

MASTÈRES

Design global,
Recherche & Innovation

Direction artistique
en Design graphique - UX/UI

Architecture intérieure
& Scénographie du Luxe

Architecture intérieure
& Design

Direction artistique
de la Mode

Design produit
& Mobilier

Matériaux innovants
& Développement durable

Design d'interaction
& Réalité virtuelle

L



« Le design

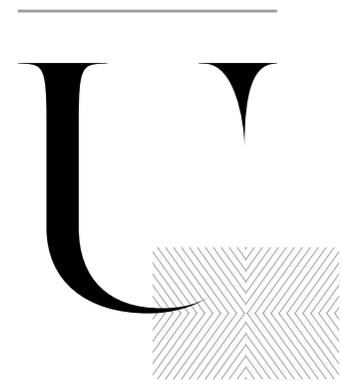
est un processus créatif,

pluridisciplinaire

& humaniste. »



ALLIANCE FRANÇAISE DES DESIGNERS



Un Mastère de Design
à l'École de Condé
est l'occasion de vivre
une expérience majeure.
Il faut avoir le goût
de l'aventure pour s'engager
dans un Mastère,
de l'audace, de la détermination,
de la curiosité, de l'écoute.

Porté par une pédagogie résolument novatrice, l'enseignement se place délibérément dans une perspective humaniste. La pédagogie est fondée sur l'interdisciplinarité, l'intelligence collective. Le travail collaboratif en équipe ou micro-agence, permet à chaque étudiant de se confronter, à un moment de son parcours, à la responsabilité de chef de projet. Le goût de l'altérité est au cœur de nos pratiques. Lieu de transmission des savoirs et compétences, un Mastère est un espace où étudiants, professeurs, intervenants osent la rencontre. Autant de sensibilités, d'histoires, d'expériences, de talents qui entrent en friction et ouvrent des espaces de création.

La pensée Design est plurielle. Un designer est par essence à la croisée des chemins, il est prédisposé à la collaboration avec des personnes de compétences complémentaires. La confrontation fructueuse entre cultures a priori antagonistes est alimentée par les partenariats ou hackathons, menés avec d'autres écoles prestigieuses: HEC, Centrale Paris et Lyon, École 42...

Au sens propre du terme, le design est un dessin, un projet pour l'autre, pour la société, qui nécessite un engagement individuel et collectif. En Mastère, le monde entre à flots dans les problématiques abordées. Qu'il s'agisse de se confronter à l'urgence de la transition écologique dans un contexte de révolution numérique, aux transformations sociétales que cela implique, de réfléchir aux camps d'urgence, de repenser les espaces de travail nomades ou l'hôpital, d'explorer le rôle sociétal du vêtement, de comprendre les mécanismes du bio-mimétisme, les étudiants sont impliqués en permanence dans les enjeux majeurs du monde de demain.

L'ouverture d'esprit du designer, c'est également l'ouverture à d'autres cultures, d'autres pratiques. Une période de stage se fait donc obligatoirement à l'étranger, la destination de l'Europe ouvrant l'accès au programme Erasmus. Ces expériences de mobilité internationale, réalisées dans le monde entier, se révèlent être un accélérateur très efficace pour le démarrage des jeunes carrières.

L'insertion professionnelle de nos étudiants est une préoccupation centrale. Des passerelles entre entreprises et écoles, sont établies afin de faciliter l'accès à des postes de responsabilité. Ce dispositif porte ses fruits, nombre de nos étudiants soutiennent leur projet de fin d'études en étant déjà insérés professionnellement. L'ensemble de ses Mastères bénéficie ainsi du niveau le plus élevé de reconnaissance par l'État (RNCP niveau 7).

Le design est un levier majeur pour construire le monde de demain. L'aptitude au déplacement d'un univers à l'autre, sa capacité collaborative très contemporaine place le designer à l'émergence des processus innovants, au cœur des nouvelles pratiques, capable d'inventer le monde résolument nouveau dont nous avons besoin. Un Mastère à l'École de Condé n'est pas une fin en soi, mais une trajectoire, un élan, qui porte loin et donne des atouts pour s'insérer avec agilité dans un monde en profonde mutation.

DOMINIQUE BECCARIA
Directrice générale du réseau, École de Condé



MIDGRI

« Le design est un geste tourné
vers l'autre. »



PHILIPPE PICAUD



Mastère Design global, Recherche & Innovation

Le Mastère Design Global, Recherche et Innovation propose d'explorer les frontières du design afin de former des designers capables d'une pensée globale et prospective sur tous ses champs d'application actuels et futurs.

Mettant en synergie des designers issus des quatre champs du design (espace, graphisme, mode et produit), cette approche globale permet de répondre tant à l'évolution future d'industries et institutions majeures (urbanisme, mobilité, éducation, culinaire, services, biens d'équipement, secteur culturel), que de répondre aux enjeux du design social (design d'urgence, évolutions climatiques, contraintes énergétiques).



Un designer global en recherche et innovation anticipe et s'adapte aux mutations, aux évolutions sociales et technologiques.

Il accompagne les hommes dans ces évolutions en concevant des formes de design adaptées aux nouveaux usages.

Il est soucieux de chacun, capable d'empathie et d'engagement.

Il s'intéresse aux autres designers avec qui il collabore, à leur métier, à leur culture. Il a une vision transversale des différents champs du design. Il coordonne et assure la gestion de projets complexes.

Il est curieux de tout, s'intéresse à toutes les formes de pensée, les sciences humaines, la sociologie, les sciences dures... Il s'intéresse à l'évolution du monde et aux forces qui le gouvernent.

Il développe au maximum ses capacités sensibles, exploratoires et créatives. Il aime inventer, pousser les limites, prendre des risques, sortir de sa zone de confort.

Il intègre les codes de l'art contemporain et explore les immenses moyens de création et d'interaction qu'offre le développement du numérique.



TOI MON TOIT

Comment remettre le « vivre ensemble » au cœur de l'aménagement urbain dans un environnement saturé ?

D'ici 2025, 75% de la population mondiale sera urbaine. Le facteur de cohabitation dans l'espace des villes, est donc un enjeu clé du vivre ensemble de ces prochaines décennies.

La ville est un milieu contraint: ne pouvant étendre sa surface au sol à l'infini elle s'est érigée verticalement.

Cette organisation dite fonctionnelle de la ville, qui s'est construite au sein d'un existant ancien, a montré ses limites: perte d'un environnement à dimension humaine; partition pas toujours maîtrisée des espaces de logement, de commerce, de bureau; difficultés aussi des relations sociales, de la circulation ou encore d'une conscience commune de notre environnement. Ces problématiques, ainsi que l'évolution de nos modes de vie, de travail, d'achat, appellent à une réinvention de la ville autour de l'humain.

Depuis peu, il est légalement possible de rehausser un certain nombre de bâtiments à Paris: utilisons ces toits en devenir afin d'inventer de nouvelles manières collectives de vivre ensemble, plus solidaires, plus responsables, plus poétiques aussi.

RÉPONSE N°1
ÉOLIB

RÉPONSE N°2
PARCIEL

RÉPONSE N°3
LE DÉTOUR

PROJET COOPÉRATIF

TOI MON TOIT

RÉPONSE N°1

ÉOLIB

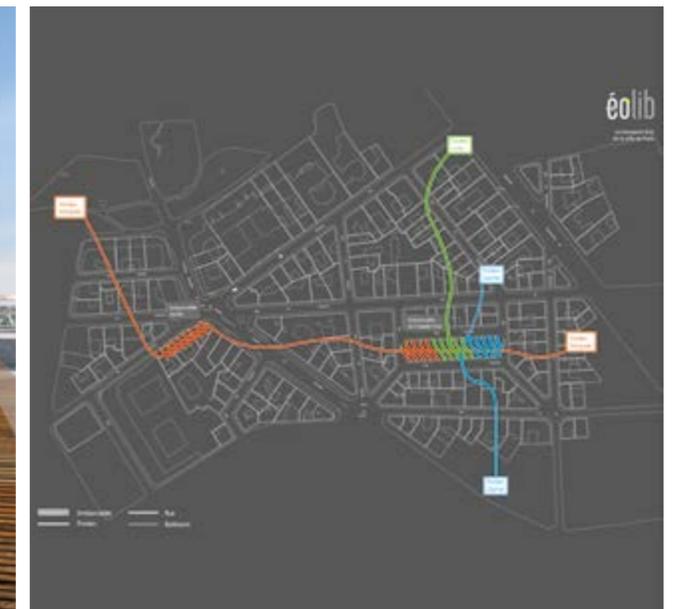


Éolib a été imaginé comme un nouveau moyen de transport parisien axé sur l'énergie éolienne et proposant une temporalité plus lente. À l'inverse des boulevards haussmanniens linéaires et fonctionnels, nous offrons une déambulation aérienne. Ce transport ne sera plus synonyme de crispation pour les citoyens mais le lieu d'une expérience poétique. **Éolib** permet aux usagers de vivre ensemble dans une respiration commune, de se rencontrer en évitant la catégorisation des quartiers, de prendre le temps de regarder Paris depuis un nouveau point de vue, totalement inédit pour tous.

SOPHIE CIRIELLO – JAMES DEFOSSE
GUILLAUME DELLOYE – LAURIE DUCHAINE
COLINE LEBRUN – LAURA NORMAND

1 / 3

MDGRI



PROJET COOPÉRATIF

TOI MON TOIT

RÉPONSE N°2

PARCIELS

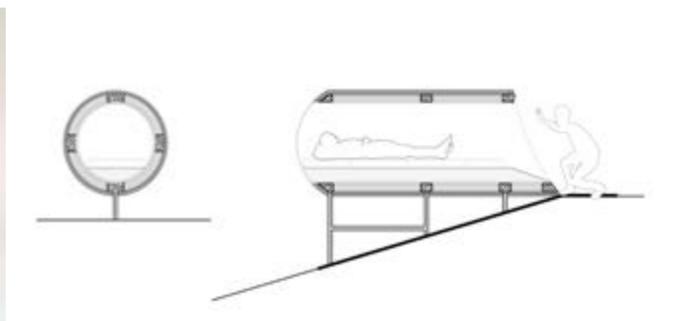
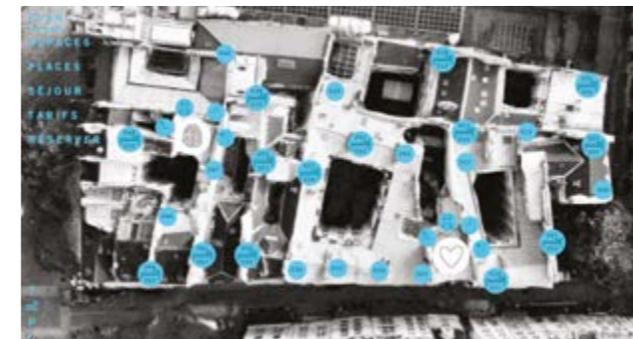
PARCIELS

Avec **Parciels**, nous proposons une solution de logement temporaire pour les étudiants. Nombre d'étudiants doivent en effet se loger à Paris pour passer des concours, des examens, ou le temps d'un stage court. La complexité pour trouver une solution, la rareté de l'offre ainsi que son prix prohibitif en font un problème récurrent et difficile à résoudre. Avec des capsules arrimées sur les toits, une via ferrata pour circuler, le projet reprend les codes de la liberté, du camping sauvage en montagne comme celui de l'aéronautique. Il propose une expérience inédite et poétique tout en ayant une visée sociale et solidaire.

CLARA AYELA – DAMIEN DEBU-LESTRAT
ÉLODIE PINTO – FIONA POUPEAU – FABIEN PRUNIER

2 / 3

MDGRI



PROJET COOPÉRATIF

TOI MON TOIT

RÉPONSE N°3

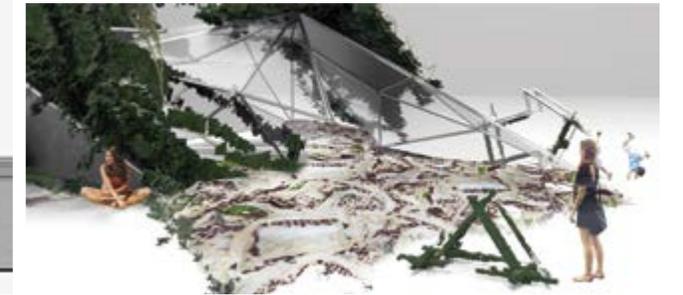
LE DÉTOUR

Les conditions de vie parisiennes sont souvent stressantes, soumises à la pollution, déconnectées de la nature, associées à une atmosphère pesante voire des rapports humains distants ou agressifs. Pour réinvestir les toits, **Le détour** s'inspire du mouvement surréaliste pour offrir un lieu poétique à l'imaginaire chaotique et démesuré. Les toits sont submergés par une prolifération d'un tissu vivant inédit, végétation mêlée au textile, créant un univers étonnant, poussant à la perte de repères et à la déambulation, à la méditation. Dans ce lieu accessible à tous les habitants d'un même îlot, les habitants osent la rencontre. Le projet suggère un détour du quotidien, un nouveau chemin à emprunter, et par là, une autre expérience de la convivialité, de la ville, de la nature. Il s'agit d'une expérience sensible et unique que chacun peut s'approprier à son rythme.

LOUISE CHARVET – SANDRA CUCCU
CHARLINE JAILLARD – BERTRAND RIQUET
SARAH SENGAYRAC – MARGAUX VALADEAU

3 / 3

MDGRI





CAMP D'URGENCE

Urgence: Caractère d'un état de fait susceptible d'entraîner un préjudice irrépa- rable s'il n'y est porté remède à bref délai.

L'UNHCR, l'organisation des Nations Unies pour les Réfugiés, publie que 65,3 millions de personnes étaient déracinées par le conflit et la persécution à travers le monde en 2016. 2 milliards environ de personnes, soit plus de 25% de la population mondiale, vivent en habitat précaire comme les bidonvilles.

Organisations humanitaires, concepteurs, chercheurs, politiques, sociologues... sont confrontés à des défis sans précédents liés à l'accueil d'urgence de ces populations. Que l'origine de la migration soit liée à des conflits, qu'elle soit géographique, politique, climatique, elle implique des réponses dans l'urgence face à une population démunie et épuisée, parfois en errance depuis des années, confrontée à de nombreux obstacles et risques permanents pour parvenir en secteur d'accueil. Parlant plusieurs langues, des familles démantelées recherchant ses disparus, des individus, des groupes, des villages entiers sont à prendre en charge...

Répondre vite et efficacement oui, mais également installer une situation au départ provisoire qui peut durer, car le camp doit porter vers une nouvelle vie.

En plus des premières nécessités, de l'échange et de la solidarité liée à l'accueil, l'idée est de transmettre une renaissance, l'espoir de recommencer à zéro, une vie tendue vers l'avenir.

Chaque agence développera une philosophie d'approche. Elle choisira en conséquence des circonstances (géographique, climatique, politique...) et une population spécifique, ainsi qu'un lieu d'implantation pour son Camp d'urgence.

RÉPONSE N°1
BŞRIYE

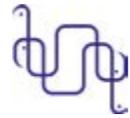
RÉPONSE N°2
QUARTIER SYRIEN

RÉPONSE N°3
NISI

CAMP D'URGENCE

RÉPONSE N°1

BŞRIYE



Dans le contexte des conflits présents en Syrie et en Irak, **BŞRIYE** est un campement d'urgence implanté à Erbil (région autonome, libre et sécurisée du Kurdistan irakien) pour venir en aide aux réfugiés irakiens. Camp de transition destiné à aider ces réfugiés à se stabiliser, il leur permet de préserver leur culture et leurs racines, et de rentrer dans un processus de reconstruction personnelle. L'organisation du camp s'organise autour de micros quartiers et propose, via la construction d'une nouvelle partie du camp pour les futurs nouveaux arrivants, ou la culture des champs agricoles, de participer à la reconstruction collective, permettant le retour à la dignité.

Le réfugié passe peu à peu du statut d'assisté à celui d'accueillant solidaire. Le procédé de construction utilise des matériaux de récupération des déchets (les sacs plastiques), qui, compressés, forment des briques dont le motif rappelle le marbre, matériau noble et traditionnel.

HALAH AL JUHAISHI – ANGE BONETTI
VALENTIN JABAUD – LUCILE PERRON – INES ROLET



CAMP D'URGENCE

RÉPONSE N°2

QUARTIER SYRIEN

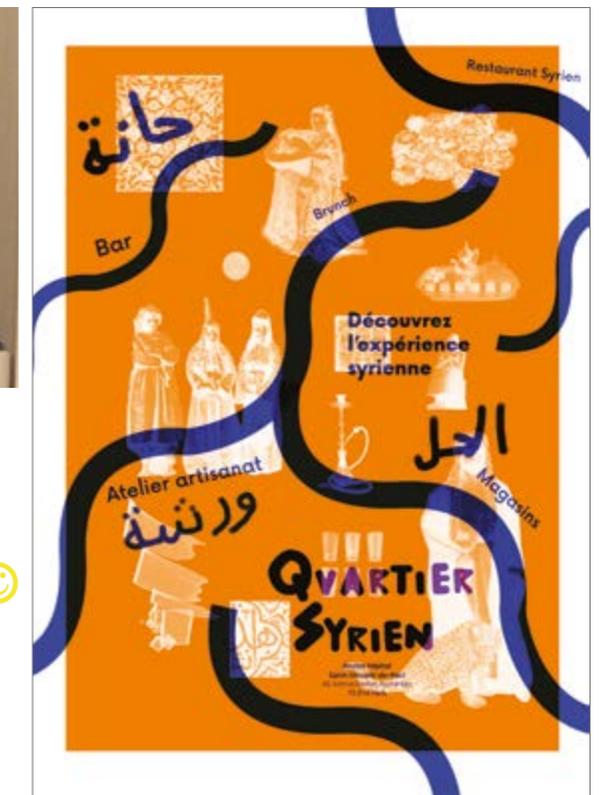
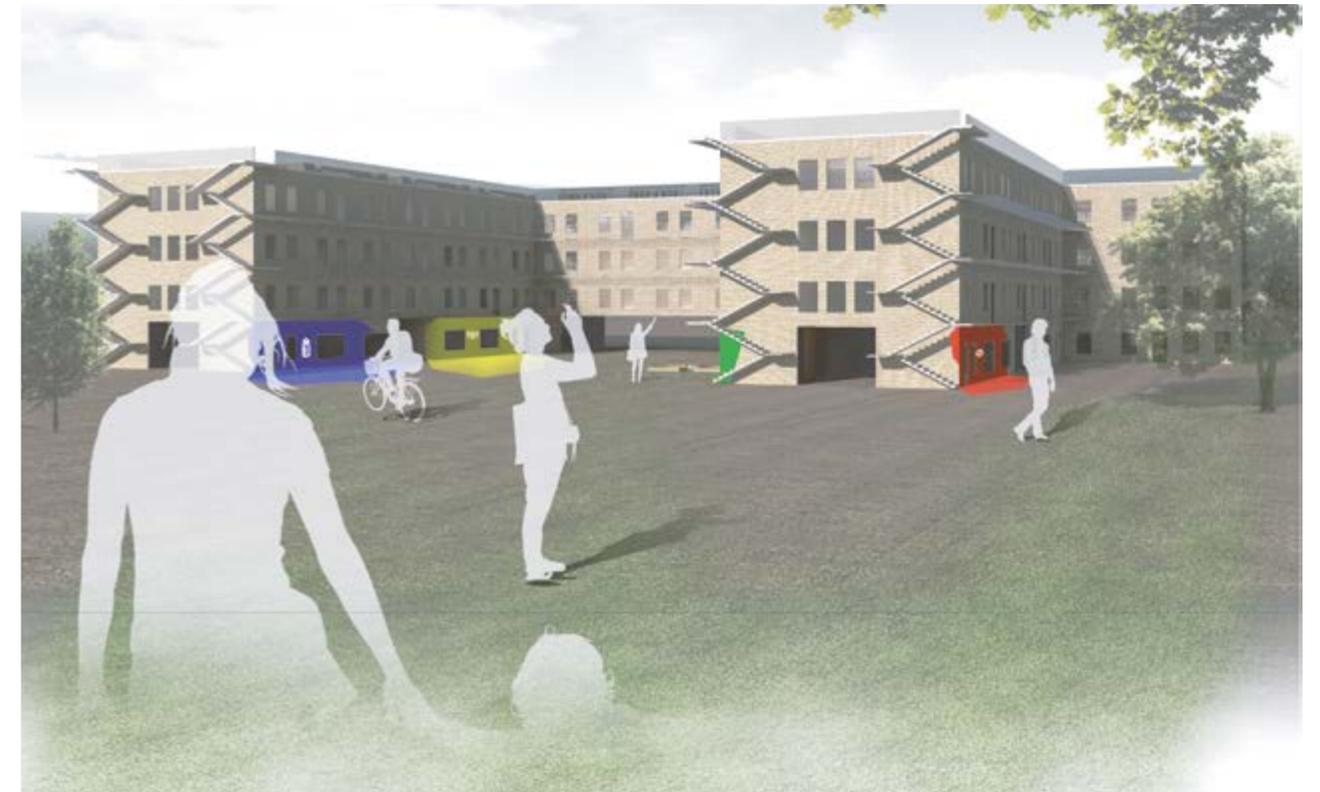
QUARTIER SYRIEN

Quartier Syrien, prend le contre-pied des politiques publiques habituelles en rassemblant les réfugiés dans un lieu d'échange et de partage, ouvert sur la ville et en interaction avec les parisiens. Le projet s'installe dans un bâtiment transformé sur le site désaffecté de l'Hôpital Saint Vincent de Paul. Reprenant la typologie des immeubles parisiens, les logements pour réfugiés se situent en étage courant.

Des espaces publics, boutiques, ateliers et restaurants, lieux d'interaction avec la population parisienne, se trouvent en rez de chaussée et sur le toit.

La culture syrienne et les savoirs faire de la population sont revendiqués et valorisés. Elles constituent le ciment social des habitants de l'immeuble et servent de vecteur d'échange pour des activités participatives avec les habitants de Paris. Les parisiens vivent ce lieu comme un nouveau lieu à découvrir, enrichissant la ville de ses possibles.

