacité à résoudre les problèmes - c'est à dire d'en révéler les déterminismes - consiste toujours à les découper en sous-problèmes, plus lisibles, plus compréhensibles et plus faciles à résoudre, et d'en articuler ensuite les déterminismes et les solutions. La révolution industrielle est le résultat comme l'amplificateur de la mise en œuvre de cette méthode : séparer, découper, disséquer, puis recomposer, rassembler, assembler. Grâce à Descartes et à sa Méthode, le monde devient une grande ligne d'assemblage : les usines bien sûr, mais aussi les villes, les administrations, les services publics, l'Etat.

FIN

Le design d'après

Dominique Sciamma –

Directeur CY école de design / Président de l'APCI – Promotion du design

La fin du monde, la fin du mois.

Une question qui se pose à tous de manière autoritaire depuis près d'un an. Une question qui met en débat, à l'intérieur de nous même, autour de nous et aux plus hauts, niveaux, nos modes de vies si ce ne sont nos choix de vie. Comment concilier nos quêtes de bonheurs, futiles ou vitaux, éphémères ou durables, avec celui d'une planète qui aimerait bien elle aussi disposer du libre arbitre ? Comment espérer et se projeter tout en constatant lucidement les dégâts d'une humanité capricieuse ?

Ces questions, comme tout un chacun, le designer se les pose. Mieux, il en fait un moteur tant il y voit les raisons premières de son action. Ce métier, né de la révolution industrielle, à l'instar de celui d'ingénieur, s'inscrit historiquement dans ce projet de mettre les technologies et l'industrie au service de la production mécanique d'objets fonctionnels, plaisants et beaux. Il est à ce titre le compagnon du projet de contrôle de la nature (si ce n'est de son asservissement) au profit des humains. Ce compagnonnage s'est étendu au XX^{ème} siècle avec le marketing, ressort de la société de consommation, qui nous a vendu le rêve d'une vie peuplée là encore d'objets du bonheur, et même de générations d'objets du bonheur. Une version chassant l'autre, produisant autant de déchets que de déceptions, mais produisant surtout des désirs aussi permanents qu'insatiables.

Nous en mesurons aujourd'hui les conséquences. Elles ne sont pas toutes négatives. L'humanité a fait des bonds qualitatifs exceptionnels en 2 siècles et demi. Jamais elle n'a été aussi éduquée, et jamais autant en bonne santé, jamais la pauvreté n'a autant reculé, jamais la classe moyenne n'a été aussi importante. Il faut dans le même temps constater que le prix à payer est énorme : surpopulation, réchauffement climatique, chute de la biodiversité, inégalité sociale et économique, crise démocratique.

Comment revenir alors vers un projet d'émancipation et d'harmonie sociale, né des Lumières et qui semble remis en cause, qui soit aussi respectueux de la planète ? Et quelle place le design et les designers peuvent-ils y prendre ?

Cette place est probablement la première. Si il y a bien des professionnels qui mettent au cœur de leur préoccupation la vie des gens, ce sont bien les designers. Pour ces champions de l'humain, tout part de la vie de leurs semblables, de leurs besoins autant que de leurs rêves. A leurs yeux, tous les moments, d'une journée comme d'une vie, méritent la plus haute attention. De la simple ouverture d'un packaging au séjour dans une chambre d'hôpital, de la réservation d'un voyage à la conception d'un crematorium, d'une signalétique inclusive à un robot social. Il n'y a pas un moment de nos vies qui ne mérite qu'il soit réussi, et qui ne mérite donc en conséquence que l'on s'y attarde, pour le comprendre et le rendre utile et beau, et qui plus est responsable.

Rien ne semble d'ailleurs avoir changé dans l'agenda du designer ! Hier déjà, il se préoccupait de notre quotidien, concentré qu'il était à le rendre parfait, c'est à dire conforme aux imaginaires du progrès. Il le faisait en participant lui aussi au projet d'une modernité sûre d'elle-même et qui ignorait les (in)conséquences de ses choix.