AURÉLIEN CATTIN – LAURA COLLIOT – PAULINE GUERINI
CORALYNE PINGAL – NICOLAS SZLEJN



CAMP D'URGENCE

RÉPONSE N°3

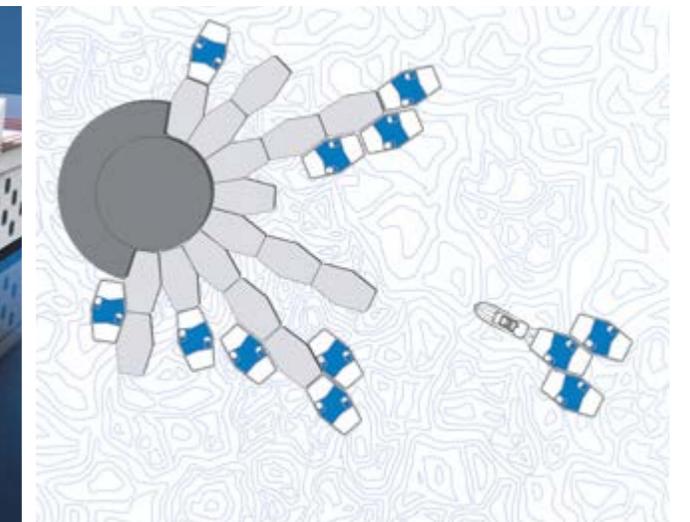
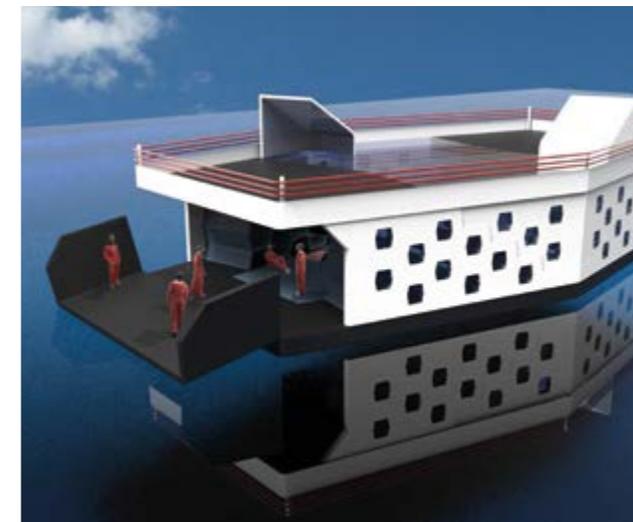
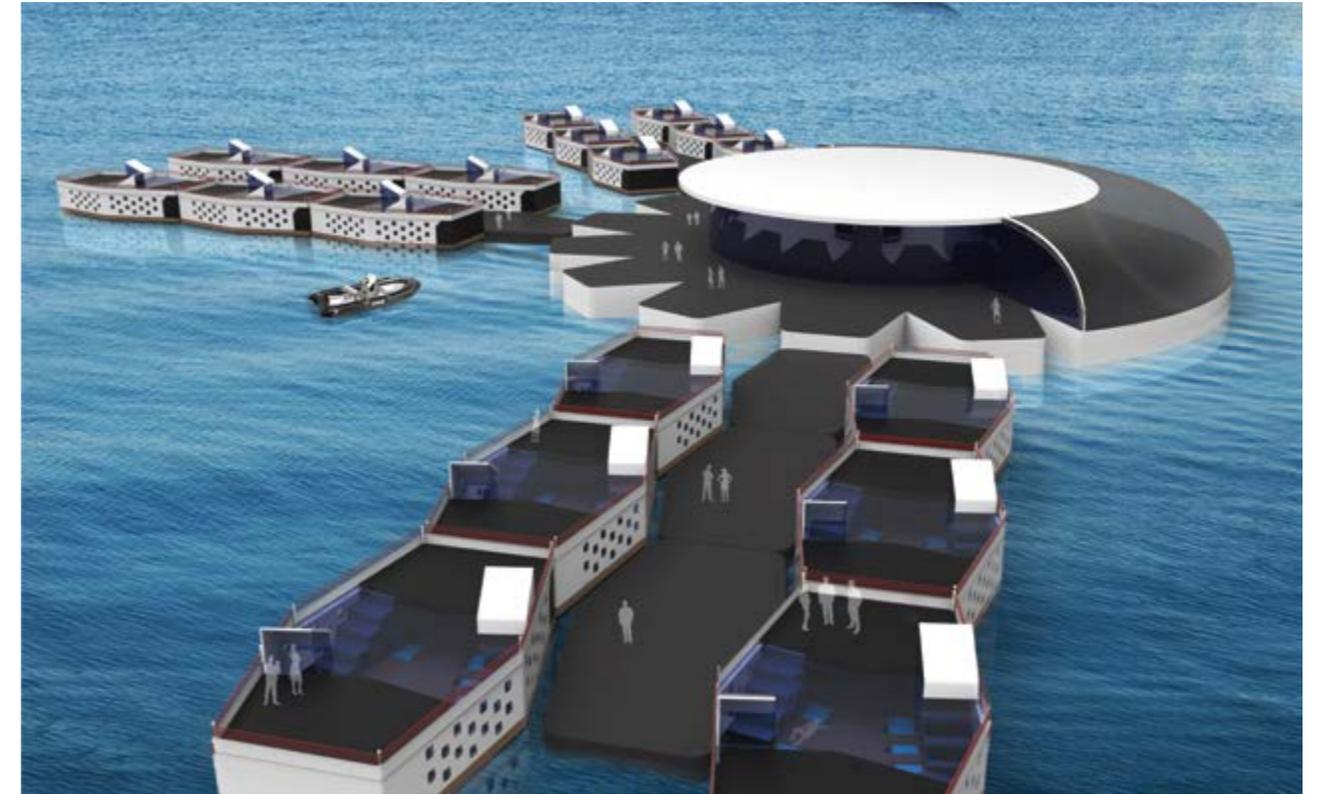
NISI



L'association **NISI** intervient en mer Méditerranée pour l'aide aux personnes migrantes. **NISI** propose un camp flottant en complément des bateaux de secours existants pour permettre aux sauveteurs d'installer les naufragés dans des capsules. Elles sont ensuite tractées et plugées à une île flottante. Les personnes peuvent ainsi se sécher, se nourrir et se reposer avant d'être accueillies dans d'autres camps sur la terre ferme. Ces capsules ont une capacité de 50 personnes, nombre pouvant permettre des interactions.

Dès leur embarquement, l'association distribue aux réfugiés des combinaisons sèches et flottantes, de l'eau et de la nourriture, des cartes de communication universelles pour communiquer et exprimer leurs besoins.

TOM BAR – SOUAD BRACI – KHALED KOLSI
AUDREY PRADALIER – LAËTITIA YTURBE





WE ARE DATA

Traitement des données et design génératif: réinventer le jardin.

Dans le contexte d'une concentration urbaine toujours croissante, les métropoles réfléchissent à l'optimisation de leurs ressources et de leur organisation pour le bien-être des habitants. Le concept de « smart city » (ou ville intelligente) recouvre ainsi différentes initiatives qui participent de cette volonté d'optimisation, dont l'un des principes fondateurs est de « mettre la donnée au service des citoyens », avec une exigence de transparence, sans être intrusive, ni un moyen de contrôle de la vie privée... Avec cette perspective d'innovation, la Ville de Paris mène depuis 5 ans une politique d'ouverture de ses données publiques (opendata.paris.fr). Cette accessibilité s'accompagne d'une volonté d'expérimentation, comme ce laboratoire de production et d'analyse de données mis en œuvre par Cisco à Nation en 2015, pour mesurer les usages liés à tous les modes de déplacements sur la place, les pratiques de connexion ou les pollutions atmosphériques et sonores.

Dans cet environnement, il est demandé à chaque agence de proposer un projet prospectif qui manifeste le positionnement de designers face au traitement des données et de ces implications sur les usages de la ville. Cette démarche implique de réfléchir aux modalités de réappropriation et de transmission des open data, à ses conséquences sur la pratique des designers. Ce projet de recherche qui consiste à traiter un flux invisible d'informations, à matérialiser des paramètres variables, devra notamment exploiter toutes les potentialités créatives du design génératif.

Le projet consiste à concevoir une datathèque: un lieu de culture des données, un espace de sensibilisation, de consultation, de production... mais aussi une poétique, un imaginaire de la data, sous la forme d'un jardin, dont il s'agit de réinventer les usages et les fonctions.

RÉPONSE N°1
HORTUS GARDINUS

RÉPONSE N°2
LE NOCTAMBULE

RÉPONSE N°3
LE PASSAGE

PROJET COOPÉRATIF

WE ARE DATA

RÉPONSE N°1

HORTUS GARDINUS

hortus gardinus

Hortus Gardinus est un jardin de culture et de dégénérescence de la donnée. Situé sur la friche entre le boulevard de Richard Lenoir et le boulevard Voltaire, cet espace est prometteur d'errance, d'imaginaire et de poésie. La particularité de ce jardin est une utilisation défonctionnalisante de la data pour en modifier l'appréhension. **Hortus Gardinus** se friche de la data comme outil d'optimisation et de contrôle de notre environnement, comme argument de conditionnement et de rationalisation de notre quotidien : il la préfère à son état malléable, friable, dépossédée de ses sens. Elle apparaît alors comme le terreau d'une aire d'absurde et de non-sens, un monde inversé où la donnée et ses enjeux supposés deviennent une prose visuelle.

SELENA PERE – CAROLINE POINCLOUX
JENNIFER TYTGAT – JUSTINE VIVIER

1 / 3

MDGRI



WE ARE DATA

RÉPONSE N°2

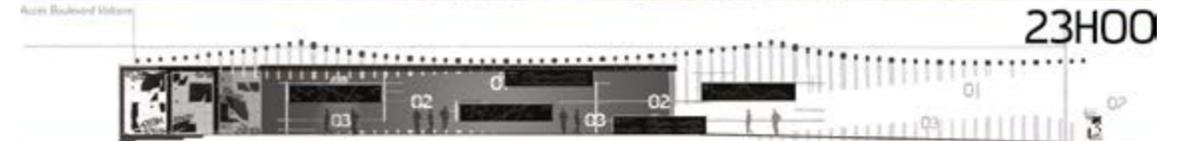
LE NOCTAMBULE

Au cœur de la friche Richard Lenoir dans le XI^e arrondissement, **Le Noctambule** est un lieu décalé, ouvert 24h/24, dédié au sommeil le jour et aux activités culturelles la nuit. Ici, dormir n'est plus un temps d'inertie. Le repos et le sommeil sont considérés comme activités régénératrices qui maintiennent le jardin en éveil et en font un lieu de contre-activité.

Le public qui vient s'y reposer le jour, devient la « batterie » vivante du jardin la nuit. Les données captées auprès des dormeurs sont consultables et génératrices d'ambiances sonores et lumineuses, qui métamorphosent le lieu en fonction de ses visiteurs.

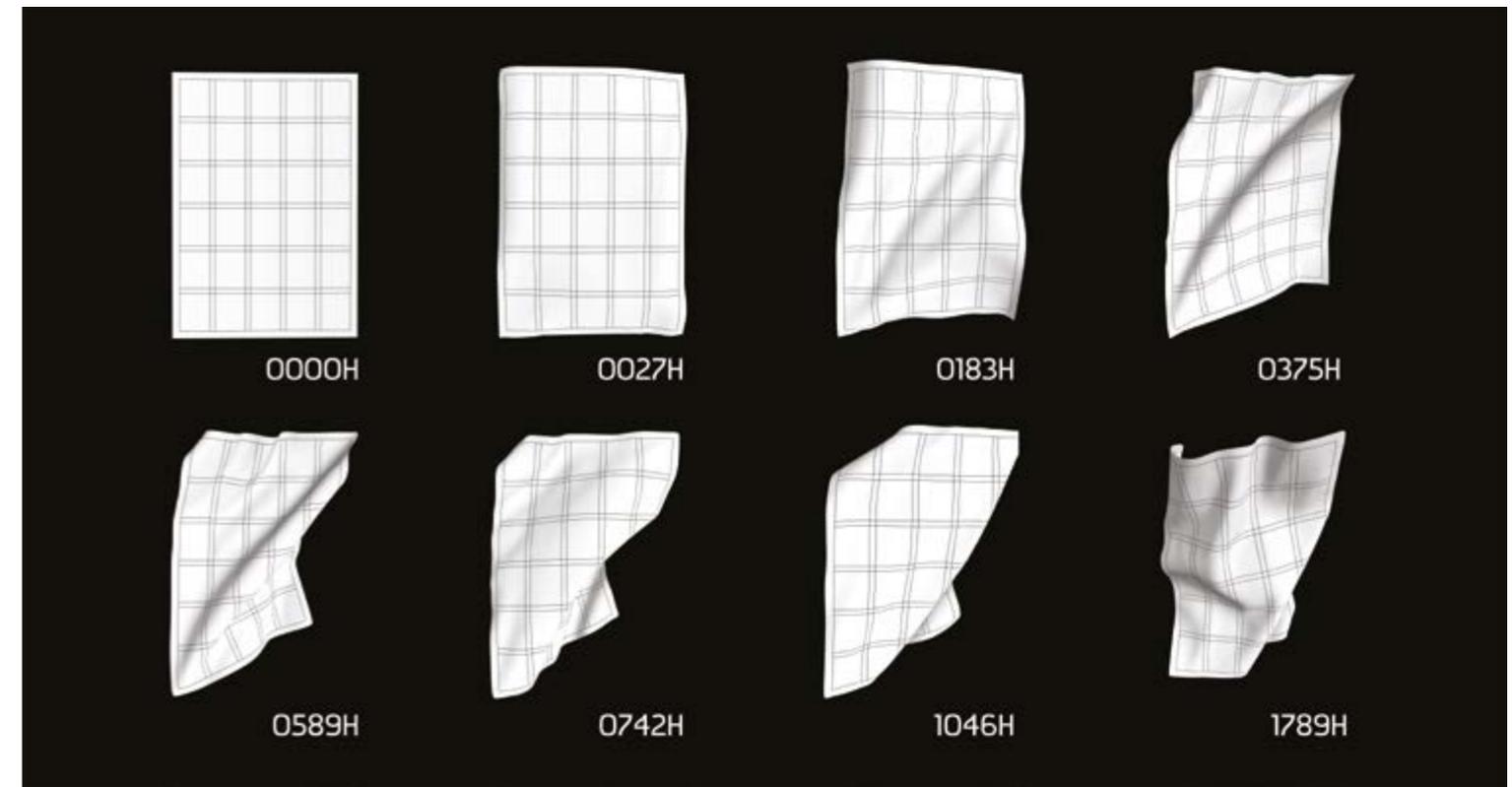
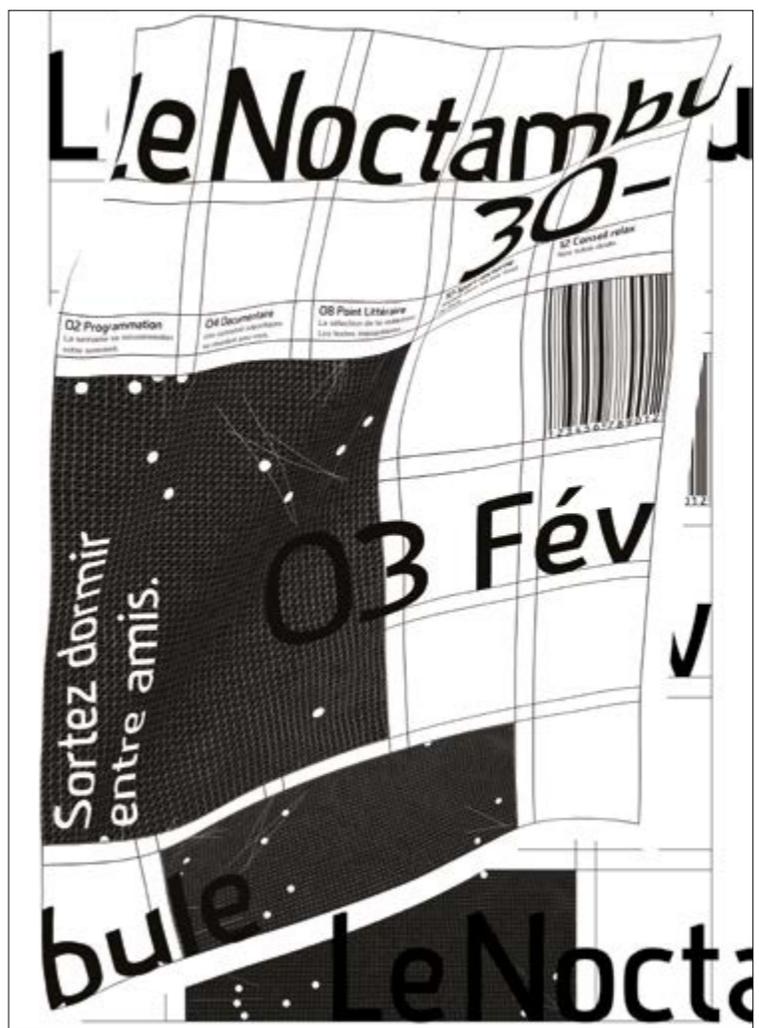
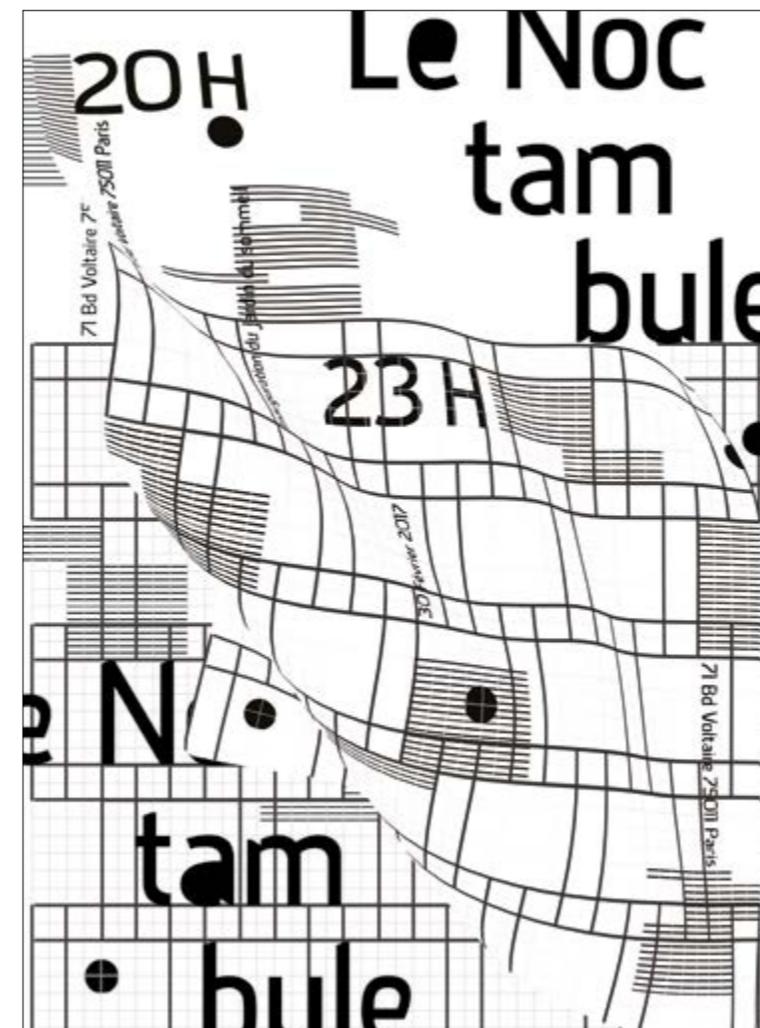
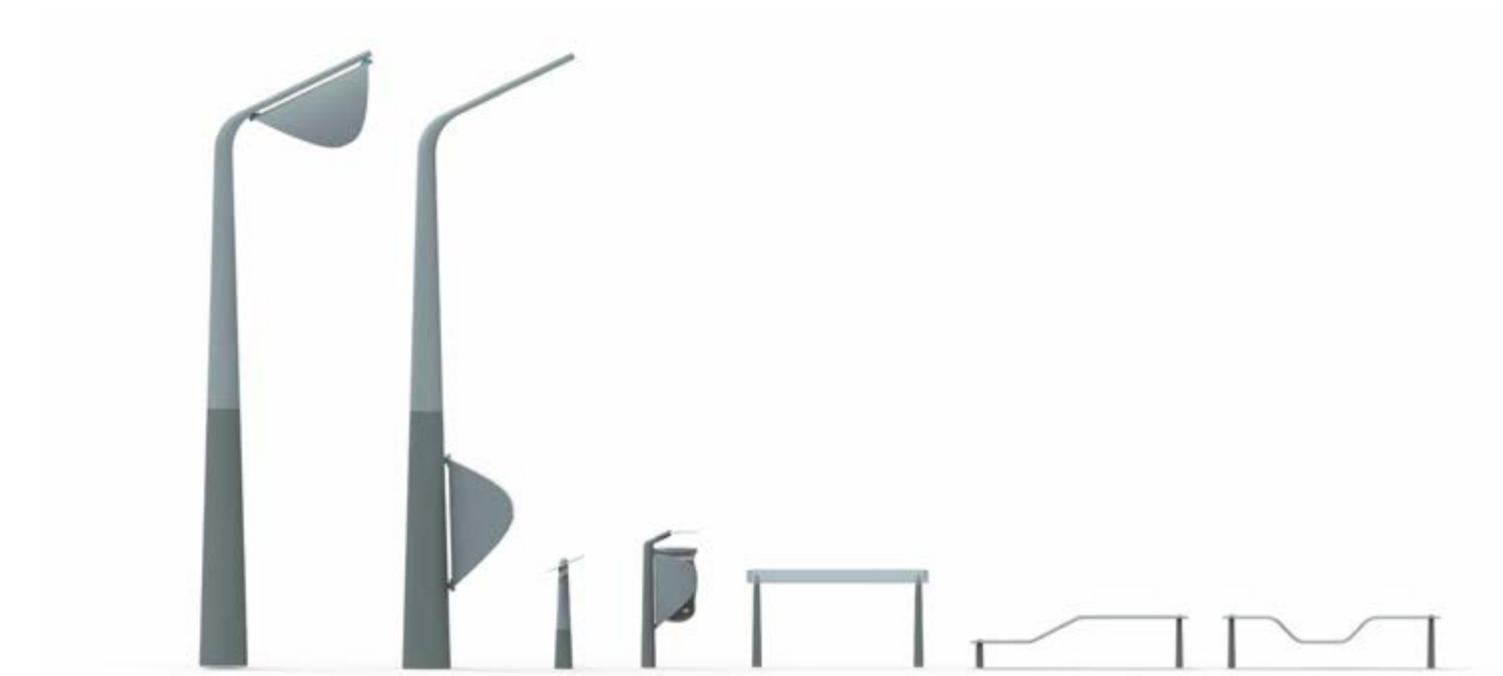
Entre intérieur et extérieur, situé dans un rythme inversé par rapport à celui de la ville et des citadins, le Noctambule contribue à redynamiser la vie nocturne parisienne.

LÉA GIROUX – AMANDINE HACQUEBART
 JYOAN RIHOUAY – LESLIE VANNEAUD

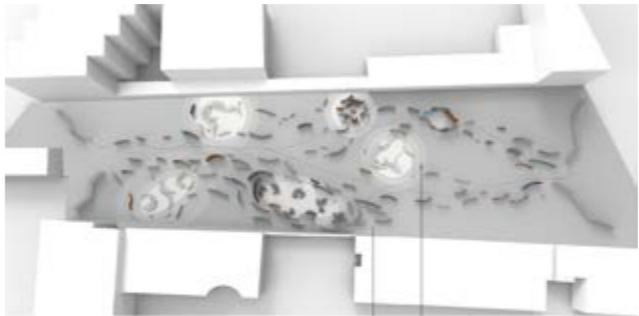


15H25

Jardin intérieur - Zone de sommeil, le jour et de projection, la nuit



PROJET COOPÉRATIF	
WE ARE DATA	
RÉPONSE N°3	LE PASSAGE
<p style="text-align: center;">le passage</p> <p>Le Passage est un jardin, implanté entre la place de la Bastille et la place de la République, qui exploite les données des bibliothèques de la Ville de Paris pour sensibiliser les citoyens à la pratique de la lecture, sous la forme d'un catalogue à ciel ouvert.</p> <p>Le Passage fait apparaître des textes, des phrases, des extraits, provenant de la base de données des 200 livres les plus lus en bibliothèque. La nuit, le jardin joue de la transgression et affiche des extraits des livres interdits pour faire vivre une expérience de lecture subversive.</p> <p>Cet espace est un lieu culturel, de rencontres, de transmission du savoir, de connaissances, un lieu d'apprentissage, autour du livre. Un médiateur culturel oriente le visiteur au sein de cette espace, pour lui permettre de trouver la référence de l'extrait de lecture qu'il désire, et poursuivre sa lecture.</p>	
CHARLINE NOLOY – FANNY GALLAND BERTILLE RAGUIN – CORENTIN CAREL	
3 / 3	MDGRI



Bibliothèque de références
espace de lecture





MIDGRI

Projets de fin d'études



Astronomie graphique



Développé au cœur du milieu scientifique, le projet est une recherche de simplicité par le graphisme. Comment utiliser cet outil de communication, d'interaction avec les sens, pour simplifier sans dénaturer une information ?

Le milieu scientifique subit cette ambivalence, celle de devoir communiquer en simplifiant ses savoirs. Malheureusement, fait souvent reproché par les scientifiques, ces connaissances s'appauvrissent durant leur vulgarisation, perdant parfois l'essentiel de leur substance.

L'astronomie, domaine d'étude céleste, des événements cosmiques et de l'évolution de notre Univers, est un sujet passionnant et poétique.

→ Les images
étourdissantes
que procurent
les données astro-
nomiques chez chacun
sont issues de valeurs
infiniment grandes,
imperceptibles
et impalpables.

L'ensemble des recherches effectuées ont eu pour but de comprendre et rassembler les outils de communication de données astronomiques. Les représentations schématiques, mathématiques et géométriques sont complexes, paraissant uniquement décodables par le scientifique professionnel. La lecture des valeurs astronomiques perd le public

amateur qui n'a pas de schéma de représentation fiable lui permettant d'appréhender ces notions. Dans ce projet le design est mis au service de la complexité. Le graphisme joue le rôle de traducteur, il transmet et intègre le néophyte dans les systèmes scientifiques. Puisque que comprendre ce qui se passe autour de soi, c'est se comprendre soi-même, comprendre l'univers et son évolution c'est comprendre la nôtre.

Face à cette problématique, j'ai mené un projet d'étude de simplicité des notions astronomiques par le graphisme. Les propositions pensées sous forme d'objets graphiques transforment le novice en acteur pour lui (re)donner "une place au sein de notre ensemble céleste."

Il s'agit de transformer le novice, simple récepteur en acteur, l'intégrer dans le processus de communication, lui (re)donner une place au sein de cet ensemble céleste. L'homme au cœur de la structure de l'Univers devient l'homme au cœur des savoirs. Le graphisme se met au service d'une nouvelle pédagogie. Outil de visualisation et de monstration, il devient outil d'expérimentations. Ce projet est donc une série d'outils astronomiques à manipuler. Objets de calculs, de mémoire, ils se révèlent par leur utilisation, rendant leur récepteur essentiel à leur compréhension. Par et à travers son corps, l'homme devient traducteur de données scientifiques.

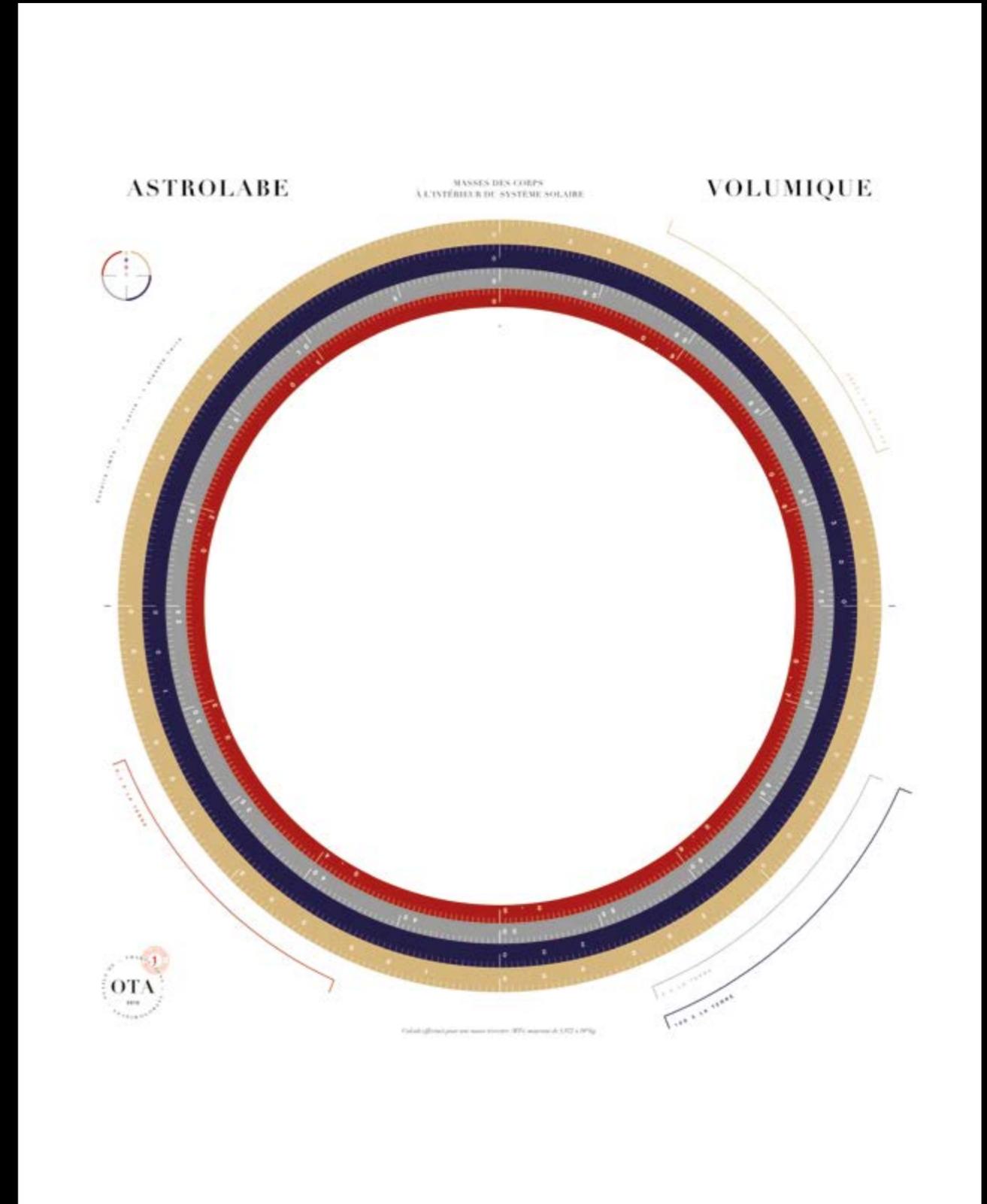
« Par contraste avec les définitions purement abstraites de la géométrie, de très grands mathématiciens ont proposé que les fondements cognitifs de la géométrie et de la notion même d'espace soient ancrés dans l'expérience sensible et le corps en acte. »

ALAIN BERTHOZ, LA SIMPLICITÉ



N°1 MERCURE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
2	1	3	1	4	1	5	1	6	1	7	1	8
1	9	2	0	2	1	2	2	2	3	2		
4	2	5	2	6	2	7	2	8	2	9	3	0
3	1	3	2	3	3	3	4	3	5	3	6	
3	7	3	8	3	9	4	0	4	1	4	2	
4	3	4	4	4	5	4	6	4	7	4		
8	4	9	5	0	5	1	5	2	5	3		
5	4	5	5	5	6	5	7	5	8	5		
9	6	0	6	1	6	2	6	3	6	4		
6	5	6	6	6	7	6	8	6	9	7		
0	7	1	7	2	7	3	7	4	7	5	7	6
7	7	7	8	7	9	8	0	8	1	8		
8	3	8	4	8	5	8	6	8	7	8	8	



L'élément sonore sculpteur d'espace

J'ai voulu au travers de ce projet de fin d'étude explorer comment l'environnement sonore de nos villes pouvait être un médium permettant au designer de proposer des solutions spatiales issues de leur environnement, en valorisant la poésie sonore présente dans nos cités. La matière sonore peut-elle être un lien entre les espaces manufacturés et artéfactuels de nos villes et l'espace du jardin, lieu de contemplation et de repos ? Les deux environnements sonores peuvent-ils dialoguer ?

Le projet propose des réponses prospectives à ce questionnement. Mon travail exploratoire a cherché à donner une forme tangible aux ondes sonores. Une mélodie, un discours, après avoir été enregistrés sont transposés en valeurs numériques, des suites de 1 ou 0, puis ces valeurs sont elles-mêmes utilisées afin de créer une nuée de points dont les coordonnées dans l'espace sont déterminées en x, y et z. En utilisant des enregistrements d'espaces intérieur et extérieur et en suivant le même processus, nous obtenons un ensemble de formes. A partir d'enregistrements sonores en plusieurs points, les sons sont retranscrits sous formes d'ondes, elles s'entrechoquent et forment un espace fluide, presque liquide. La suite de la recherche a consisté à combiner des enregistrements sonores, le code informatique et de matérialiser les enregistrements par le biais d'imprimantes 3D.

Il ressort de ces expérimentations qu'il est possible de représenter de façon tangible des phénomènes perceptibles bien qu'invisibles.

→ « La musique est un labyrinthe où l'on n'a jamais fini d'entrer et de sortir, de découvrir de nouveaux chemins dont on n'a jamais épuisé le mystère. »

PIERRE BOULEZ

Les expériences donnent forme à deux jardins, l'un anglais et l'autre français. Le premier jardin, anglais, est libre dans sa composition, il est composé de nombreuses courbes et joue sur l'effet de surprise. Ce premier jardin se dévoile au fur et à mesure que le visiteur déambule dans l'espace. Le second jardin est un jardin français très géométrique. Il reprend ses codes, perspective exagérée, large place aux plans d'eau, terrasse le surplombant et délimitation stricte des espaces.

Le designer devient un artisan qui va faire usage de l'élément sonore comme d'une matière spatiale. Le visiteur quant à lui, par sa déambulation, son interaction avec le lieu, pourra faire vivre ce jardin et ressentir les effets de ses actions sur la matière-son.



J'ai tenté de faire du son un « ouvrier de la matière ».



Les Serbes, les Croates; Les Serbes & les Croates.

L'ALPHABET COMME OUTIL DE RÉCONCILIATION DES PEUPLES

“ Je suis née en 1991 à Zadar (Croatie), durant la guerre; d'un père serbe et d'une mère croate. Neuf ans plus tard, ma famille s'est installée en France en tant que réfugiée politique. Mon parcours personnel m'a amené à me poser des questions sur la relation serbo croate. J'ai d'abord eu beaucoup de certitudes, avant de me rendre compte que mon point de vue sur la situation était singulier. J'ai compris qu'en réalité, je ne savais rien. ”

L'entrée de la Croatie dans l'Union européenne déclenche le retour de plusieurs milliers de Serbes en Croatie. Mais les Serbes et les Croates continuent à vivre séparément. Bien que les esprits soient tournés vers l'avenir et la paix, le problème de communication persiste entre ces deux peuples. Serbes et Croates parlent exactement la même langue mais ils l'écrivent dans deux alphabets différents (cyrillique pour les Serbes; latin pour les Croates).

→ L'alphabet, créateur de liens symboliques entre les êtres ?

Les différences intrinsèques de ces alphabets induisent une fracture, freinent le processus d'expression et de communication, empêchent le sentiment d'appartenance à la même culture. Aborder la relation serbo-croate reste complexe. Le lien qui unissait les deux peuples a été rompu. J'ai tendance à croire, que comme au sein d'une famille, renouveler le contact est toujours possible. Il me semble que le plus difficile, c'est de passer outre les préjugés et de faire le premier pas. Le rôle du designer serait de donner les outils nécessaires à la population, pour faire ce premier pas, afin de se rencontrer et de communiquer. Comme nous

l'avons vu précédemment; le pouvoir du langage et de l'alphabet est considérable. Ils constitueront la base du projet. Enfin, c'est en devenant acteur, et non simple spectateur, que les individus pourront s'exprimer, débattre.

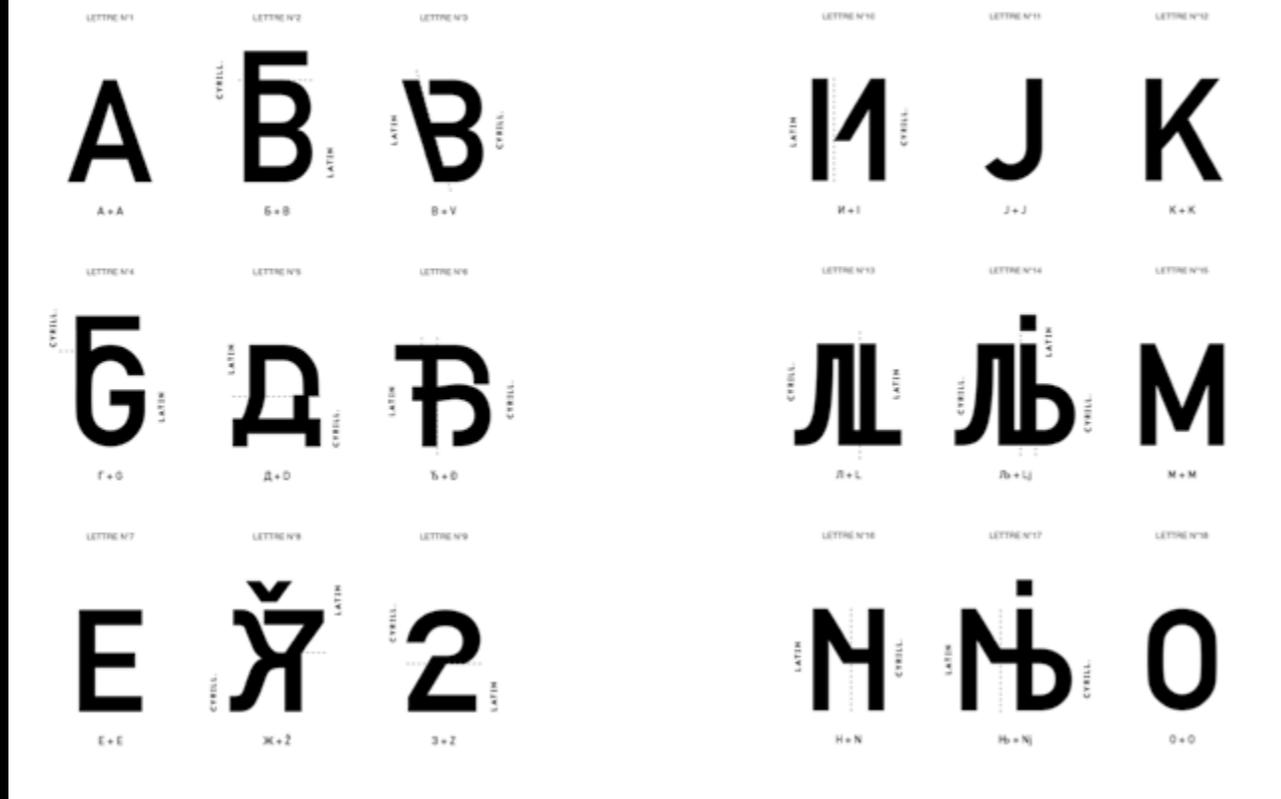
« Ce qui est intolérable, ce n'est pas la souffrance, mais le fait qu'elle n'ait pas de sens. »

FRIEDRICH NIETZSCHE

Je me suis penchée dans un premier temps sur un travail typographique. Le caractère alphabétique, central dans la problématique posée, est le cœur du travail de médiation. Je propose une forme hybride compréhensible par les deux peuples.

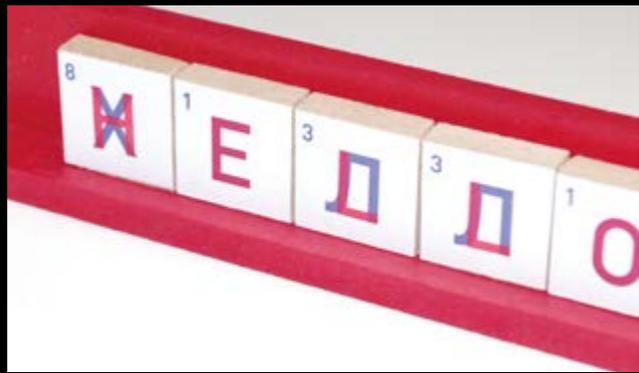
Je me suis ensuite intéressée aux autres signes susceptibles de rallier les populations entre elles. Les drapeaux, les icônes, la musique, le cinéma, l'art, les jeux, la cuisine. Toutes ces images génèrent du lien et participent à la création d'une culture populaire. Une fois l'alphabet tracé, j'ai imaginé un événement en trois étapes. Dans un premier temps l'appel au rassemblement des Serbes et Croates par une campagne mettant en scène l'alphabet hybride afin d'y familiariser les deux parties. Puis une rencontre organisée sur un site en ruine, vestige des combats, enfin un échange collectif autour d'activités d'expression créative. L'alphabet est à la fois outil de communication et d'expression tangible, pour écrire un avenir commun, apaiser les tensions dans les villes réunissant la population serbe et croate, et renforcer le sentiment d'appartenance à une même communauté.

UNE TYPOGRAPHIE HYBRIDE AU CENTRE DU PROJET



«Le design graphique
a la responsabilité d'agir et de participer
à la société comme source de richesse,
de culture et de fierté»





Le design de réemploi

L'esprit du projet Olakai, signifiant mer saine, est avant tout l'alliance d'une passion, le surf, à des valeurs, celles du respect de la nature et du savoir-faire artisanal. Les combinaisons néoprène usagées deviennent une matière première utilisable.

Les déchets sur les plages ou dans l'eau n'ont cessé d'augmenter au cours de ces dernières années.

Il est nécessaire de faire évoluer nos habitudes dès à présent et de changer nos modes de consommation. Olakai s'inscrit dans cette démarche : la réalisation d'une collection d'objets à partir de combinaisons néoprène et de déchets de plages réemployés.

Il s'agit de créer des produits de qualité avec des produits usagés ou des déchets, afin d'inspirer, de toucher et de sensibiliser tous les consommateurs que nous sommes à l'enjeu écologique majeur qu'est la préservation de notre environnement.

Olakai propose donc de réemployer ces nouvelles matières premières en offrant la possibilité de créer soi-même ses objets par le biais de notices mises à disposition en open source.

Le procédé est artisanal et permet à chacun de se l'approprier. Donner une seconde vie à des déchets et produits usagés en les transformant en nouveaux produits beaux et de qualité en conservant une identité et un esprit est la raison d'être du projet Olakai.

→ L'enjeu principal
de ce projet
est de réduire
l'empreinte écologique
des combinaisons
néoprène
et de réemployer
les nombreux déchets
de nos plages.



La mode et le vêtement

COMME PROCÉDÉS DE DÉCONSTRUCTIONS
DU MASCULIN ET DU FÉMININ

Que serait le vêtement sans le genre et le genre sans le vêtement ? Mes recherches se sont articulées autour de ces deux questions.

Le vêtement n'est qu'une façade qui permet la lecture du genre tel qu'on le connaît : le vêtement sans le genre pourrait supposer l'absence du système de la mode, le vêtement gardant ses fonctions premières qui sont de protéger et couvrir le corps.

Le genre sans le vêtement, produit d'autres questionnements liés à l'éducation, la culture, la politique et toutes les autres problématiques soulevées par les études de genres.

Mes recherches et expérimentations m'ont amenée à construire mon projet sur le concept du continuum. Le continuum des genres est une ligne où, entre le masculin et le féminin, se dévoile un spectre d'identités et/ou de genres beaucoup plus large.

Mais, en réalité, le continuum des genres, ne fait que reproduire le même schéma de binarité car il suppose des extrémités : masculin/féminin.

En d'autres termes, nous pourrions traduire ce schéma par la question suivante : entre le masculin et féminin où se situe ton genre ?

C'est autour de cette constatation que le projet a pris forme.

Il n'existe aucun modèle de corps dit « féminin » ou de corps « masculin » car ces « modèles » sont des projections qui ont été construites par la mode et la société. De quelle manière la mode et le vêtement peuvent-ils devenir des outils de déconstruction du genre masculin et féminin ?

La réponse que j'ai pu apporter pour déconstruire la binarité, s'est manifestée sous forme de vêtements dits « hybrides ».

→ Si nous ne pouvons pas projeter l'idée d'un continuum des genres, nous pouvons en revanche développer l'idée de continuum morphologique.

La collection a été réalisée en utilisant des patrons basiques du vestiaire masculin comme ceux du vestiaire féminin ; ceux-ci ont été superposés, puis reconstruits. Le projet révèle une technique de construction du vêtement, permettant de suivre le concept du continuum morphologique.

Cette collection ouvre de réelles opportunités de faire évoluer les standards de la mode et du vêtement. Toutes les personnes que j'ai rencontrées ou interviewées durant ce mémoire m'ont ouvert les yeux sur les difficultés de se sentir « à la bonne place » dans une société qui laisse uniquement le choix à deux représentations de l'être humain : féminin ou masculin.

Je souhaite m'investir pleinement dans ce projet et continuer mes recherches sur la manière d'intégrer ce système de patronage dans une approche plus adaptée à une commercialisation.



« Que serait le vêtement sans le genre et le genre sans le vêtement ? »



Marcher dans la ville

La mobilité est au cœur des réflexions et politiques urbaines. Après une période favorisant les circulations rapides, les urbanistes travaillent à valoriser d'autres types de circulation. Ainsi, Sylvain Petit, directeur de la recherche à Egis France Villes & Transports affirme « L'infrastructure douce est un levier de dynamisation de l'espace urbain, où la déambulation piétonne en ville retrouve du sens et un agrément. ». Il est primordial de ne plus vivre ces moments de déplacement comme du temps perdu mais comme un temps de vie à part entière.

Pour créer un espace propre à l'homme et à ses déplacements, il faut se baser sur son corps, la taille de ses membres, et l'espace utile occupé par celui-ci dans différentes positions. Il faut partir des dimensions minimales des espaces où il circule quotidiennement; les rues, les couloirs, les escaliers... L'intérêt de ce projet est donc de repenser les espaces de circulation existants où piétons et voitures co-circulent en privilégiant une circulation piétonne adaptée. Le pont semble être un bon territoire d'exploration. Les villes, construites dès l'origine à proximité des fleuves, se sont rapidement posé la question de relier les rives. Le pont est vite devenu l'un des défis majeurs de la croissance urbaine, il a été un facteur important de contact, d'échange et de communication entre les peuples. Le promontoire architectural qu'il constitue offre un espace de contemplation et accentue sa proximité avec un élément majeur de la nature, le fleuve. Il s'agit d'explorer les différentes possibilités de séparation des flux, de générer des espaces de circulation adaptés aux piétons, et de mettre en valeur la vue depuis ce balcon urbain.

→ « L'appareil sensoriel et le cerveau de l'être humain sont adaptés à la marche. (...) Plus la vitesse dépasse celle de la marche ou de la course, plus la possibilité de voir et d'interpréter adéquatement les éléments de l'environnement diminue ».

JAN GELH, POUR DES VILLES À ÉCHELLE HUMAINE

Le Projet « La Traversée Lyonnaise » prend place sur le pont Morand à Lyon. Idéalement situé pour valoriser la circulation piétonne au cœur de la ville, il est pourtant essentiellement voué à la circulation automobile. Il n'est pas nécessaire d'encombrer davantage villes et fleuves pour créer de nouvelles circulations. Ce projet utilise ainsi la structure existante pour créer un aménagement plus adapté aux besoins et exigences actuels des citoyens, dans le cadre du Grand Lyon. Il fera l'objet d'un partenariat avec le projet « Ma ville à pieds » qui encourage les déplacements doux, comme « les tubes mode doux » sur les berges du Rhône et de la Saône.





MDADG

« Une ligne est un point
qui fait une promenade. »

▼
PAUL KLEE



Mastère Direction artistique en Design graphique - UX/UI

Le Mastère Stratégie de communication par l'image forme des étudiants à penser une stratégie de communication complexe et à en assurer la Direction Artistique sur des supports digitaux et/ou imprimés.



Un designer graphique en stratégie de communication par l'image, grâce à sa connaissance approfondie des enjeux théoriques de la communication, pense l'image d'une marque ou d'une institution (branding), coordonne sa communication plurimédia. Il détermine les positionnements, choisit les supports les plus adaptés à ses objectifs et en maîtrise la diffusion auprès de sa cible.