Cet asservissement à un projet mécanique et consumériste se termine. Sous la pression de l'histoire et des leçons que le monde nous donne, l'injonction de faire de nos quotidiens les mises en scènes de nos désirs consuméristes se sublime maintenant en la nécessité de faire de ces mêmes quotidiens des moments de sens, aussi sobres qu'ambitieux, aussi durables que beaux. En un mot : attentionnés.

C'est la responsabilité historique du design que de relever ce défi, et aux designers d'en animer le projet. Qui mieux que le design peut réunir les savoirs, les méthodes, les outils

pour être attentifs à chacun comme à la planète ? Qui mieux que lui sait partir de l'humain, de la compréhension de ses désirs, de ses interactions, de ses contradictions pour mieux le servir ? Qui peut redonner du sens à la proposition en connectant le court terme de nos vies et le long terme de leurs conséquences ? Personne.

Et pour la bonne et simple raison que le design réunit bien plus que les seuls designers, même si ceux-ci en sont les garants. Parce que ce qu'il ambitionne et embrasse est énorme – un projet humain durable et partagé – le design nécessite la collaboration de tous les savoirs et de tous ceux qui les portent. C'est une inclusivité par le sens qui s'impose. Le sens d'un projet humain de long terme retrouvé, aussi sociétal qu'éthique et finalement politique.

La jeune génération de designers – et parmi eux les talents français - y a un rôle éminent à jouer. La jeunesse de cette planète, d'Europe et de France le dit, et souvent avec colère : cela suffit de sacrifier le futur – leur futur – au nom d'une liberté de jouir qui n'aurait pas plus de limites que la planète. Les jeunes designers le disent d'autant plus fort qu'ils possèdent une méthode systémique de lecture des problèmes et de leur résolution centrée sur l'humain qui leur permet d'imaginer comment faire mieux avec moins, et plus généralement comment contribuer quand même à créer des conditions d'expériences de vie réussie pour leur semblables. Il leur revient donc d'être des acteurs déterminants de toutes les transitions, industrielles, économiques, sociales et politiques que la situation de planète et de tous ses habitants humains et non humains exigent.

Il est temps de leur faire confiance.

[FIN](#)

La Révolution 3D est à venir !

Dominique Sciamma - Directeur, Strate Ecole de Design

Réalité augmentée, Réalité virtuelle, réalité diminuée, immersion, hologramme, haptique... Ces termes deviennent non seulement quotidiens, mais ils sont surtout « grand public ». Des dispositifs hier très coûteux, que seuls des laboratoires pouvaient produire ou s'offrir, sont maintenant disponibles pour quelques centaines d'euros. Les média s'extasient, s'étonnent, et les superlatifs succèdent aux superlatifs.

Ceux qui s'intéressaient à ces sujets depuis longtemps pourraient s'en réjouir, en voyant enfin leur vision devenir réalité. Ils peuvent aussi, et plus encore, s'inquiéter que cette vulgarisation ne soit aussi un affadissement de la promesse, sinon sa réduction.

Pour étonnantes et extraordinaires que soient ces technologies, il faut se garder, encore une fois, de considérer qu'elles suffisent, en elles-mêmes, pour produire de l'innovation. Il en va en effet de ces avancées comme de celle de l'impression 3D : combien d'écoles, combien d'agences, combien de lieux, fascinés, ont investi dans des imprimantes 3D, ont téléchargé des têtes de Yoda, de Dark Vador ou d'Iron Man, puis ont imprimé ces objets, pour les réimprimer une deuxième fois et probablement pas une 3^{ème}, en s'apercevant, à un moment donné qu'il allait falloir avant tout concevoir des objets, les modéliser, et les rendre imprimables.

Il en va de même avec les technologies d'immersion 3D, comme avec l'apparition de toute nouvelle technologie de rupture, où nous sommes souvent saisis d'ivresses numériques. Si ces technologies sont pleines de promesses, elles nous invitent surtout et plus que jamais à faire du design.

Faire du design, c'est à dire à faire de la 3D un espace de pensée, un espace de conception, un espace de proposition, un espace de simulation, un espace de narration, et surtout un espace d'expérience. Plus qu'une technologie, la 3D est un paradigme de conception qui nécessite d'être à la fois construit et habité par un nouveau type de professionnels de la conception : des designers d'expérience 3D. Ces designers, comme tous les designers, devront mettre une technique de représentation à chaque étape de leur process de conception, et cette technique de représentation, c'est la 3D.