Qu'il soit directeur de création, directeur artistique ou concepteur-rédacteur, il participe du processus de communication envisagé dans sa globalité, partant de l'analyse des enjeux culturels et sociaux à la réalisation des messages sous toutes ses formes, rédactionnelles, imprimées ou digitales.

Membre d'une équipe regroupant des designers graphiques, des photographes, vidéastes et illustrateurs, il sait gérer des projets complexes et leurs multiples intervenants.

Rompu aux applications traditionnelles comme numériques, son territoire de compétences est vaste et varié (du webdesign au packaging, de la réalisation de film au projet éditorial, de la création d'identité à la campagne de communication complète).

Il est à l'affût de toutes les nouvelles formes de communication, du développement des interfaces numériques et de l'évolution des réseaux sociaux. Il en connaît parfaitement l'écosystème, il est capable d'identifier les nouveaux territoires d'expression. Il possède une forte capacité à comprendre les codes des uns et des autres.

La stratégie de communication comme formidable expérience de l'altérité.



ÉPOPÉE SONORE & GRAPHIQUE

Le retour d'Ulysse dans sa patrie, opéra baroque de Claudio Monteverdi.

Depuis quelques années déjà, la politique culturelle des grandes institutions en charge de valoriser les œuvres du patrimoine lyrique et chorégraphique s'orientent vers la sensibilisation d'un jeune public à la culture lyrique, que ce soit par une politique tarifaire, des créations originales, la mobilisation de jeunes artistes ou bien encore par de nouvelles expressions créatives.

Le Théâtre des Champs-Élysée partage ces préoccupations et souhaite mettre en place un projet transmedia collaboratif, à l'occasion de la représentation d'un opéra : « Le Retour d'Ulysse dans sa patrie », opéra baroque de Claudio Monteverdi qui s'inscrit dans la longue liste des réinterprétations de L'Iliade et L'Odyssee.

Ce projet a pour ambition de proposer, par l'usage des nouveaux médias, une extension narrative et communicationnelle en vue de sensibiliser un public jeune et curieux à cet opéra, permettre la découverte de l'œuvre d'Homère et de l'univers sonore du compositeur.

Les propositions impliquent notamment un important travail éditorial avec la réalisation d'un livret d'opéra hybride imprimé/numérique, enrichi par la réalité augmentée, des affiches animées pour faire dialoguer texte et images, une scénographie des dispositifs qui puissent être réalisés par les ateliers de construction de décor, et implantés au sein du Théâtre des Champs-Élysée, pour être accessible au public tout le temps des représentations, du 28 février au 13 mars 2017.

RÉPONSE N°1
LE SIGNE QUI RACONTE

RÉPONSE N°2
PRIMA PAROLE

RÉPONSE N°3
PERSONNAGES HOMÉRIQUES

PROJET COOPÉRATIF

ÉPOPÉE SONORE & GRAPHIQUE

RÉPONSE N°1

LE SIGNE QUI RACONTE

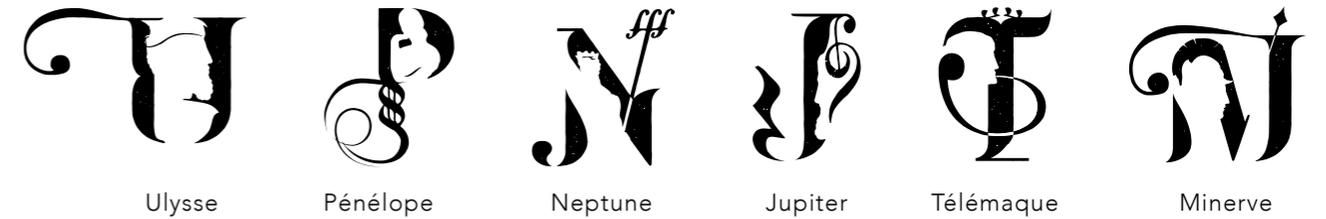
U

Nous proposons une immersion sensible par le roman graphique, dans l'œuvre d'Homère. L'opéra de Monteverdi étant une véritable association entre les personnages, la littérature et la musique, nous avons fait le choix de présenter chaque protagoniste sous forme d'un signe à mi-chemin entre la lettrine, l'illustration et le glyphe musical. Ces lettrines d'inspiration baroque convoquent la symbolique de chaque personnage ainsi que son thème musical. Les lettres fusionnées permettent d'exprimer la complémentarité ou dualité entre deux personnages, d'illustrer un lieu, une ambiance, une action précise. Une mise en exergue de la musicalité de l'œuvre et de certains passages par l'utilisation du langage musical des partitions permet d'étendre la narration visuelle. La réalité augmentée apporte des informations introductives, donne vie aux personnages clés par des animations.

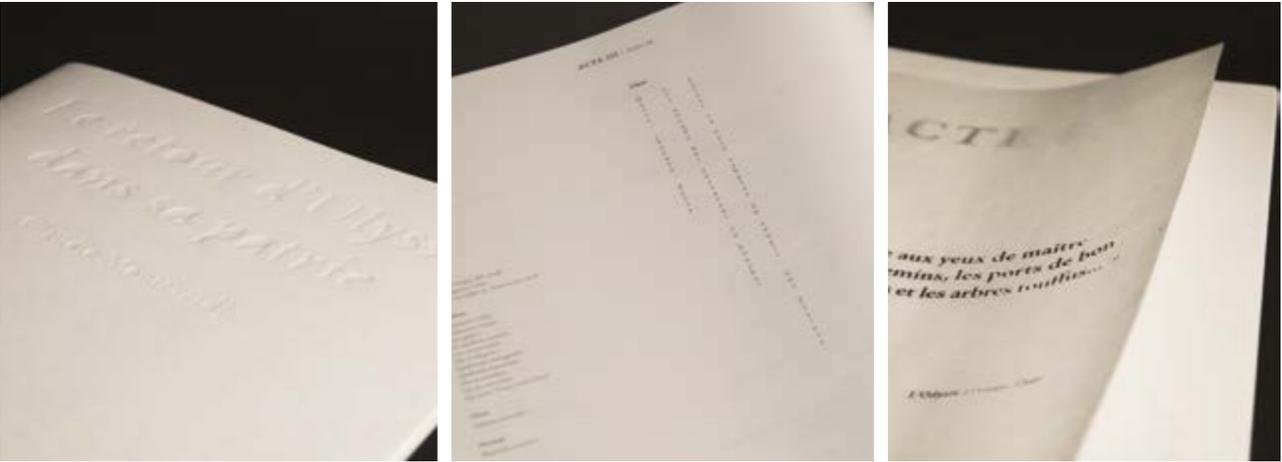
VICTOIRE BUREAU – SEYNABOU DIOKHANE
MARTIN JEANJEAN – ALIX LIGIER DE LAPRADE – ARNOLD LE BRIS

1 / 3

MDADG

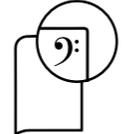


PROJET COOPÉRATIF	
ÉPOPÉE SONORE & GRAPHIQUE	
RÉPONSE N°2	PRIMA PAROLE
 <p>Nous avons voulu travailler sur l'éternelle question propre à l'Opéra « Prima le parole, dopo la musica o Prima la musica, dopo la parole » (D'abord les mots, ensuite la musique, ou d'abord la musique, ensuite les mots). Nous avons conçu, pour « Le retour d'Ulysse dans sa patrie » de Claudio Monteverdi, un livret d'opéra expérientiel qui emmène le lecteur, via le texte, dans une immersion lyrique et poétique. Hybride, pensé comme une complémentarité entre la musique et mots, ce livret - partition rend compte par des compositions typographiques libres, des émotions et des tumultes que traversent les personnages. Alternant des mises en pages classiques et des mises en page interprétées, enrichi par des accompagnements sonores et digitaux (grâce à la tablette), le livret - partition permet au lecteur-auditeur de suivre avec passion les protagonistes de cette réinterprétation du mythe d'Homère.</p>	
<p>DIRECTION ARTISTIQUE : YOHAN BONNET – TIFFANY CORREIA – PAULINE HERBET – GABRIEL LIMA BARBOSA – LAURA TEIXEIRA PHOTOGRAPHE : JEANNE ACCORSINI – SCÉNOGRAPHE : ALEXIS MONTCHAMP DESIGNER PRODUIT : JANES ZABUKOVEC.</p>	
2/3	MDADG

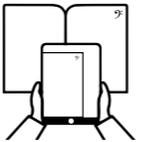




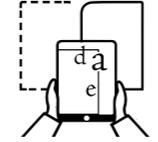
1
Mettez le casque qui est à votre disposition



2
... Et lorsque vous avez localisé la clé de Fa

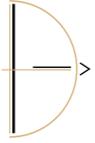


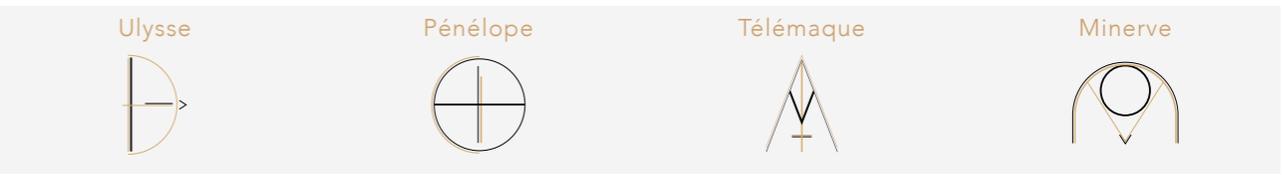
3
... Placez la tablette au dessus de la page



4
Regardez, écoutez, et vivez l'expérience.




PROJET COOPÉRATIF	
ÉPOPÉE SONORE & GRAPHIQUE	
RÉPONSE N°3	PERSONNAGES HOMÉRIQUES
<div style="text-align: center;">  </div> <p>Nous mettons en avant les émotions véhiculées par cet opéra poétique, sensuel et passionnel. Une des grandes richesses de cet opéra est la complexité des personnages imaginés par Homère. Aux multiples facettes, ces personnages intemporels forment une constellation, à la fois liés entre eux et gravitant dans l'univers homérique. Pour les représenter, nous sommes partis de leurs caractéristiques physiques et métaphoriques. Outre la mise en place d'une ambivalence chromatique (le bleu nuit et l'ocre), et la création de symboles, nous avons conçu une série de portraits. Positionnés en diptyques afin de rendre la tension dramatique, ils plongent les lecteurs dans l'univers de l'opéra via une esthétique contemporaine. Nous les accompagnons dans une lecture en deux temps, didactique d'abord, puis immersive grâce à la réalité augmentée. Nous souhaitons faire vivre l'Opéra, notre manière de le rendre immortel.</p>	
<p>DIRECTION ARTISTIQUE: SARAH THÉOPHILE – MAËLLE LABBÉE AGATHE DUVAL – VASILISA GANAKOVA – CALYPSO BARRIÈRE MODÈLES: TRISTAN CHATALIC – ANDREA LAURE FINOT ÉPONINE AERYS SATGÉ – LÉO LEBESGUE MAQUILLAGE: HELENA HENRION – SCÉNOGRAPHIE – FAUSTINE HERRERO</p>	
3 / 3	MDADG





LE VOYAGE

« *Îles, bateaux immobiles.*

*Une nouvelle proposition commerciale
pour l'agence Voyageurs du Monde. »*

"L'île est un espace théâtral: tout ce qui s'y passe se concentre presque inévitablement en histoires, en comédies au pays de nulle part, en sujets littéraires. Ces récits ont ceci en commun que vérité et poésie sont inséparables, car la réalité y est mise en fiction, et la fiction, réalisée. [...] L'île semble à la fois un lieu réel et sa propre métaphore."

Désertes ou peuplées d'étranges créatures, paradis perdus ou contrées dantesques, les îles ont ceci de magique qu'elles inspirent la crainte autant que la fascination.

L'agence Voyageurs du Monde se propose de développer en direction d'une clientèle exigeante une nouvelle offre-découverte des Îles abandonnées.

À travers des territoires éparpillés sur le globe, à la frontière du monde tangible et de l'imagination pour un public en quête de découvertes intérieures, de défis personnels, de mise à l'épreuve ou de sensation hors du commun, l'agence imagine des voyages qui tiennent de l'exploration, du périple, de la pérégrination.

L'agence de voyage Voyageurs du monde souhaite ajouter à son panel de propositions sur-mesure une catégorie "tourisme d'aventure", qui propose en lancement de gamme une découverte exploratoire dans les îles abandonnées: le voyage initiatique (exploration solitaire), la découverte en duo (le couple à l'épreuve de l'aventure), le périple en groupe (l'union fait la force).

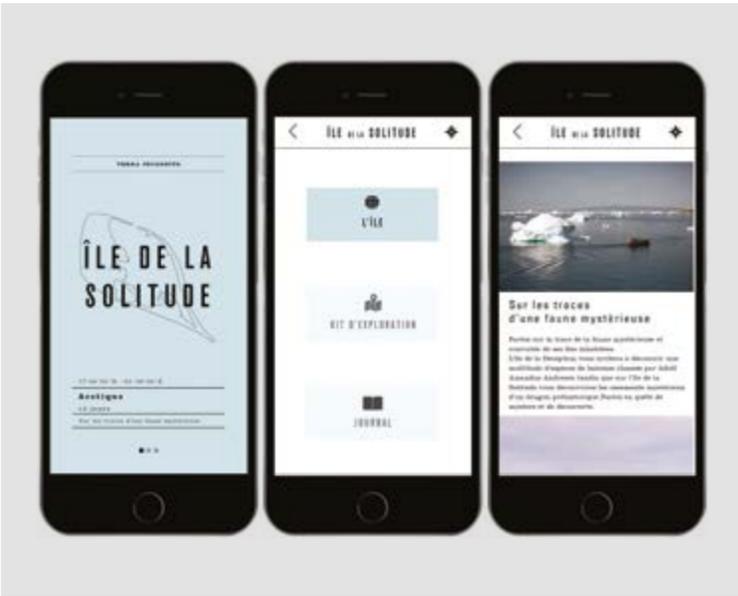
L'agence propose de communiquer cette nouvelle gamme de voyage en élaborant une campagne publicitaire, une rubrique spécifique dans l'outil en ligne et un guide enrichi qui permettent la transmission de l'information et la réservation de ces voyages, une scénographie lieu de vente pour une mise en évidence efficace de votre offre.

RÉPONSE N°1
TERRA INCOGNITA

RÉPONSE N°2
L'AVENTURE COMMENCE

RÉPONSE N°3
LES PARADIS PERDUS

PROJET COOPÉRATIF	
<h1>ÎLES, BATEAUX IMMOBILES</h1>	
RÉPONSE N°1	TERRA INCOGNITA
<p>TERRA INCOGNITA</p> <p>Terra Incognita signifie en latin terre inconnue. Terra Incognita représente la nouvelle gamme de tourisme d'aventure de Voyageurs du Monde. Elle proposera aux voyageurs de devenir des explorateurs le temps d'un voyage à la découverte de terres inconnues. Leur destination sera les îles polaires inhabitées et peu cartographiées aux paysages oniriques. Voyageurs du Monde fait la promesse d'une expérience narrative. Complètement absorbé dans des visuels immersifs, le voyageur est appelé à vivre une expérience d'exploration, au cœur de paysages étranges, d'une beauté à couper le souffle. L'expérience numérique permet l'immersion à 360°.</p>	
<p>TIFFANY CORREIA – VASILISA GANAKOVA AURIANE GROMADA – MAX TROUPEAU PHOTOGRAPHE : ELNAR MANSUROV (INSTAGRAM MISHKA.TRAVEL) SCÉNOGRAPHES : JULIE MASSEBEUF ET ELEA SMUK</p>	
1 / 3	MDADG





Rêv(el)er
le bout du monde

Terra Incognita, la nouvelle offre de tourisme d'aventure.

Voyageurs
DU MONDE

voyageursdumonde.fr/terraincognita



Rêv(el)er
le bout du monde

Terra Incognita, la nouvelle offre de tourisme d'aventure.

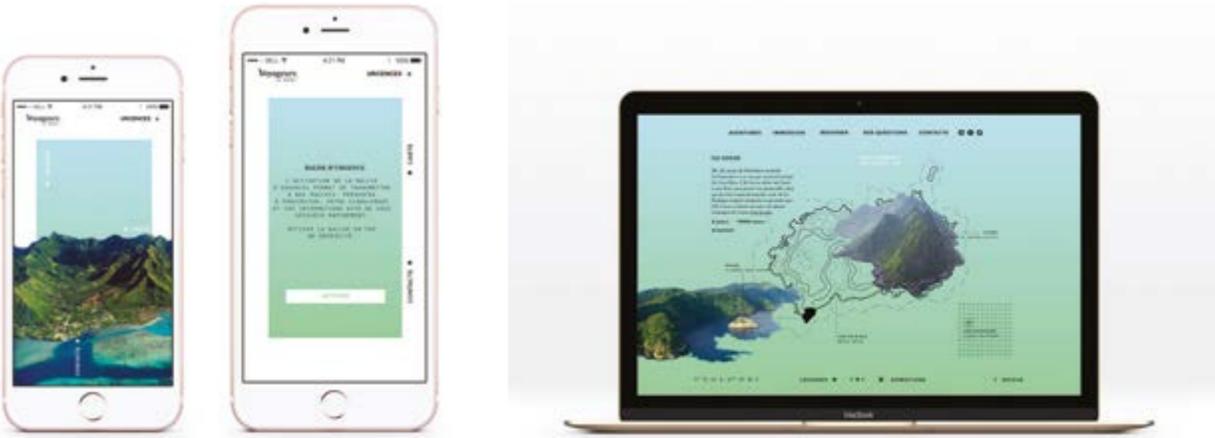
Voyageurs
DU MONDE

voyageursdumonde.fr/terraincognita

PROJET COOPÉRATIF	
<h1>ÎLES, BATEAUX IMMOBILES</h1>	
RÉPONSE N°2	L'AVENTURE COMMENCE
<p>Le voyage permet de se déconnecter, de se découvrir et se redécouvrir. Voyager c'est réaliser ces rêves et c'est ce que propose à ses clients l'agence de voyages haut de gamme Voyageur du monde. À travers « L'aventure commence » Voyageurs du monde propose à sa cible de se projeter dans un autre monde. Leur but étant de créer un réel passage permettant au client d'être immédiatement transporté dans un autre univers, celui des îles sauvages et abandonnées. Cette évasion extraordinaire au coin de la rue est l'occasion de faire le vide autour de soi et de se libérer complètement d'un quotidien souvent synonyme de stress pour s'imprégner d'un paysage et d'une atmosphère inconnus. Avec l'ambition de toucher le plus grand nombre Voyageur du monde a également décidé de développer un catalogue pour promouvoir leurs voyages sur 3 îles vides de toute population, un site web interactif, une scénographie sur le lieu de vente et un kit de départ auquel le client aura accès lors de son départ.</p>	
YOHAN BONNET – AGATHE DUVAL – MAËLLE LABBÉ ARNAUD ROUTABOUL – LAURA TEIXEIRA	
2 / 3	MDADG



PROJET COOPÉRATIF	
<h1>ÎLES, BATEAUX IMMOBILES</h1>	
RÉPONSE N°3	LES PARADIS PERDUS
<p>L'agence Voyageurs du Monde organise un voyage sur mesure vers des îles abandonnées excentrées au quatre coins du globe.</p> <p>Nous avons conçu la campagne de communication pour cette nouvelle offre « Les paradis perdus » L'agence propose trois formules de voyage: le voyage initiatique en solitaire, en duo, et en groupe. Chaque offre contient 3 îles uniques avec des climats variés et des situations géographiques lointaines qu'on pourrait penser inatteignables. Accédez à l'inaccessible, voilà la promesse ! Voyageur du monde rend possible cette aventure vers ces îles abandonnées et chimériques que l'on peut visualiser uniquement à travers notre imagination. Les visuels de personnages devant l'horizon renvoient à l'inconnu, aux grandes découvertes, à la projection de chacun. Le projet s'articule autour d'une campagne d'affichage au format 4x3, de trois guides de voyage personnalisés et d'une brochure explicative.</p>	
SEYNABOU DIOKHANE – KÉVIN DRYGALA – PAULINE HERBET ALIX LIGIER DE LAPRADE – GABRIEL LIMA BARBOSA	
3 / 3	MDADG





TOUR MÉDICIS

Un projet culturel inédit pour le Grand Paris.

Rachetée par l'État fin 2011, la tour Utrillo, située à la frontière de Clichy-sous-Bois et Montfermeil, sera démolie à l'horizon 2017 afin de permettre la construction d'un équipement culturel majeur du Grand Paris en s'inspirant de la Villa Médicis de Rome.

Depuis les émeutes de 2005, Clichy sous-bois n'a pas bonne image dans le paysage urbain francilien, les journalistes parlent de "ghetto", on y constate un manque cruel d'activités économiques et socio-culturelles, les habitants quittent de plus en plus cette ville enclavée.

Pourtant Clichy sous-bois reste une ville monde, avec une grande variété de cultures et une population jeune. Les pouvoirs publics souhaitent donc créer de nouveaux bassins économiques sources d'emplois et de cohésion sociale pour revaloriser l'image de la ville, le projet de la Tour Médicis va dans ce sens.

Cet équipement culturel du Grand Paris constituera un lieu d'étude et de résidence pour des artistes de toutes les disciplines, favorisera les échanges avec son environnement et accueillera du public pour des spectacles ou des expositions, intégrera une véritable école de formation, destinée en priorité aux jeunes des environs, qui proposera non seulement un cursus préparatoire aux métiers de l'art et de la culture mais aussi un modèle d'école de la deuxième chance.

Couplée à la station de métro du Grand Paris Express, aménagée à proximité, cette tour Médicis sera le symbole de l'ouverture du quartier sur le monde et participera à l'attractivité de Clichy-sous-Bois ainsi qu'à son intégration dans la métropole parisienne. Chaque agence a pour mission de concevoir l'identité visuelle de la future Tour Médicis, d'assurer sa visibilité et sa promotion. Son positionnement stratégique et communicationnel devra refléter l'ensemble des valeurs, missions et objectifs de ce projet culturel inédit.

RÉPONSE N°1

ARCADE

RÉPONSE N°2

LE HALL

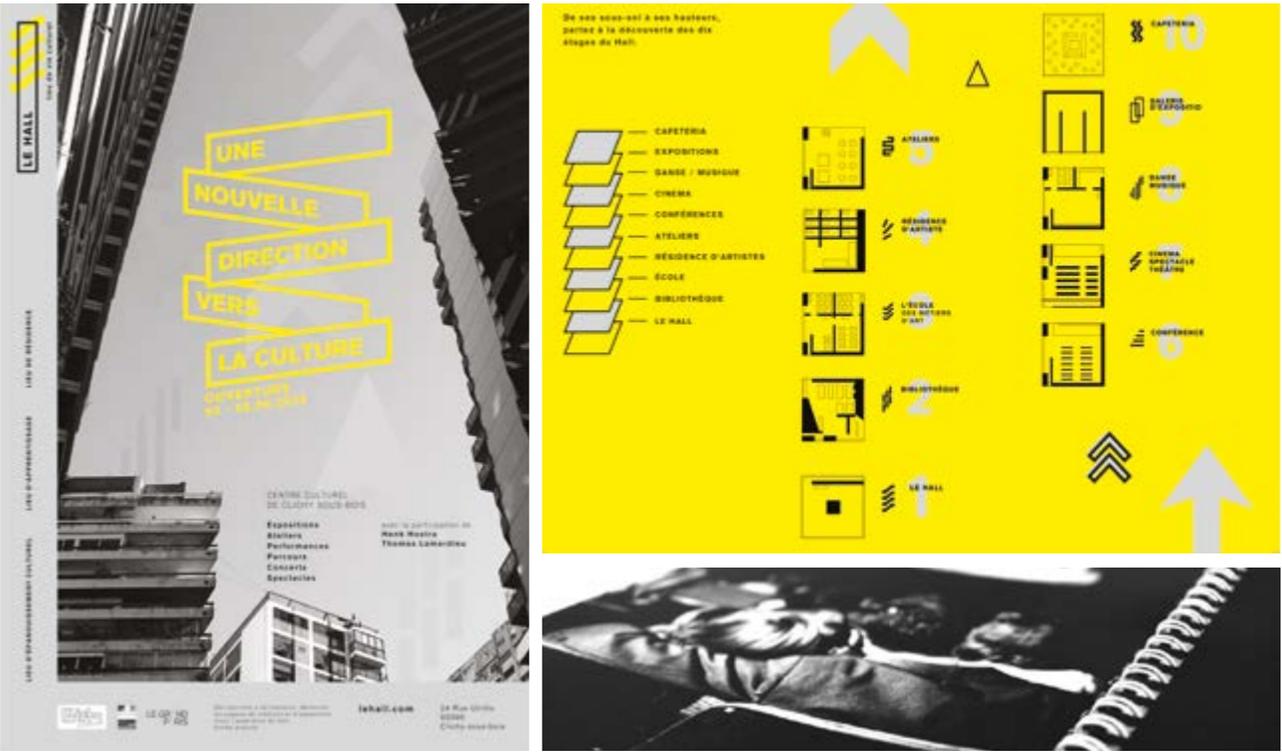
RÉPONSE N°3

9CUBE

PROJET COOPÉRATIF	
<h1>TOUR MÉDICIS</h1>	
RÉPONSE N°1	ARCADE
 <p>Clichy-Sous-Bois est un lieu isolé avec une mauvaise image à cause des émeutes de 2005. Notre objectif était d'ouvrir cette ville au monde en investissant la Tour Médicis, un bâtiment jusque ici désaffecté. Nous avons donc créé « Arcade », un nouveau centre culturel. C'est un lieu qui s'ouvre aux arts numériques et à l'éducation. C'est un lieu d'expositions, de concerts, d'ateliers et de rencontres d'artistes. « Ce ne sont pas les murs qui font la cité mais les hommes. » Cette phrase de Platon innerve notre projet. Arcade désenclavera de la ville avec les clés de la culture. L'identité exprime la médiation et l'univers des pionniers. La couleur sable et les modules rappellent les anciennes cités perdues, souvent parsemées de voûtes et autres arcades.</p> <p>Pour développer l'identité, nous avons développé un programme Processing afin de générer des images recomposées avec les modules du logotype.</p>	
PAUL BRESSET – AUDREY COFFIGNOT – CORALIE FRAT ANTOINE PELTIER – JUSTINE VEILLON	
1 / 3	MDADG



PROJET COOPÉRATIF	
TOUR MÉDICIS	
RÉPONSE N°2	LE HALL
<p>LE HALL lieu de vie culturel</p> <p>Clichy sous bois, une zone urbaine sensible, une mauvaise réputation, une ville enclavée, isolée. Le Hall, un lieu de vie, un lieu de rassemblement autour de la culture.</p> <p>Son rôle : fédérer, guider vers la culture, proposer un autre regard sur la ville. Le logotype évoque la typologie architecturale du lieu, le sens de lecture, guide le regard vers le haut, vers l'élévation. Le jaune évoque le coup de projecteur, une vraie dynamique. Pour une identité vivante, un signe graphique est adapté à chaque espace, des flèches directionnelles sont au cœur du dispositif identitaire. Une écriture photographique, résolument contemporaine, aspirant le regard vers le haut accompagne ce dispositif. Un autre regard une autre vision, grâce à la culture. Une ambiance visuelle évoque un lieu constamment en chantier, un lieu constamment re-questionné, un lieu de vie en perpétuelle mutation. Le Hall, un signal, un appel au rassemblement dans une ville enclavée.</p>	
LYSA CORPORANDY – FLAVIE GARCIAU CÉLINE IBANEZ – CAMILLE ROZIERES	
2/3	MDADG



PROJET COOPÉRATIF	
<h1>TOUR MÉDICIS</h1>	
RÉPONSE N°3	9CUBE
	
<p>Pourquoi intituler ce lieu 9cube? Le 9 est le symbole de l'idéal, du savoir, du spirituel, imaginaire et créatif, 9 arts sont présents sur le lieu. Le cube pour les 3 pôles du lieu.</p> <p>9cube, pour manifester l'appartenance au département de la Seine-Saint-Denis (93).</p> <p>9Cube est avant tout un lieu d'échange et d'expression ouvert, pour tous. Son logotype représente l'une des vues du bâtiment, dont le contour est affirmé mais la forme restée vide pour souligner l'idée de toile blanche. La vie et la végétation s'invitent au 9cube. La signalétique est construite à partir d'une grille axonométrique rappelant la perspective du bâtiment. Afin que chacun s'approprie ce lieu, qu'il se sente chez lui, une expérience de réalité augmentée est accessible via une appli, permettant d'accéder à toutes les potentialités du lieu. Chacun devient acteur de sa recherche culturelle.</p>	
MARIE BALSAN – VINCENT CURET – LAURIANE GROBON CYNDIE ROUSSEL – ARNAUD ZAWALSKI	
3 / 3	MDADG





MfDADG

Projets de fin d'études



25 ans de musique techno

Pour les 25 ans de la musique Techno, j'ai procédé à une rétrospective du mouvement, ses origines, ses acteurs, son rapport à la technologie, mais également l'univers associé et ses « rituels ».

“ D'une inquiétante étrangeté, le dispositif rituel de la fête techno procède d'une expérience du sacré : la culture du secret, la temporalité propre, la transe et l'ecstasy. ” On a assisté avec la Techno à l'expression d'une utopie basée principalement sur le son et sur les pratiques sociales engendrées autour de ce son. Comme le souligne Guillaume Bara dans *La Techno* : « cette musique prélève des éléments du contexte urbain et postindustriel dont elle est issue pour les détourner à des fins utopiques ». Les raves party sont un moyen moderne et spectaculaire de s'arracher temporairement à la routine. Elles permettent aux participants de libérer l'énergie et les désirs qu'ils doivent canaliser pour s'adapter à la société. Pour Mathieu Guillien auteur de *La Techno Minimale*, la Techno est une forme d'utopie, basée sur une idée de métissage des populations, d'accès unitaire à la technologie, de fusion des individus et des corps. Pour réellement comprendre cette musique il faut s'immerger dans ce mode de vie et de pensée si particulier et propre à chacun. Il est nécessaire de faire vivre une expérience aux curieux dans un lieu au caractère divin afin de leur faire comprendre un état d'esprit précis. Pour mieux comprendre cette musique il faut se livrer au rituel sonore qu'elle propose. Le projet est donc de créer un lieu de rencontre pour tous les Technoïtes, célébrer la musique Techno dans un espace précis. Réveiller les sens du public grâce à une nouvelle forme d'écoute. Découvrir et porter un intérêt à d'autres formes de performances que la musique en elle-même.

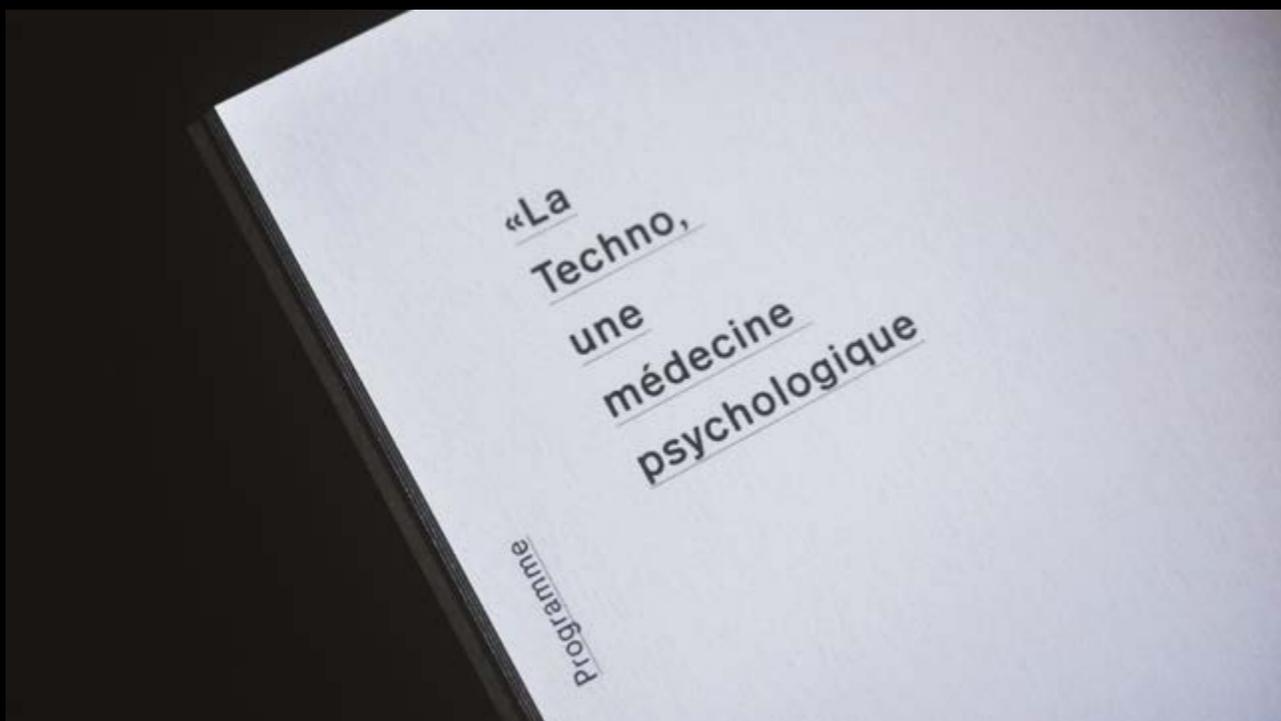
C'est ainsi qu'est conçu l'événement : « Odyssée-Sonore, Voyage au son Techno ». L'Odyssée Sonore est construite autour du battement par minute de la Techno. Compris entre 125 et 145 battements par minute (bpm), cet événement propose un parcours dans 5 friches industrielles d'Île-de-France, avec 5 artistes ambassadeurs (Jeff Mills, Laurent Garnier, Nina Kraviz, Anja Schneider et Sven Väth) et se déroule pendant 5 semaines.

Dans ces cinq lieux réaménagés le temps de l'événement, les spectateurs peuvent explorer cette musique grâce à des œuvres et des artistes ayant traité du thème. Il leur est proposé une exposition rétrospective, immersive et surtout interactive à la découverte de la musique Techno.

Le récit d'Homère qui relate le voyage d'Ulysse, rentré chez lui après 20 ans d'un trajet semé d'embûches et d'aventures est une histoire inoubliable. De même, la musique Techno construit depuis 25 ans aujourd'hui son chemin et est arrivée à un point culminant de son apogée musicale.

→ « La musique techno prélève des éléments du contexte urbain et postindustriel dont elle est issue pour les détourner à des fins utopiques

GUILLAUME BARA, LA TECHNO



bpm 125 Montreuil bpm 130 Nanterre bpm 135 Aubervilliers bpm 140 Saint-Denis bpm 145 Paris

ODYSSÉE SONORE

Voyage au son Techno
18 sept. – 23 oct. 2017

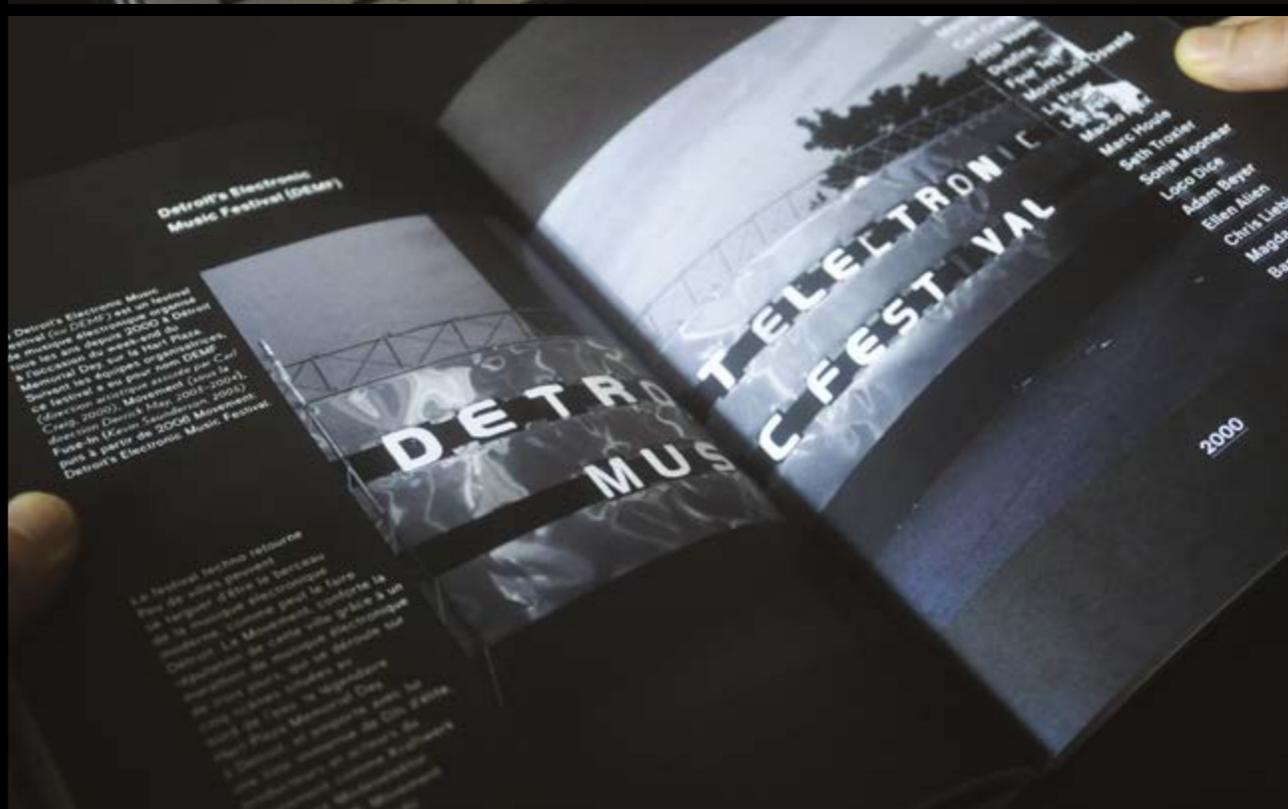
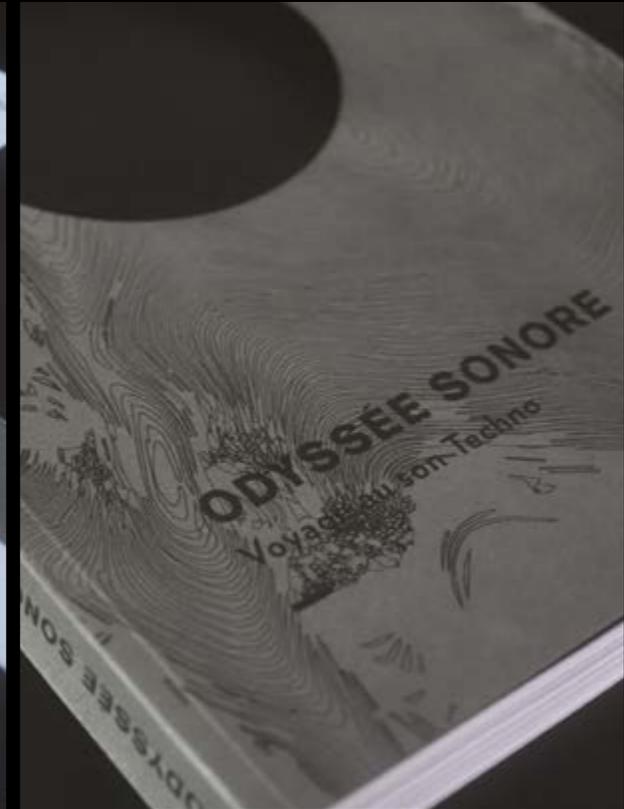
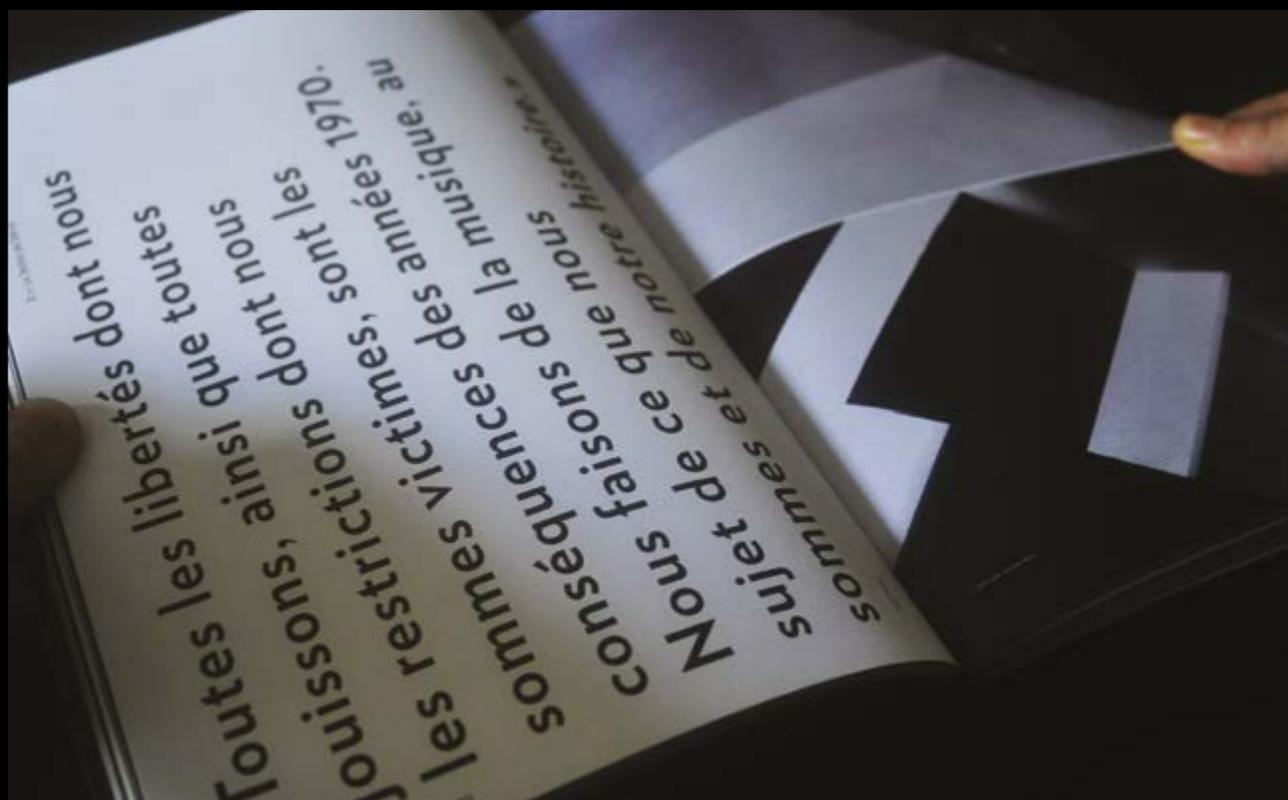
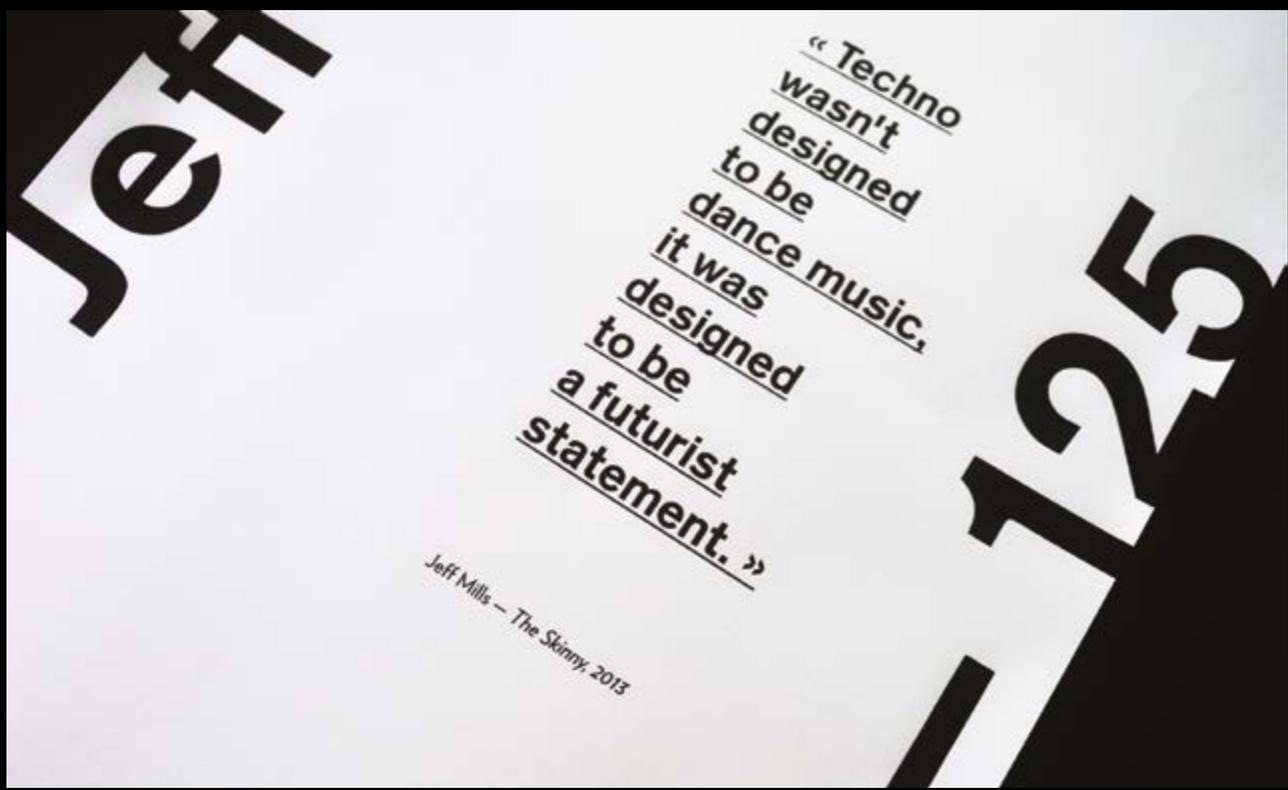
5 lieux
Usine de métallurgie
Les papeteries de la Seine
La gare des mines
Les cathédrales du rail
La halle Dubois

5 ambassadeurs
Jeff Mills
Laurent Garnier
Anja Schneider
Nina Kraviz
Zven Váth

5 soirées
Axis Records
F Communication
Mobilee Records
Trip
Cocoon Recordings

www.odyssee-sonore.com

LE GRAND PARIS         



J Homosexualité,

DE LA RÉVÉLATION À L'ACCEPTATION

J'ai décidé de réaliser mon projet sur l'homosexualité et plus particulièrement sur la période de la révélation de son homosexualité, jusqu'à son acceptation. Cette période de doute et de remise en question est dans la plupart des cas, complexe à vivre. Travailler sur cette situation de communication me semblait utile

→ La communication prend une place terriblement importante lorsque l'on souhaite révéler son orientation sexuelle à ses proches. Le dialogue peut être dur à établir et la situation peut être vécue comme une libération ou au contraire, comme une exclusion.

Comment peut-on aider les personnes concernées? Quelles sont les solutions qui existent déjà ?

Comment est vécue l'homosexualité aujourd'hui ? J'ai voulu me concentrer sur la visibilité de l'homosexualité en province. Suite à mon travail d'analyse, j'ai décidé de créer une collection de guides s'adressant à différents publics concernés par cette question. Les personnes homosexuelles elles-mêmes, ainsi que leur entourage, famille et amis.