Et quand nous parlons de design 3D, nous ne parlons pas de la seule modélisation numérique. Croire que modéliser c'est concevoir, c'est faire une erreur majeure, tout à fait similaire à celle commise par nos acheteurs compulsifs d'imprimantes 3D. Comme il ne suffit pas de dessiner pour être un designer produit, il ne suffit pas de modéliser pour être un designer 3D. Parce que le design est un process de conception centré sur l'humain, qui invoque les techniques de représentations pour lui donner naissance et consistance.

La révolution 3D est donc encore à venir, et ce sera celle du design. Il s'agit là de concevoir PAR et POUR la 3D, en faisant de la 3D l'Alpha et l'Omega d'une démarche de conception, en en faisant à la fois le contexte de la conception et le contexte de l'expérience.

De plus en plus d'expériences humaines, privées ou publiques, sérieuses ou ludiques, personnelles ou professionnelles seront des expériences immersives, passives ou interactives. Et ce sont toutes les industries qui seront demandeuses, tous les secteurs !

Demain, le retail, la banque, l'assurance, la finance, autant que l'industrie manufacturière, seront pourvoyeuses d'expériences immersives. Les analystes de big

data, les mainteneurs d'avions de ligne, les chirurgiens comme le simple consommateur en seront les bénéficiaires.

Il faudra bien que des designers les imaginent, les conçoivent, les testent et les mettent en scène. Ces designers, en maîtrise des technologies, des outils et des plates-formes restent à former. Ils viendront de filières de modelage et de modélisation, ils sortiront d'écoles d'ingénieurs, d'école de design, mais aussi de l'univers du jeu vidéo.

Car s'il y a bien un univers qui préfigure la prédominance d'expérience 3D, quand il ne le prophétise pas, c'est bien celui du jeu vidéo. Combien de jeunes passionnés, de praticiens quotidiens, rêvent d'intégrer le monde apparemment merveilleux du jeu vidéo, avec l'espoir de concevoir un jour un grand titre, un univers fascinant, une intrigue huilée, des personnages singuliers, une mise en scène spectaculaire, et une jouabilité parfaite ? Ils sont pléthores ! Et combien réaliseront ce rêve ? Très peu. Il y a là un réel gâchis de talent qui pourrait être évité en orientant ces enthousiasmes et ces talents vers un métier d'avenir comme celui designer d'expérience 3D.

Les nouvelles technologies, comme toutes les technologies, ont vocation à nous servir et plus encore à servir le projet humaniste de l'émancipation et du vivre ensemble. La 3D n'échappe pas à la règle, et il nous faut donc former les professionnels attentifs aux vies de leurs contemporains, qui sauront faire de la virtualité et de l'augmentation du réel, des leviers d'expérience et de développements humains, et non succomber à la myopie numérique.

FIN

Du Dessen d'une IA Européenne

Dominique SCIAMMA - Jean-Louis FRECHIN

Co-Pilotes du Groupe « Design et IA » du HUB France Intelligence Artificielle

Née comme discipline, il y a 62 ans lors du fameux workshop de Darmouth qui réunissait la fine fleur de la recherche en informatique (dont John Mc Carthy, Marvin Minsky, Claude Shannon ou Herbert Simon), l'Intelligence Artificielle est en train de s'imposer, à nouveau, comme un horizon inéluctable à une humanité qui oscille entre fascination, enthousiasme ou crainte.

Bis repetita

A nouveau, parce que ce n'est pas la première fois que le monde est saisi d'une fièvre enthousiaste sur ce sujet. En lançant en 1982 son ambitieux programme d'ordinateurs dit de 5^{ème} génération, totalement basés sur le langage d'IA Prolog (inventé par un français, Alain Colmerauer décédé l'année dernière), le MITI Japonais avait déclenché la première très grande vague d'investissements en recherche et développement sur le sujet, forçant les USA et l'Europe à s'aligner sur ses ambitions.