Le but de ce projet est d'apporter de l'aide, du soutien et des réponses dans les moments difficiles que peuvent être ceux du coming out. Les guides transmettent des conseils, des informations et permettent de suivre la progression de ses lecteurs. Un plan de communication est envisagé pour le lancement de cette collection: une série d'affiches déployée dans les villes de 40 000 à 180 000 habitants (considérées comme petites à moyennes villes). Des cartes et des dépliants seront également disponibles pour communiquer sur le guide. Pour plus de renseignements, un site internet est mis en place: il présente la collection dans sa globalité, permet de commander un guide sous sa forme imprimée (exemplaire papier) ou de le télécharger en version tablette. Enfin, il permet également de s'inscrire à la newsletter. Cette dernière sera adaptée à chaque région pour proposer à ses abonnés des événements au plus proche de chez eux, et donc accessibles. "



«L'égoïsme n'est pas
de vivre comme on le souhaite,
c'est d'exiger des autres
qu'ils vivent
comme on le souhaite»

OSCAR WILDE, L'ÂME HUMAINE

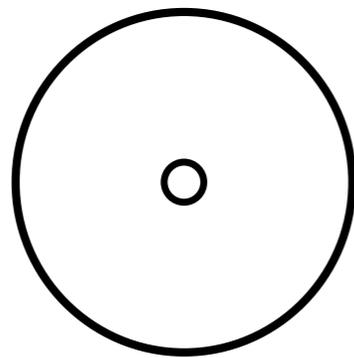


HOMO-SEXUALITÉ
OSER S'AFFIRMER

UNE COLLECTION DE GUIDES POUR VOUS ET POUR VOS PROCHES

COME OUT DISPONIBLE LE 1^{ER} JANVIER 2016 / WWW.COME-OUT.FR

Communiquer les odeurs



fusio.

→ Comment communiquer l'intangible, l'impalpable?

Comme tous nos sens l'odorat est basé sur la subjectivité, et comme l'ouïe ou le goût il n'est pas perceptible visuellement. Cette particularité implique le plus souvent une sollicitation simultanée des autres sens, pour renforcer sa préhension. On associe aussi très souvent les odeurs à la mémoire, ce qui renforce d'autant plus cette subjectivité. En effet, pour schématiser le processus, lorsque l'on sent quelque chose, les molécules arrivent directement dans la case « mémoire » du cerveau, avant celle de la « reconnaissance », ce qui lui attribue donc déjà un passé et des émotions ressenties. Le fait que l'odorat et les odeurs restent si subjectifs et peu classifiable, m'a donné envie d'essayer de leur créer un Code et de leur associer un visuel. Ce visuel pourrait permettre de les communiquer non pas par le biais de souvenirs passés, mais par une représentation directe, renforçant leurs caractéristiques et les rendant un peu moins subjectives.

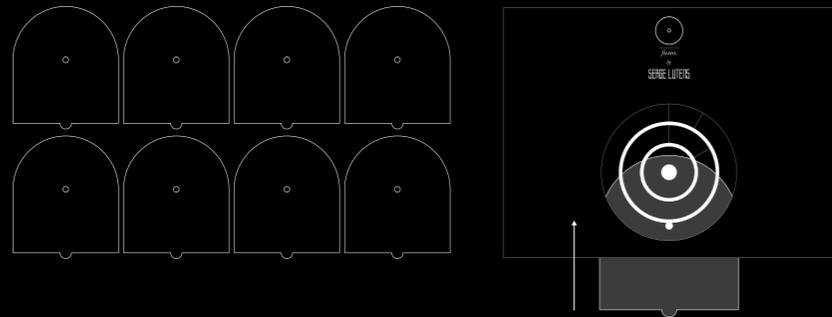
J'ai positionné le projet dans l'univers de la parfumerie sur mesure. Elle propose des créations de parfums uniques et personnalisés. Lors des rendez-vous entre le parfumeur et le client le dialogue est complexe car il est difficile de parler d'odeurs.

C'est à ce moment-là qu'intervient Fusio, outil communicationnel mettant en application un code visuel représentant graphiquement des notes olfactives. Cet outil permet d'installer un nouveau type d'échanges entre parfumeur créateur et client. Le concept de Fusio est construit autour de la struc-

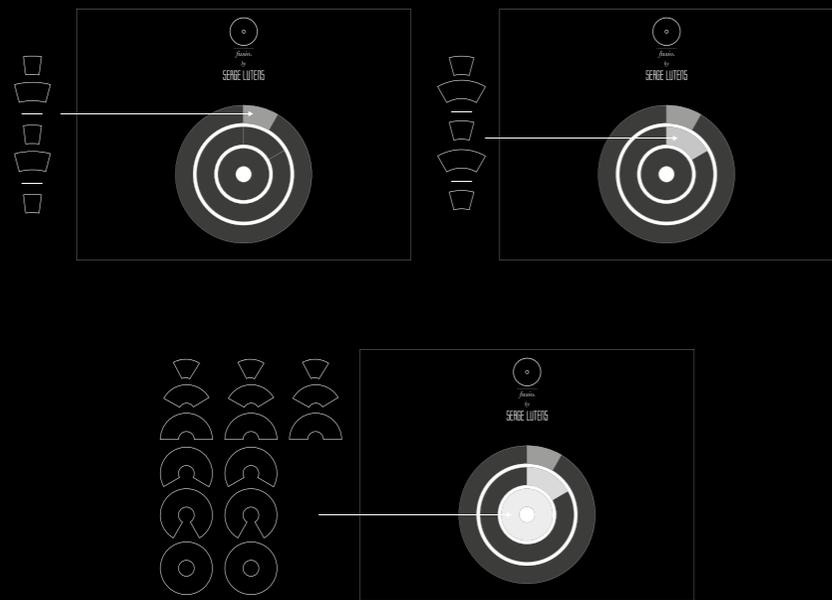
ture de la pyramide olfactive : la décomposition par types de notes (tête, cœur, fond) d'un parfum dans le temps. Ces notes olfactives sont ici retranscrites par différents systèmes visuels, choisis et élaborés en fonction de leur sens et d'une vision collective (résultats collectés par le biais d'un questionnaire. Par exemple : si je vous dis « odeurs d'agrumes » à quelle couleur pensez-vous ? Le design devient vecteur de communication entre émetteur et récepteur. Fusio est un outil de création certes, mais il est aussi un support communicationnel proposant une alternative au discours. L'opportunité pour le client utilisateur de participer à la construction de son parfum grâce à un assemblage de formes tangibles est une expérience nouvelle. Une fois le plateau rempli par le client, le parfumeur note les résultats obtenus et peut commencer sa création. Il est important de garder à l'esprit que Fusio ne lui impose pas une recette stricte mais lui donne une trame directive qu'il nourrira par la suite. En effet la pièce « note d'agrumes » peut correspondre à une odeur de citron, comme à une odeur de bergamote. Cette expérience suscite chez le client un engouement décuplé pour le résultat, car il est aussi devenu acteur physique de la création.

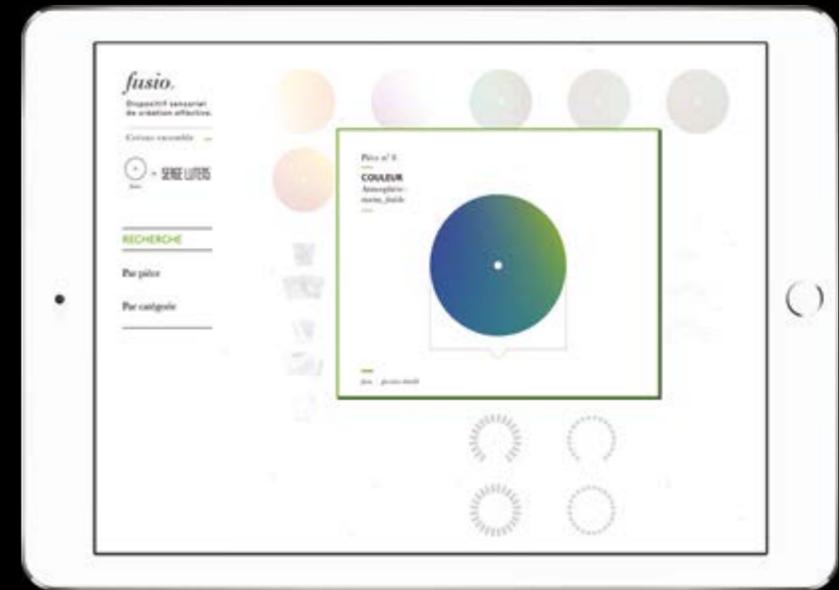
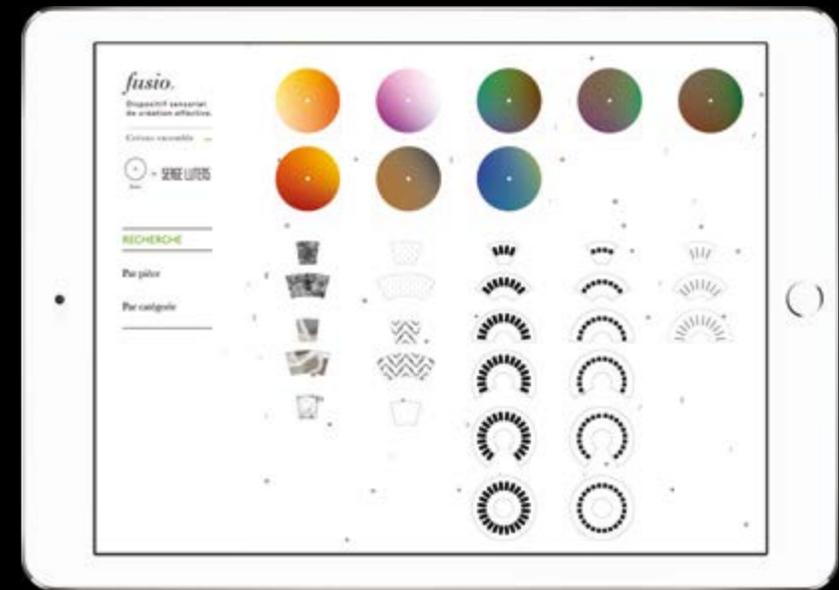
→ Il manque à la parfumerie sur mesure un langage afin de pouvoir échanger avec le client sur une base commune.

1 / Choisir un cercle coloré parmi les 8 proposés, et la glisser dans le plateau.



2 / 4 Choisir de façon chronologique, une ou plusieurs pièces dans les gammes proposées l'une après l'autre.
Rien n'oblige à remplir l'espace à son maximum.





Bien souvent,
on ne décrit pas ce que l'on sent,
mais ce que cela nous rappelle.

Mémoire et identité

Le devoir de mémoire est l'obligation que se donne un état / une patrie de se souvenir des erreurs commises, de les reconnaître et d'avouer sa culpabilité dans les crimes commis contre l'humanité. Il impose à des générations qui ne l'ont pas connu ni vécu un souvenir triste et douloureux, une culpabilité dont elles ne se sentent pas responsables.

Beaucoup de connotations négatives découlent de l'injonction : « devoir ». Nous nous sentons forcés, obligés, nous n'avons pas le choix. Au delà de ce constat, il semble que la jeunesse française approuve et encourage le devoir de mémoire. Mais ce travail est souvent mal communiqué, le ton employé est institutionnel et ne touche pas les jeunes qui n'ont pas connu les époques concernées.

Le devoir de mémoire permet pourtant d'être identifiée comme nation unie, et de s'apparenter à une identité commune, une identité nationale forte. Des événements sont mis en place chaque année, dans un souci de respect, d'apaisement. Plus qu'une obligation, le devoir est une nécessité : notre société a besoin du devoir de mémoire, non seulement pour ne pas reproduire les mêmes erreurs, mais aussi pour construire un avenir meilleur.

→ Quel dispositif de communication permettrait de sensibiliser à cette question, une génération déconnectée des événements liés aux devoir de mémoire ?

Je propose de créer une maison d'édition, En Toutes Lettres, publiant des ouvrages résolument contemporains sur le devoir de mémoire, alliant textes d'hier et images d'aujourd'hui. J'en assure la direction artistique, ainsi que tous les supports de communication permettant sa promotion. La première collection a été travaillée en collaboration avec l'illustratrice Camille de Cussac.





MAISON

« L'imagination introduit l'étrange
dans le quotidien,
le rêve dans la réalité, l'inattendu
dans l'évidence,
la vie dans le théâtre. »



FERNANDO ARRABAL



Mastère Architecture intérieure & Scénographie du Luxe

Le Mastère Architecture et Scénographie du luxe a pour objectif de former des architectes d'intérieur, des designers de l'environnement ou de scénographes spécialisés dans la réalisation d'espaces d'exception: lieux de vente, restaurants, hôtels, mais aussi lieux culturels haut de gamme, scénographies d'expositions et de défilé, ou encore espaces privés.



Un architecte scénographe de l'univers du luxe est formé à la sémantique des espaces, à la compréhension de l'identité d'une marque, aux stratégies commerciales et marketing.

Il crée des univers et raconte des histoires, met sa sensibilité au service d'une expérience vécue. Il élabore un terrain de découverte, d'élévation, une façon de conjurer la pesanteur et la médiocrité. Une sensibilité particulière à la lumière, au design sonore, lui permet de générer le sentiment d'exception.

Le luxe est l'univers des paradoxes: il conjugue technologie et patrimoine, tradition et création contemporaine. Le luxe est le lieu de l'exigence,

de la noblesse des matériaux utilisés au souci du détail qui peut approcher la perfection, à l'excellence des collaborations.

Au sein de cette formation, la diversité des approches culturelles doit être connue et maîtrisée. La culture des cultures innerve les processus de conception.



LA BOURSE

Girard-Perregaux: 225 ans de magnificence à la bourse du commerce de Paris.

Adresse rêvée, au cœur du « Museum Mile » qui va du Louvre au Centre Pompidou et au Musée d'Orsay, dont plusieurs parties sont classées Monuments Historiques, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France vient de céder à la ville la Bourse du Commerce. Datant des XVIII^e et XIX^e siècles, le bâtiment constituait un héritage historique prestigieux jusque-là d'un usage plus administratif que culturel. Anne Hidalgo a passé un accord avec François Pinault qui, onze ans après l'échec de son projet de l'Île Seguin, va enfin trouver un lieu permanent de présentation pour sa collection.

En avant-première et afin d'anticiper la transformation de ce bâtiment en fondation d'art, François Pinault y installe un événement temporaire exceptionnel retraçant les principaux chapitres de l'histoire de la maison. Mettant à l'honneur la marque d'horlogerie Girard-Perregaux, la Bourse du Commerce va accueillir, à la fois une exposition retraçant l'histoire de la marque et le savoir-faire de ses horlogers, une présentation de la nouvelle collection des 225 ans, ainsi qu'un espace de restauration légère. L'événement devra bien sûr véhiculer l'image de la marque Girard-Perregaux. À chaque agence de proposer tout dispositif complémentaire à sa scénographie tels que démonstration d'artisan (atelier en live), projections, showroom, espace de conférence, etc.

Le projet devra s'implanter dans le bâtiment actuel, dont les décors sont classés monuments historiques, au même titre que la coupole. Il investira uniquement la rotonde centrale, les coursives circulaires seront dédiées aux espaces techniques, celle de l'entresol pouvant toutefois permettre aux visiteurs une « promenade » surplombante. Toutes les dimensions de cet événement seront traitées, aussi bien spatiales que sonores, ainsi que les aspects techniques, fonctionnels et communicationnels.

RÉPONSE N°1
LA MÉCANIQUE DES RÊVES

RÉPONSE N°2
LAB 48.91

RÉPONSE N°3
GESTURE'S TRAIL

PROJET COOPÉRATIF

LA BOURSE

RÉPONSE N°1

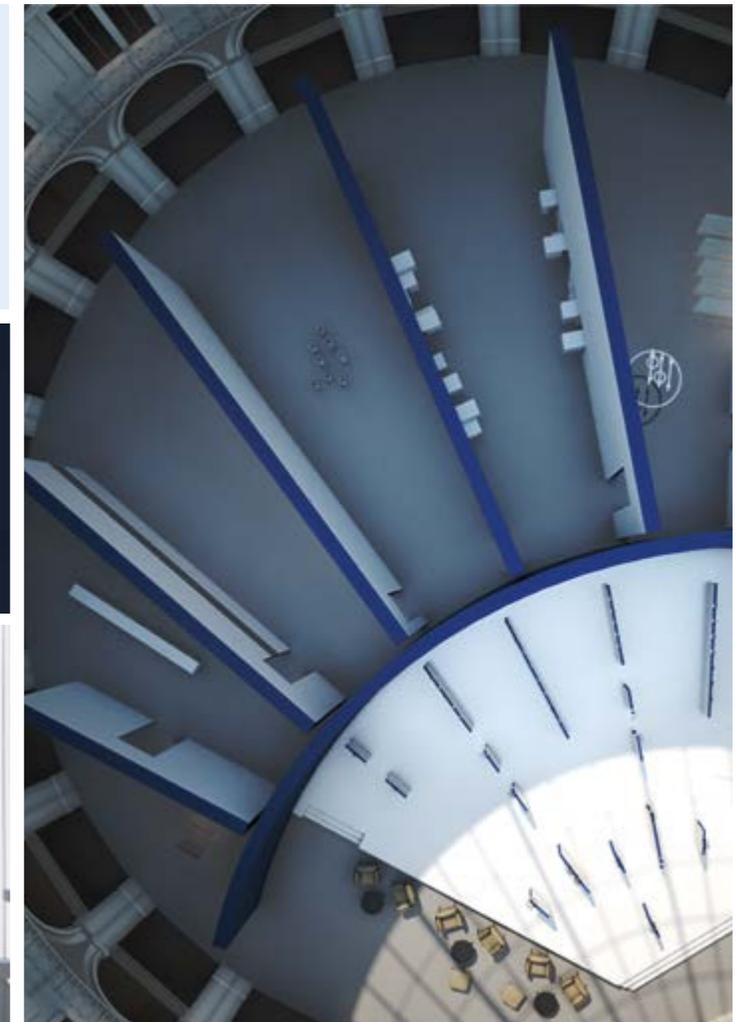
LA MÉCANIQUE DES RÊVES

Partenaire du Musée du Cinéma de Los Angeles, la marque Girard-Perregaux vient célébrer ses 225 ans et son partenariat, en mettant le cinéma à l'honneur. La scénographie s'attache ainsi à retracer l'histoire de la prestigieuse manufacture tout en faisant apparaître les liens tissés entre les deux univers au fil du temps. Cheminant selon un parcours chronologique, le visiteur découvre les modèles iconiques de la marque et leurs liens au monde du cinéma, avant de déboucher sur un showroom présentant la collection 2016-2017. Des salons plus intimes permettent d'essayer les modèles tout en profitant d'un point de vue unique sur la coupole.

NOELLINE BODIN – BENJAMIN GAUTIER
CAMILLE HALLACQ – ROXANE VALAT

1 / 3

MAISL



PROJET COOPÉRATIF

LA BOURSE

RÉPONSE N°2

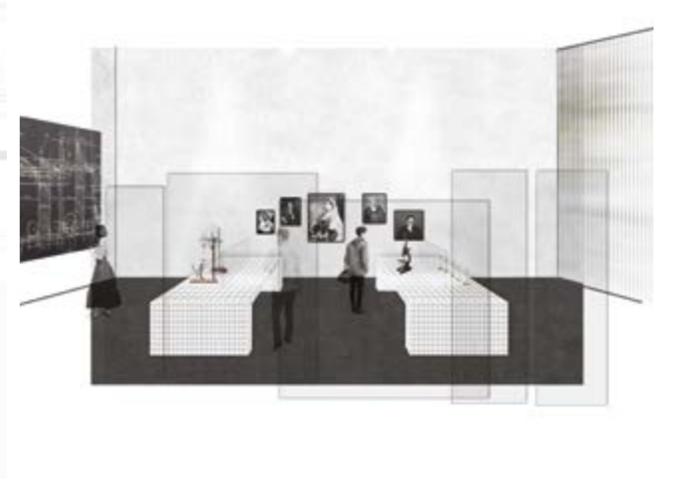
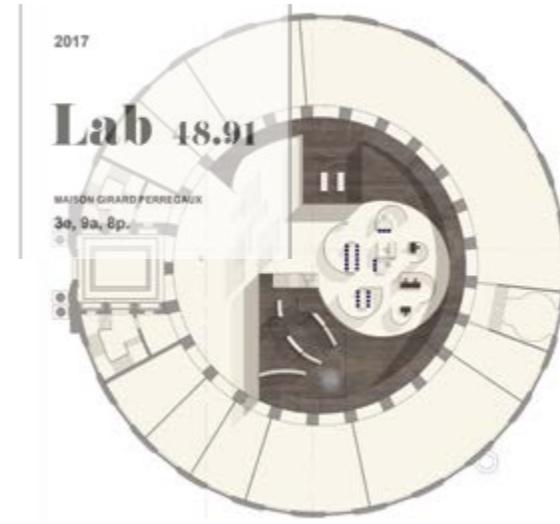
LAB 48.91

Souhaitant mettre en avant la constante recherche technique et technologique développée par la marque (comme l'échappement constant en 2008), la scénographie propose une déambulation au multiples points de vue. On découvre ainsi dans un premier temps l'origine et l'histoire de la maison Girard-Perregaux, puis, dans un second temps, une reconstitution du laboratoire qui permet de découvrir les mécanismes des montres, tels de véritables anatomies dévoilées. La déambulation se termine par l'exposition de la collection 2016-2017, ainsi que par un espace de restauration légère. Des points de vue exceptionnels sur la bourse du commerce et sa coupole ponctuent l'ensemble du parcours.

MARGOT BARALE – MADLIE CORNAULT
TATIANA LOIZEAU – ANAËLLE ROLLAND

2 / 3

MAISL



PROJET COOPÉRATIF

LA BOURSE

RÉPONSE N°3

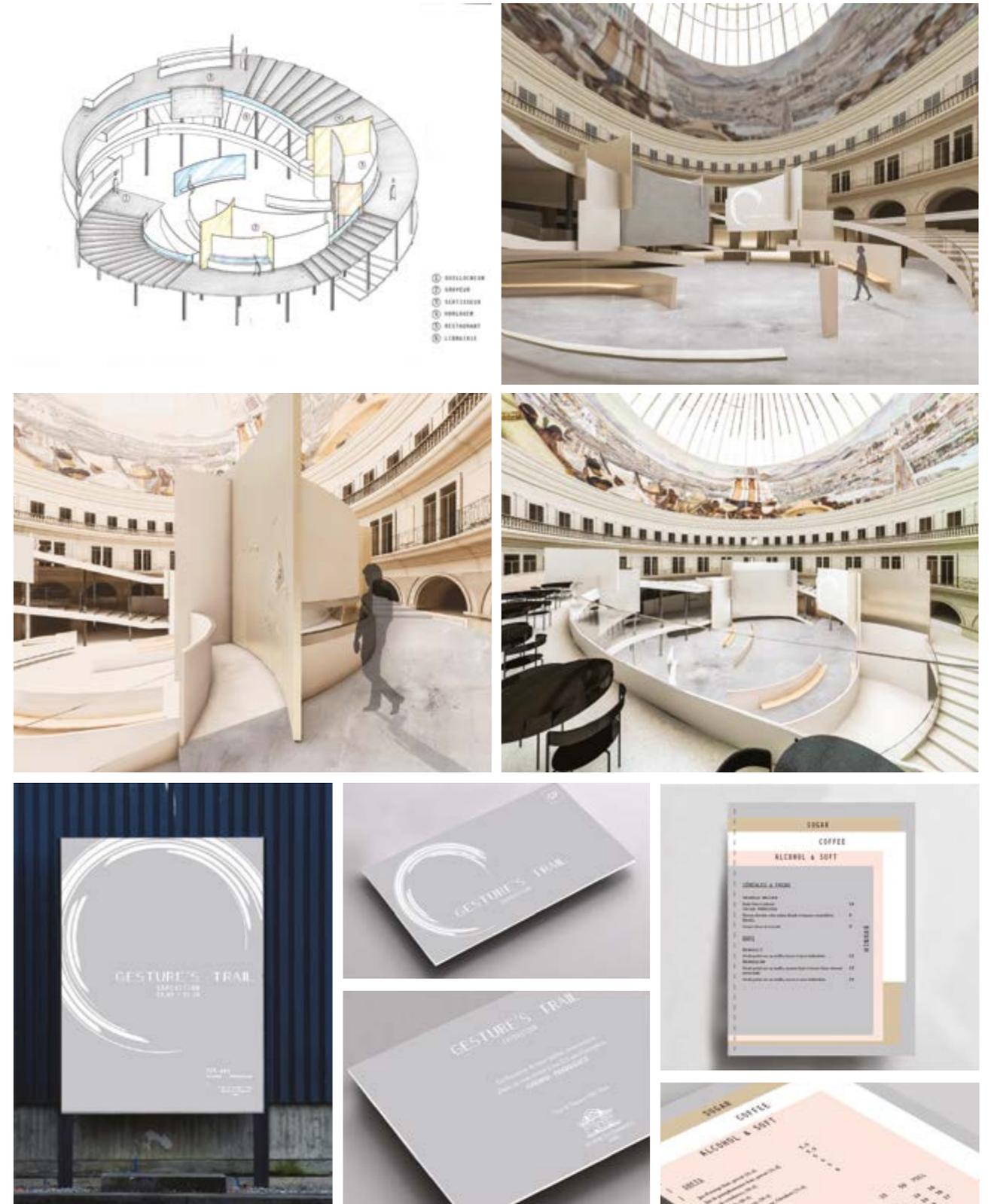
GESTURE'S TRAIL

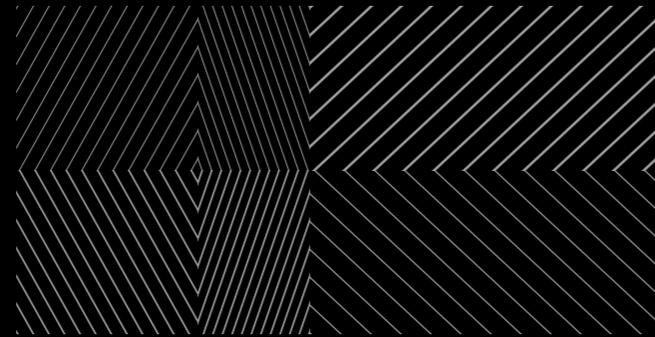
Mettant l'artisan et son savoir-faire à l'honneur, la scénographie magnifie les gestes des maîtres ouvriers de la maison Girard-Perregaux. À l'occasion d'un cheminement circulaire offrant des points de vue en hauteur sur la bourse, des cadrages spécifiques sur les mains des artisans dont les ateliers ont été recréés, permettent d'appréhender le travail minutieux et chargé de l'histoire de la marque. Dépositaires de cet héritage exceptionnel, les artisans en offrent un aperçu rare et précieux. Les montres de la collection 2016-2017 sont également exposées, comme le résultat tangible des gestes dont le visiteur vient d'être témoin.

JENNIFER KACHE – CLARA MULLER
LAUREN ROBERT – CLAUDE-ANTOINE VERCHÈRE

3 / 3

MAISL





VOLUME

Un salon du livre rare et du livre d'artiste.

« Le livre a longtemps été, avant tout, un objet sacré, rare et précieux. Il n'a pas été pensé en soi comme un objet de luxe mais il l'a été par la rareté de ses matériaux et son prix élevé qui ont limité sa diffusion. À partir du XIX^e siècle, quand le livre a soudain été plus disponible, sont apparues les éditions de luxe destinées à des bibliophiles que la production courante faisait grimacer. Jusqu'aux années 1960, tous les livres ont fait d'abord l'objet de « tirages de tête » appelés aussi éditions originales ou grands papiers; ce sont les premiers exemplaires réalisés avant le tirage de l'édition courante. Tout est évidemment plus soigné dans ces éditions originales, le papier (pur fil, papier du japon, de Chine, vergé de Hollande, etc) bien sûr non coupé, l'impression à partir de plombs neufs, les reliures exceptionnelles. Aujourd'hui, avec l'offset, l'édition originale n'a plus beaucoup de sens, mais il reste néanmoins des éditeurs pour proposer des éditions numérotées, éditées avec le plus grand soin. » Olivier Bessard Blanquy, *Le bibliomane moderne*.

L'Église Notre Dame du travail à Paris accueille « volume », le salon du livre rare et livre d'artiste, afin de présenter au public un panorama de l'actualité du livre rare au livre d'art en passant par les métiers d'art associés que sont la reliure, gravure, lithographie, linotypie, fabrication de papier, enluminures, la calligraphie, la restauration etc.

Le projet doit tenir compte de la cohérence visuelle et pratique du salon (couleurs, matériaux, circulation...) en s'intégrant à l'ornementation existante de l'église qui sera conservée. Les stands, sur une base technique peu complexe, devront pouvoir s'adapter aux différents exposants. Une attention particulière sera à apporter à l'acoustique des différents espaces et à la signalétique globale.

RÉPONSE N°1
VOLUMERÉPONSE N°2
VOLUMERÉPONSE N°3
L'ENVOLEE

5 / 6

MAISL

PROJET COOPÉRATIF

VOLUME

RÉPONSE N°1

VOLUME

VOLUME

« **Volume** - Salon du livre d'art et du livre rare », exposition centrée sur l'artisanat d'art du livre et du papier, se tient à l'église Notre-Dame du Travail construite en 1900 à Paris.

Pour cet événement, rassemblant des acteurs majeurs de la culture, nous avons conçu une scénographie forte, innervant l'édifice d'espaces accueillants. Toute en rondeur et volupté, c'est un véritable chemin d'élévation, celle que procurent la lecture et la culture.

Le blanc, omniprésent, illumine cet espace un peu sombre avant intervention. Le travail de la lumière est à la fois subtil et structurant, révélant par endroits, textes ou installations.

AGNÈS ANDRIEU – THIBAUT AULANIER
UMUT SERVAN KOYUN – MARIE TOURNIEUX

1 / 3

MAISL





PROJET COOPÉRATIF

VOLUME

RÉPONSE N°2

VOLUME

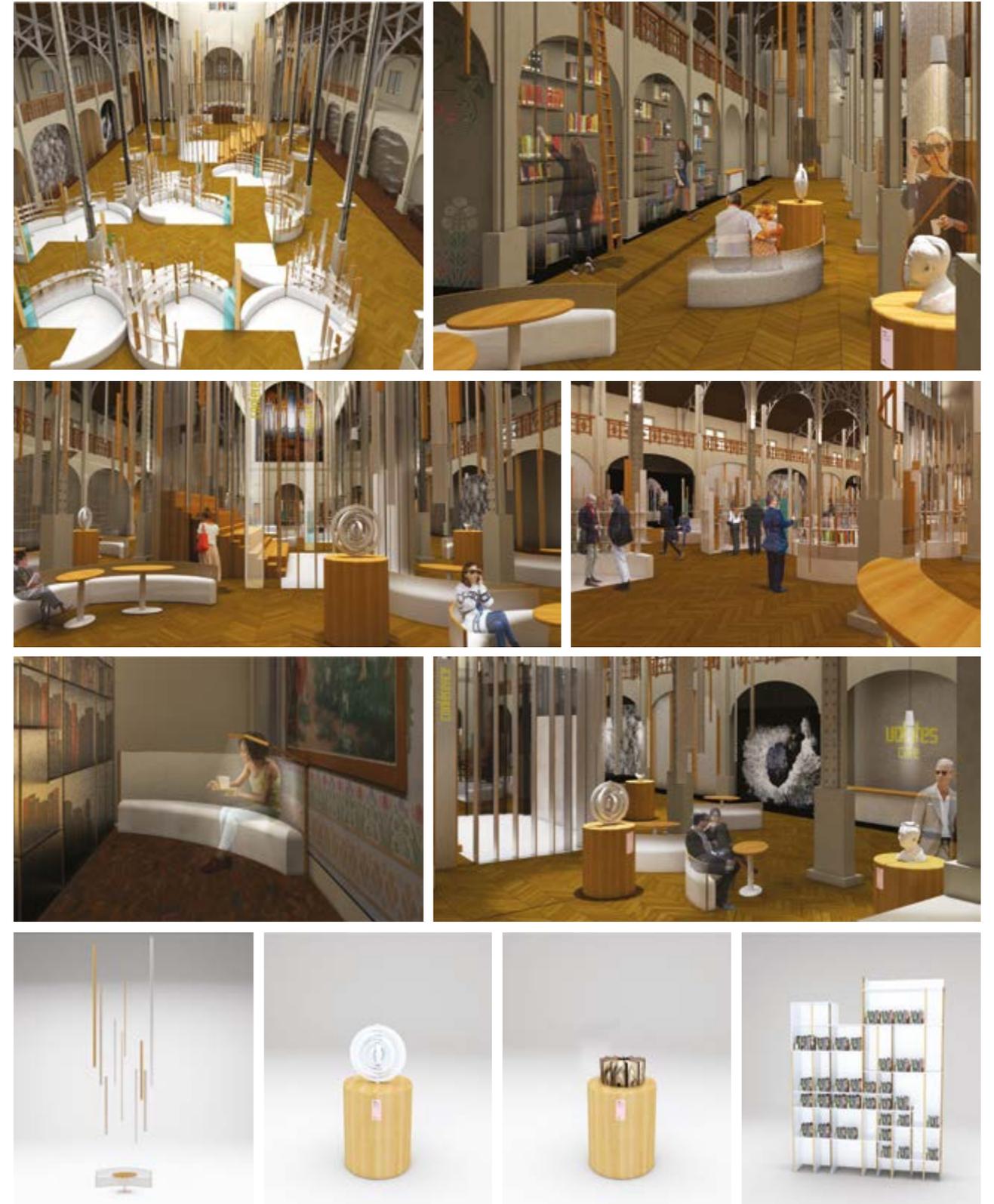
Volume

L'église Notre-Dame du Travail, située à Paris dans XIV^e arrondissement, a été construite pour et par les ouvriers de l'Exposition universelle de 1900 : elle utilise l'architecture métallique de l'époque, similaire à celle de la Tour Eiffel. Cette technique de construction permet de créer une ossature solide bien que visuellement légère. L'espace semble s'étendre dans toute sa verticalité. En résonance avec la structure et ses principes constructifs, innervés par la notion de légèreté, les différents micro-espaces conçus pour l'événement s'organisent harmonieusement dans le vaste édifice, créant un parcours subtil.

MAGALIE BELTRANDO – CORALIE FAIELLA – ANAÏS PREVOST – ORIANE ROCFORT

2 / 3

MAISL



PROJET COOPÉRATIF

VOLUME

RÉPONSE N°3

L'ENVOLÉE

L'église Notre Dame du Travail est située dans le centre de Paris. Elle accueille ici le « Salon du livre d'art et du livre rare ». L'événement contient trois types stands de dimensions modulables, utilisés pour des ateliers, des expositions de livres et de papeterie. Pour compléter le projet, s'agrègent un bar à thé, un espace de conférence et une bibliothèque. La conception s'organise autour de l'évocation de livres examinés, d'une envolée de pages. La forme archétypale du livre nous offre un élément récurrent, sorte de langage qui va nous permettre de ponctuer toute la scénographie. Une installation lumineuse emmène le regard.

MÉLISSA CRISTALLO – LOUISE GOURMELON
CAMILLE MONROUX – AXELLE VERGLAS

3 / 3

MAISL





TENTE DE LUXE

Abri éphémère pour expérience unique.

« TENTE : abri portatif et imperméable fait généralement d'une toile tendue sur des supports. »

L'expérience : Dans le cadre d'un évènement culturel élitiste - grande foire internationale attirant des globe-trotters d'art contemporain, course hippique d'un nouveau genre, défilé haute couture ou mariage fastueux bohème chic- il est proposé aux invités, amateurs d'art ou esthètes blasés des hôtels très haut de gamme et désireux d'émotions esthétiques fortes, d'être hébergés d'une manière inédite pour 24 ou 48 heures, les soirées étant accompagnées d'une séance cinéma ou concert à la belle étoile, d'un dîner barbecue par un grand chef, etc. Il s'agira d'un hébergement insolite, écologique et confortable.

Le Contexte : À vous de le choisir, il pourrait s'agir aussi bien d'un parc urbain que d'un espace intérieur muséal ou autre (camper dans la Galerie des Glaces ?)

RÉPONSE N°1
DUORÉPONSE N°2
NOTE VOILÉERÉPONSE N°3
MONUMENTUM

6/6

MAISL

PROJET COOPÉRATIF

TENTE DE LUXE

RÉPONSE N°1

DUO

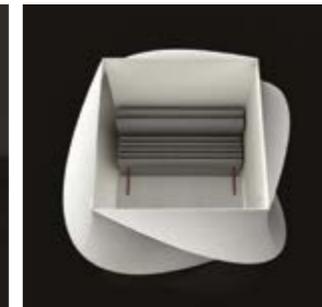
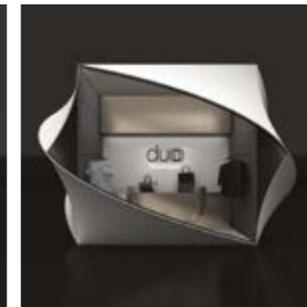
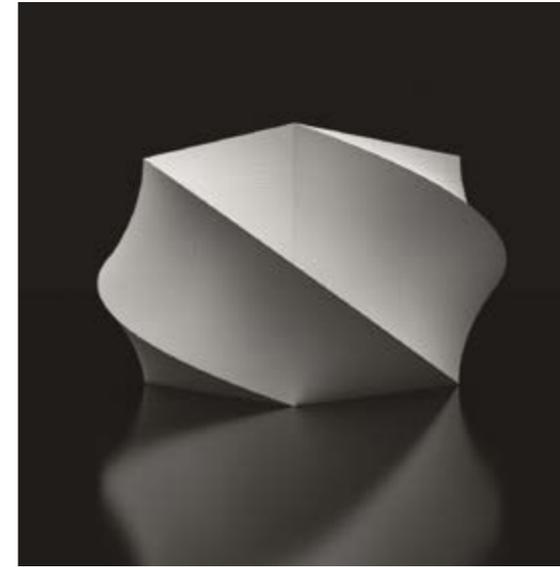
duo

En turc, l'étymologie du verbe « se marier », « Evlenmek » signifie littéralement « construire un abri ». Cela a conduit notre réflexion, et nous a amenés à proposer une expérience inattendue et forte, par le biais du partage d'un abri. Nous avons donc imaginé une tente conçue pour permettre une rencontre exclusivement en duo. Dans l'idée de favoriser une expérience unique, chaque personne se voit offrir un sac contenant une partie de la tente. Cela amène à rentrer en résonance avec une autre personne pour partager ce moment inédit et volontairement un peu déstabilisant.

CAMILLE MONROUX – ANAÏS PRÉVOST
CÉLIA ROBERT – UMUT SERVAN KOYUN

1 / 3

MAISL



PROJET COOPÉRATIF

TENTE DE LUXE

RÉPONSE N°2

NOTE VOILÉE

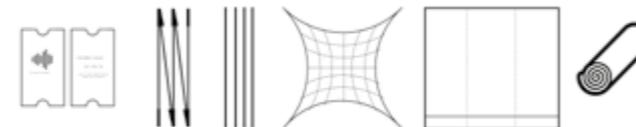
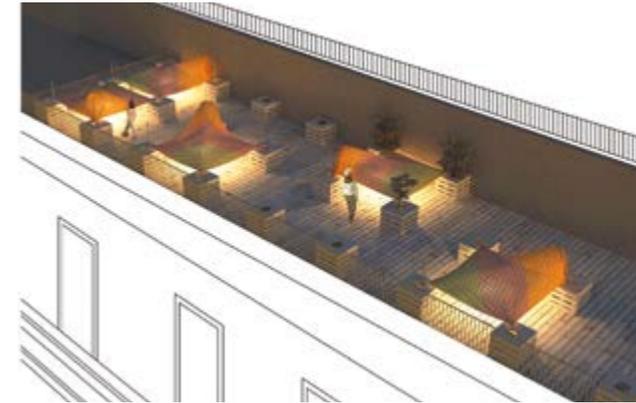


Il s'agit ici, de proposer une expérience unique de nuit dans une tente « de luxe ».
Localisée sur la terrasse du Perchoir dans le Marais (Paris), **Note Voilée** offre une expérience sensorielle unique le temps d'une nuit dans un lieu hors du temps.
Le perchoir est un bar au sommet d'un immeuble, qui offre une vue sur tout Paris et propose des concerts de musique expérimentale. Munis d'un matériel pré-adapté au lieu, nos campeurs sont invités à vivre en petit comité un prolongement exceptionnel de ces concerts.

ARNAUD MUNOZ – ORIANE ROCFORT
MARIE TOURNIEUX – AXELLE VERGLAS

2 / 3

MAISL



PROJET COOPÉRATIF

TENTE DE LUXE

RÉPONSE N°3

MONUMENTUM

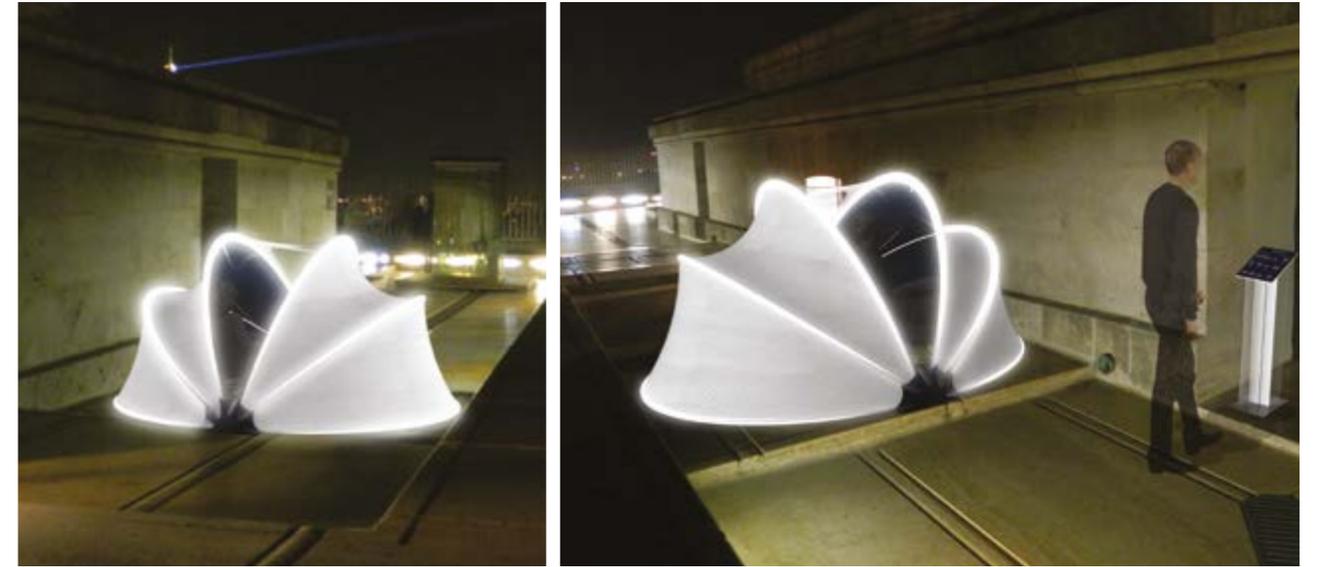
Monumentum

La nuit vous appartient !
Plutôt que de dormir dans une chambre d'hôtel standard dont le souvenir n'est qu'éphémère, nous proposons pour cet événement un moment inoubliable. Chaque année, un lieu culturel de Paris sera privatisé pour une nuit. Les deux personnes sélectionnées auront le privilège d'y passer la nuit. Elles auront le plaisir d'investir le lieu puisqu'elles monteront elles-mêmes sur place leur espace de couchage.
Les grands lieux culturels sont souvent méprisés des parisiens car trop touristiques. On leur propose de se les réapproprier, pouvoir vivre et raconter un moment très personnel et inédit dans un lieu culturel mondialement convoité.

MAGALIE BELTRANDO – RYM BENCHARIF
MELISSA CRISTALLO – ALEXANDRA DA SILVA

3 / 3

MAISL



MAISL

Projets de fin d'études



J Poétique de la ruine

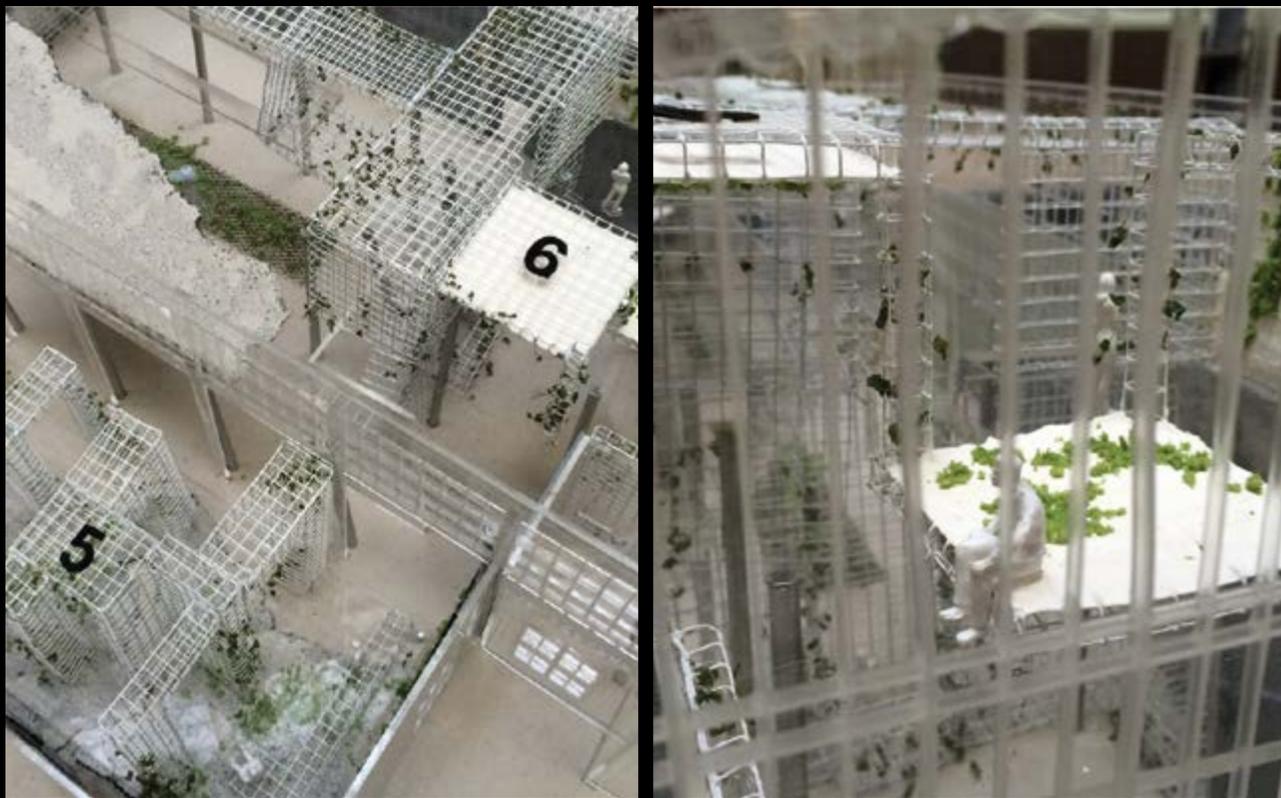
L'expérience de la perte, phénomène constitutif de la ruine, projette au devant de la scène tout un champ d'invisibles. Le fragment et le sentiment de manque dirigent notre perception vers ce qui est absent, la perte de repères identitaires et de statuts dans l'histoire.