Sous ce flot de financements, on avait vu à l'époque grandir une magnifique bulle et son cortège d'acteurs petits et grands, tous persuadés d'agir dans et pour l'émergence d'une réalité industrielle qu'ils confondaient naïvement avec un marché. L'histoire a tourné court au tout début des années 90 avec l'implosion de cette bulle, car de marché il n'y avait point.

En quoi cette deuxième vague mondiale de l'IA serait alors différente de la première, et qu'est-ce qui l'empêcherait de connaître le même sort ?

Qu'on le souhaite ou qu'on le redoute, cette deuxième bulle ne devrait à nouveau exploser pour les mêmes raisons techniques, industrielles et économiques, mais bien pour des raisons culturelles et sociétales, si ce n'est civilisationnelles.

Et une approche européenne peut seule sans doute prévenir une telle issue.

L'IA dans nos vies

Là où les données, véritable carburant d'une IA apprenante, étaient inexistantes ou inaccessibles, elles ont aujourd'hui pléthores et gratuites, car librement offertes.

Là où les IA étaient solitaires et déconnectées les unes des autres, elles sont maintenant en réseau, et collaborent en permanence.

Là où les ordinateurs et leur avatars n'étaient que peu nombreux et réservés aux seules grosses entreprises, ils sont aujourd'hui dans nos poches, et se comptent en milliards, chacun étant des dizaines de millions de fois plus puissants qu'il y a 40 ans.

Et c'est bien là que se joue la réussite ou l'échec de l'IA aujourd'hui !

Parce que nos vies intimes, familiales, sociales et professionnelles se construisent et s'expriment au quotidien dans une dimension numérique, l'IA a cette fois-ci un terrain plus que propice, mais bien idéal, pour s'imposer à tous moments de nos vies, et cette fois-ci de manière économiquement indolore.

Pour ce faire, nous pensons que la raison industrielle comme la raison marketing sont inutiles si ce n'est contreproductives pour permettre à ces IA de s'inviter dans nos vies, c'est à dire pour que nous les acceptions et en jouissions en conscience. Pour que cela advienne, il faudra que l'imaginaire de l'IA se construise, que ses objets, ses usages et ses expériences soient conçus dans leur singularité, et qu'une société traversée par des IA soit pensée.

Bref, que nous fassions du design.

Imaginaires du 21^{ème} Siècle

Cela fait longtemps que la Science-Fiction s'est constituée comme le genre où s'invente notre relation aux progrès technologiques. Du « Merveilleux scientifique » de Jules Verne au « Cyber Punk » de William Gibson, en passant par les utopies d'Isaac Asimov ou les dystopies de Philip K. Dick, nombreux sont ces auteurs visionnaires qui ont contribué à nous projeter dans un futur peuplé d'IA, en nous préparant à y vivre.

Maintenant que ces anticipations sont des réalités techniques, comment se projeter si le seul horizon qui nous est proposé n'est que celui de la technologie où d'un marketing sans imagination ? Comment expérimenter ces potentialités sans ce filtre réducteur d'usages trop rapidement pensés, ou pire encore, pensés en continuité avec nos usages passés ?

Quand le téléphone est inventé, personne ne se doute de la place qu'il prendra dans nos vies, et on l'imagine alors comme la possibilité d'entendre des opéras à distance. Si on peut dans un premier temps rire de cette approche si petite, on doit s'émerveiller ensuite de ce qui est de fait visionnaire. Car le véritable impact du téléphone, révolutionnaire, est bien de nous permettre d'accéder aux contenus.

Qui seront les Graham Bell, les Charles Cros ou les Blériot de l'IA ? Qui protégera nos imaginaires d'un réductionnisme utilitariste ? Qui pensera et matérialisera de fait nos vrais futurs en décentrant nos regards et nos attentes ?

Une chose est certaine, ce ne seront pas de simples ingénieurs.

Au delà de la technologie : le design

Cela fait en effet longtemps que le génie français s'exprime avec brio dans le domaine de l'IA. L'INRIA a par exemple toujours nourri des talents en la matière, parmi les plus brillants du monde. La nomination de Yann LeCun à la tête du centre R&D sur l'IA de facebook en est une autre preuve. Et ce n'est pas le seul domaine des TIC où ce génie a trouvé à s'exprimer.

De fait, si la puissance de ce génie suffisait à faire de nous des champions mondiaux, nous dominerions aujourd'hui nombre de marchés où nous ne sommes que des spectateurs (ou pire encore, des consommateurs), comme celui de la téléphone mobile par exemple, où nombre de technologies utilisées sont sorties de nos laboratoires mais ont généré de la valeur chez d'autres.

Cette illusion nationale d'une maîtrise technique suffisante à créer des champions est toujours d'actualité : combien de Startups, combien de nos grandes entreprises continuent de penser leur offre avec ce schéma en tête ? Toutes.

Sur le sujet de l'IA, ce ne sont pourtant que les nouveaux usages qui seront créateurs de valeurs, et ce sont donc les acteurs qui se pencheront sur la création et l'acceptation de ceux-ci qui seront les gagnants de la compétition. Ceci nécessite de mettre, encore une fois, le design au premier plan, si ce n'est tout simplement aux manettes.

Seul le design, défini comme une démarche de conception multidisciplinaire centrée sur l'humain (et nécessitant des designers !) s'attache à créer les conditions d'expériences humaines réussies, préférables ou désirables.

Qu'il s'agisse de santé, d'éducation, de mobilité ou de culture, ou de tout autre secteur d'activité, le design permet de partir des situations humaines pour y chercher les raisons et les forces de nouvelles réponses à celle-ci.

Il ne s'agit plus alors de trouver les formes et les fonctions de nouveaux produits et services qui viendraient s'ajouter à la longue liste de ceux qui structurent déjà notre quotidien, mais bien d'inventer des objets et des services radicalement différents de tous ceux que l'homme a conçu jusqu'ici, et dont la valeur viendront de leur capacité à être en relation avec nous.

FIN

Manifeste pour le Vivant

Pour le Vivant

(de l'inséparabilité)

Le cartésianisme, en séparant l'homme de la nature, lui a donné la raison de s'en libérer et de l'exploiter de droit. Il a imposé le dogme d'une humanité déconnectée du vivant. Tout nous prouve aujourd'hui que l'humanité n'est pas libre de se séparer du vivant, et qu'elle lui est intimement liée dans son fonctionnement comme dans ses destinées.

La conscience d'appartenir à ce monde du vivant induit de nouvelles responsabilités, impose de nouvelles priorités, nécessite d'autres décisions comme d'autres manières de les prendre.

(de la vulnérabilité)

Le XXème siècle nous a poussé dans la croyance en notre toute puissance et en des modes de conception basés sur la maîtrise et la force.

Notre impréparation à faire face aux vulnérabilités du XXIème siècle est criante. Piliers de la démocratie, milieux naturels, santé individuelle, économie... la cartographie des vulnérabilités - locales et globales - n'est plus une hypothèse mais un paramètre central de la décision.

Il faut apprendre à identifier ces vulnérabilités, restaurer et assumer ce qui a été endommagé. Seul un design de conception et de décision efficace peut intégrer ce contexte.

(de l'universalité)

Si le soin relève de l'attention au(x) proche(s), il relève tout autant de l'attention à soi-même et à l'autre, humain ou non-humain. Cet Autre est ailleurs, cet autre est partout, cet autre est à venir. Il est notre enfant, comme il est aux antipodes. Il m'est relié, est relié, fait société. Cet ailleurs est un territoire autant qu'un réseau, de liens, d'interactions, d'actions et de réactions. Cet ailleurs, ce demain, fait projet. Ce qui s'appelle un dessein.

For the Living

(about inseparability)

Cartesianism, by separating man from nature, gave him the reason to free himself from it and to exploit it by right. It imposed the dogma of a humanity disconnected from the living.

Today, everything proves to us that humanity is not free to separate itself from the living, and that it is intimately linked to it in its functioning as well as in its destiny.

The awareness of belonging to this world of the living induces new responsibilities, imposes new priorities, requires other decisions as well as other ways of taking them.

(about vulnerability)

The 20th century has pushed us into a belief in our own omnipotence and in modes of design based on mastery and strength.

Our unpreparedness to face the vulnerabilities of the 21st century is glaring. Pillars of democracy, natural environments, individual health, the economy... the mapping of vulnerabilities - local and global - is no longer a hypothesis but a central parameter in decision-making.

We must learn to identify these vulnerabilities in order to restore and assume what has been damaged. Only effective design and decision-making can integrate this context.

(about universality)

If care is about giving attention to the person(s) close to you, then it is just as much about caring for oneself and the other, human or non-human. This Other is elsewhere, this Other is everywhere, this Other is to come. It is our child, just as it is on the other side. It is connected to me, it is connected by others, it is connected by society. This elsewhere is a territory as much as it is a network of links, interactions, actions and reactions.

This elsewhere, this tomorrow, is a project. That is called a purpose.

manifesto

Vers l'au-delà (du temps)

Nos vies industrialisées et cadencées ne nous proposent que la répétition ou des tâches aux horizons temporels rapprochés, linéaires, là où le monde nous parle de cycles, de temps longs. Qui se synchronise aujourd'hui sur les grands cycles du vivant ? Qui a aujourd'hui conscience et capacité de travailler sur des projets dont la vie sera plus longue que la leur ? Nos sociétés séparées ont effacé ces cycles et ces temps longs, et nos écoles participent à cet effacement. Il est temps de se re-synchroniser, de réapprendre le "présent étendu" et le temps long, de réinscrire l'apprentissage dans un continuum qui le dépasse.

(vers le design de la décision)

Nous quittons un monde où il suffisait d'agir sans penser au surlendemain, parce que la destination était connue et heureuse (cela s'appelait le progrès), pour rentrer dans un monde où nous devons inventer "où atterrir?", et nous poser à chaque instant les raisons et le dessein de nos actions, décider en conscience de faire ou de ne pas faire (quoi, pour qui, pourquoi, comment). Le design ultime est donc celui de la décision, et non plus seulement des expériences ou des choses, car de nos décisions dépendent nos projets, autant qu'elles les dessinent. Nous quittons un monde où la conception pouvait s'entendre en de vastes programmes linéaires, dont on se savait capable d'écrire les résultats attendus. Ce monde de l'ingénierie si efficace est devenu ainsi le monde des décideurs et des dirigeants. Désormais, il faut apprendre à concevoir et décider dans l'incertitude, passer par l'expérimentation directe et coopérative, apprendre à solliciter l'intelligence de son cerveau comme celle de son corps, ne plus décider "entre humains" mais parmi les vivants.

Ces compétences sont celles du design, et ce sont des designers de la matière à la décision qu'il faut donc former.

Towards the beyond (about Time)

Our industrialised, rhythmic lives only offer us repetition or tasks with short, linear time horizons, where the world speaks to us of cycles, of long times. Who today synchronises with the great cycles of life? Who today has the awareness and capacity to work on projects whose life will be longer than their own? Our separate societies have erased these cycles and long times, and our schools are participating in this erasing. It is time to re-synchronise, to re-learn the «extended present» and long time, to re-inscribe learning in a continuum that goes beyond it.).

(towards the design of decisions)

We are leaving a world where it was enough to act without thinking about the day after tomorrow, because the destination was known and happy (this was called progress), to enter a world where we have to invent «where to land». At every moment we have to ask ourselves the reasons and the purpose of our actions, and then decide in conscience to do or not to do them (what, for whom, why, how).

The ultimate design is therefore that of the decision, and not just of experiences or things, because our decisions determine our projects, as much as they shape them.

We are leaving a world where projects could be understood as vast linear programmes, whose expected results we knew we could write. This world of efficient engineering has thus become the world of decision-makers and leaders.

From now on, it is necessary to learn to design and decide in uncertainty, to go through direct and cooperative experimentation, to learn to use the intelligence of one's brain as well as that of one's body, to no longer decide «among humans» but among the living.

These skills are those of design, and it is the designers from matter to decision that need to be trained.

FIN