Avec ce projet « Poétique de la ruine » je m'intéresse à l'altérité radicale de lieux dont on ne vient plus perturber la lente existence, à ces espaces qu'on laisse là, dépossédés de leurs sens et de leurs fonctions, à ces étendues complètement autres, hors de toute expérience quotidienne. Ils me fascinent pour leur aspect qui leur est propre celui du doute et de l'inachèvement. Je les surprends à cet instant tangeant, quelque part entre vie et mort, croissance et dépérissement, entre être et non-être, perpétuellement au bord de l'effacement. Ils portent des sédimentations, couches du temps accumulé, resserrées en elles. Le passé et le futur se rejoignent dans une temporalité qui n'est plus fléchée. Le lieu et l'espace donnent à voir le temps, cet éternel irréprésentable. Notamment sur ce principe de, Michel Foucault « *L'hétérotopie a le pouvoir de juxtaposer en un seul lieu réel plusieurs espaces qui sont en eux-mêmes incompatibles.* » Comment faire coexister en un seul lieu des espaces de nature différente ? De superposer des temps distincts ? La mémoire, le temps, le fragment, la monumentalité, la superposition, sont l'essence même de ce projet sur la poétique de la ruine. Tout individu peut percevoir à travers la ruine les racines du monde construit dans lequel il lui est permis de flâner. Représenter la ruine permet de représenter la réalité du monde passé et atteste celle du présent. La présence de la ruine dans le paysage urbain ou naturel est une stratification, prémices de la reconstitution d'une histoire, elle même soumise à interprétation.

Les ruines, les décombres de bâtiments, les friches urbaines participent à l'histoire de l'architecture et de sa représentation dans le paysage. Elles dévoilent la précarité de l'architecture et de sa pensée, l'instabilité de la matière technique. Paradoxalement, la ruine dévoile le processus architectural lors de sa désintégration, met à nu une ancienne structure, un système constructif, témoins d'une époque.

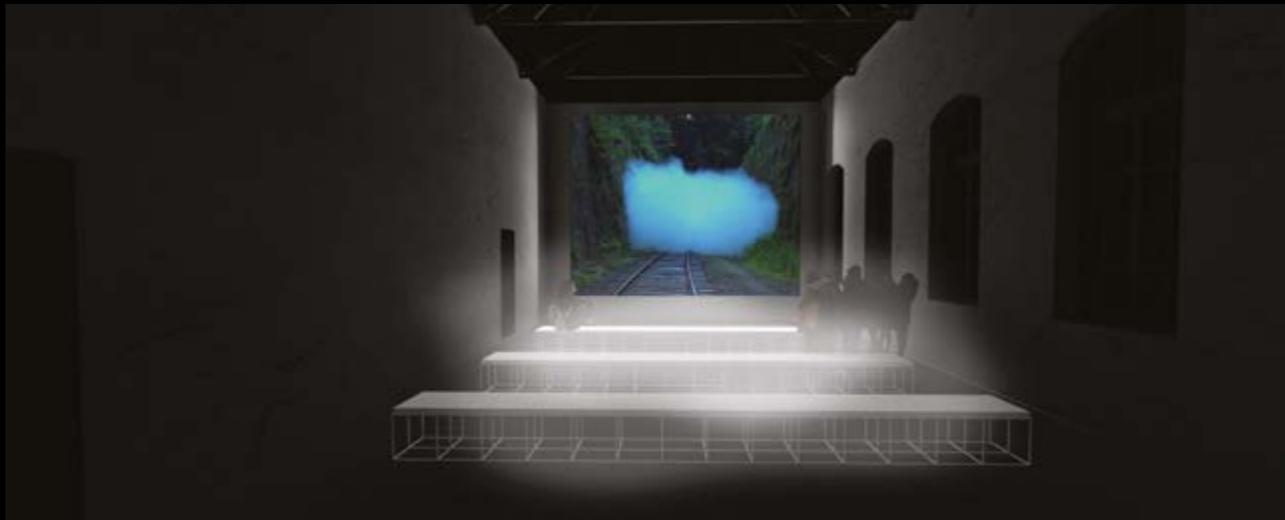
La ruine dans le paysage ouvre le potentiel d'une reconstitution pleine d'émotions sur les portions disparues. Réelle ou irréelle, antique ou contemporaine, véritable ou re-construite, la ruine divulgue l'organisation, la formation et la déformation de notre monde. Elle met à la disposition des architectes d'aujourd'hui des outils leur permettant de réfléchir sur la pertinence de certaines options architecturales.

→ Comment donner
une seconde vie
à un espace désaffecté
sans en altérer
son aspect
d'objet ruine ?



Quelle est la place
des espaces laissés à l'abandon
dans notre société ?
Quelle valeur véhiculent-ils ?





La Sneaker

UNE NOUVELLE EXPÉRIENCE

J'interroge le culte de la basket, devenue un objet incontournable de notre société.

La sneaker est passée de l'objet exclusivement sportif à l'accessoire de mode pour s'affirmer aujourd'hui en tant qu'attribut identitaire.

→ Le nom « sneaker » évoque la furtivité et le silence. En anglais, to sneak veut dire « se faufiler en silence ».

Le glissement vers le luxe s'est effectué dans les années 2000 quand les marques de sport s'associent aux créateurs de mode pour inventer des collections mi-couture, mi-sport.

La sneaker est à l'origine d'un nouveau courant hybride mêlant le luxe à la rue.

Le mariage des grands équipementiers sportifs et des meilleurs designers donne naissance à la haute couture du sportswear.

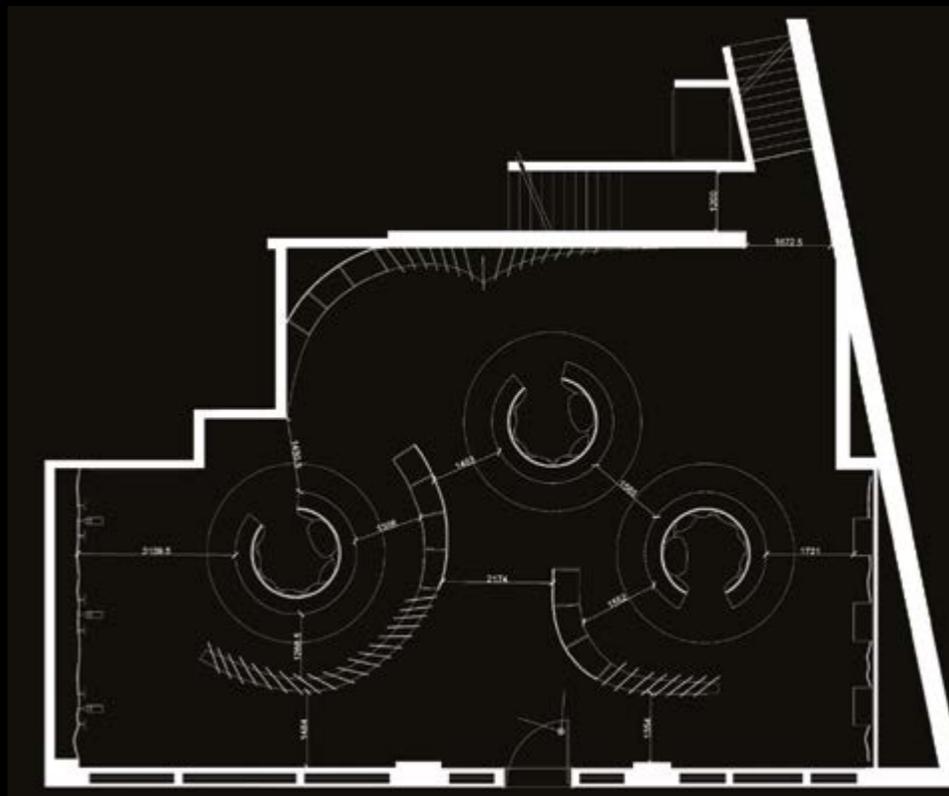
Aujourd'hui de nombreux créateurs et de jeunes entreprises travaillent sur la sneaker, avec l'emploi de matériaux innovants, plus légers, plus ergonomiques, mais également de nouveaux procédés de fabrication comme l'impression 3D, qui permettent d'obtenir une sneaker personnalisable et sur mesure dans l'objectif de répondre au mieux aux besoins du client.

La sneaker est un objet complexe, constamment changeant, en évolution, les créateurs et designer la prenant comme élément d'expérimentation.

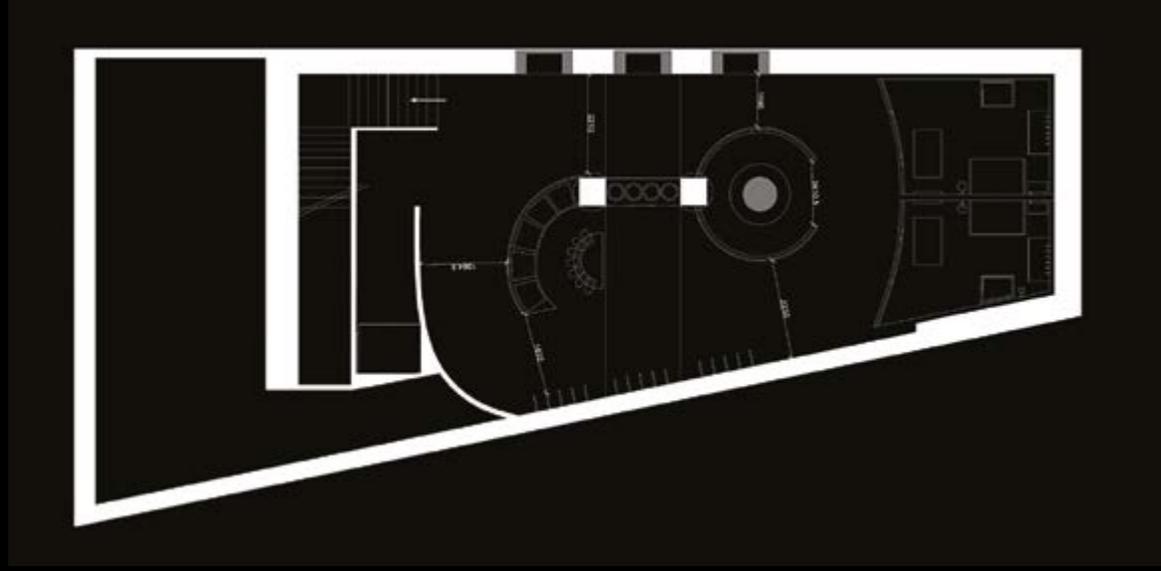
En fait, la sneaker, c'est un peu comme le parfum pour l'homme. Cela touche des gens plus jeunes. D'ailleurs, c'est une pièce (...) très branchée. Un peu comme le sac des filles. »

JÉRÔME BLOCH, DIRECTEUR DU STUDIO HOMME, NELLY RODI

Comment parvenir à enrichir l'expérience d'achat du passionné de sneakers ? Je propose un espace de vente permettant de relier la sneaker contemporaine, élaborée par de jeunes créateurs, avec la sneaker dite « du futur », créant un espace frontière temporel. La particularité de son univers doit être mis en avant ainsi que la dimension communautaire qu'elle génère.

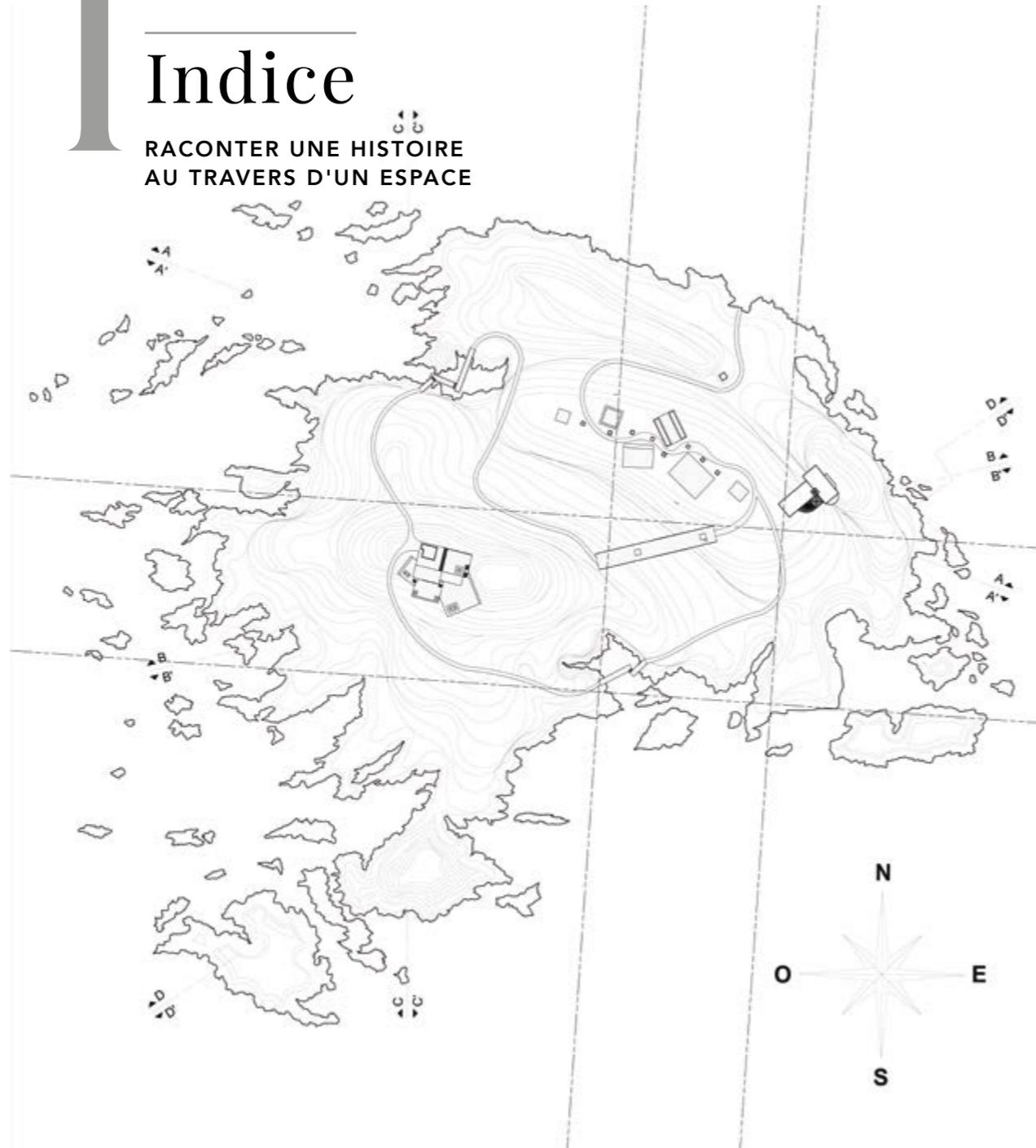


Ce concept-store reflète un univers scientifique positionnant ainsi la sneaker comme un élément expérimental, instable.



I Indice

RACONTER UNE HISTOIRE
AU TRAVERS D'UN ESPACE



Mon projet de fin d'études interroge la relation entre narration et espace. Je me suis posé la question de la place du récit lorsqu'il en vient à être décrit spatialement. Le rapport espace et écrit donne lieu à de nombreuses analyses, interprétations et expérimentations. J'ai travaillé sur la théorie de l'espace indiciel, notamment développé par le philosophe et historien de l'art Georges Didi-Huberman. Il nous introduit aux théories relatives aux espaces temps et à la narration, basées sur l'analyse d'images. Chaque image est porteuse d'un récit.

→ « La rencontre avec une image a d'abord lieu frontalement, c'est un moment extraordinaire, une rencontre avec les yeux, mais aussi avec le front, la bouche, les mains (...). »

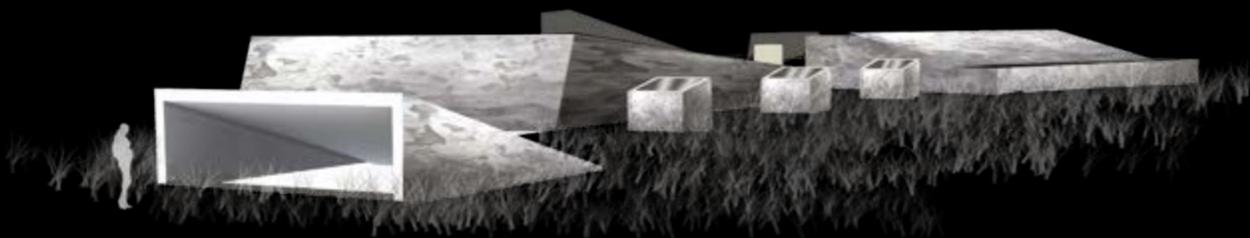
GEORGES DIDI-HUBERMAN

J'ai voulu donner à comprendre l'espace au fur et à mesure en utilisant les indices subtils délivrés par étapes, créant ainsi un parcours où l'intuition et la sensation prédominent sur l'analyse et la compréhension.

→ Quelle est la place du narrateur ou du « lecteur » ? Quels types de récits et de retranscriptions pouvons nous observer ?

Je propose une scénographie paysagère créée pour le premier festival du roman et du film noir, sur l'île de Burgh, dans le Devon, en Angleterre. Les différentes fonctions spatiales sont connectées entre elles, et permettent de découvrir chaque partie de l'île selon un ordre et un rythme bien particuliers, basés sur la structure et le contenu narratif des « Dix petits nègres » d'Agatha Christie.

Au travers d'un parti pris scénographique, basée sur une trame narrative qui structure l'espace et plonge le visiteur dans l'univers du genre noir, le but est de faire vivre une expérience du festival hors du commun. Cette structure narrative de l'espace n'est pas expliquée à l'arrivée au visiteur afin qu'elle soit ressentie avant d'être analysée. Ce n'est qu'après la fin du parcours qu'un dénouement est donné au visiteur, marquant l'élément de résolution de son parcours.



Parmi les différents éléments constituant le roman certains évènements importants, perturbateurs ou révélateurs du récit se prêtent à être retranscrits pour accueillir les fonctions du festival.



Le Pont / Théâtre permet de traverser l'île, il sera ouvert sur l'extérieur lors d'une représentation, ou fermé pour projeter un film en plein air.





MAID

« Construire, c'est organiser
des processus vitaux. »



WALTER GROPIUS



Mastère Architecture intérieure & Design

Le Mastère Architecture Intérieure a pour objectif de former des designers intervenant sur l'aménagement intérieur du cadre de vie, qu'il s'agisse d'espaces publics ou privés, pour des projets relevant de l'habitat, de l'architecture commerciale, de la vie culturelle ou collaborative. Il peut également intervenir sous forme de micro-architecture, ou d'interventions évenementielles.



Cette démarche s'appuie sur une analyse forte du lieu où intervient l'utilisateur, à partir d'observations et de rencontres, afin d'obtenir une meilleure compréhension de l'activité, des usages, des flux de circulation des utilisateurs ou organisations en présence et de mieux en connaître les attentes.

Il conçoit des volumes ergonomiques adaptés aux besoins, optimisant les contraintes de l'espace. Il est sensible à tout ce qui donne valeur et qualité à un cadre de vie (lumière, acoustique, couleurs, matières). Il maîtrise les aspects constructifs et techniques du lieu et de sa transformation. Il s'intéresse à l'activité humaine, à l'interaction entre les individus, dans la sphère privée comme publique.

En Mastère Architecture intérieure et Espaces Collaboratifs, le designer se focalisera sur les espaces de bureaux, d'éducation, de santé, culturels. Les espaces de coworking comme les locaux industriels ou commerciaux seront également son champ d'action, par le biais d'une approche dite « centrée utilisateur » et inspirée du « Design thinking ».

A la croisée de l'échelle de l'Architecte (bâti) et de l'Ergonome (poste de travail), ce designer se confronte à des projets réels et rencontre les acteurs concernés. Il porte une attention particulière aux enjeux du développement durable (économie circulaire, conception « cradle to cradle »), à l'émergence des nouveaux modes de travail (nomadisme, digitalisation, outils collaboratifs).

Il est un acteur majeur dans une société en profonde mutation qui réinterroge sa relation au travail et porte haut l'éthique environnementale.

Hospitalis vers l'hôpital de demain

Un hôpital semble immense et glacial pour un petit patient : c'est un lieu très anxiogène. Un aménagement de l'espace bien pensé peut malgré tout rassurer l'enfant. Pour les enfants longuement hospitalisés, le service hospitalier est avant tout leur lieu de vie. L'environnement doit être personnalisable pour que l'enfant y retrouve des repères. L'enfant a besoin d'y trouver des activités qui le « sortent » de son quotidien de malade et de « soigné ».

Réunir autant d'activités différentes au sein d'un espace, sans oublier l'essentiel qui est le soin, n'est pas aisé. Certains hôpitaux ont gagné ce pari avec une approche globale, s'inspirant de projets existants tels que le Sanatorium de Palmio, les « Maggie's centers », les « Healings hospitals ». L'environnement doit être conçu en lien avec l'acte de « soin » lui-même. Cette démarche est l'objet de la « Fabrique de l'hospitalité », service de la Direction générale du CHU de Strasbourg qui cherche à favoriser la co-création des espaces hospitaliers par les usagers afin d'améliorer la prise en charge des patients et de leurs proches.

→ Le Design d'espace au service du bien-être à l'hôpital : concevoir avec les usagers pour mieux vivre l'hôpital.

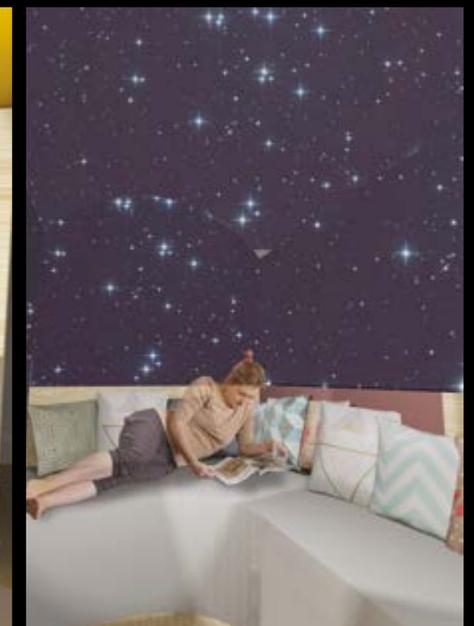
Un environnement de qualité et favorisant la sociabilité est propice à une qualité de soins ou à un rétablissement plus rapide en luttant contre l'isolement (les patients et leur entourage sont concernés, mais aussi le personnel hospitalier).

Source d'anxiété autrefois, l'hôpital évolue aujourd'hui en lieu de vie, au sein duquel le patient peut pratiquer des activités ludiques et agréables. L'hôpital est conçu pour l'utilisateur, en prenant en compte ses envies, son travail, son besoin d'intimité ou de sociabilité... Il permet de se détendre et même de s'amuser parfois.

En partant de l'observation du service de « Pédiatrie Enfants Hématologie Oncologie » de l'hôpital de Dijon –, mon projet a distingué trois types d'espaces en termes d'intérêt d'aménagement et de besoins : les chambres des patients, le couloir et l'office des parents que j'ai traités avec pour objectif de favoriser le bien-être et la qualité de vie à l'hôpital.



« L'environnement
doit être conçu en lien
avec l'acte de « soin »
lui-même. »



Micro-hétérotopie, le troisième lieu :

CONCEVOIR L'ESPACE QUI N'EXISTE PAS
À L'INTÉRIEUR DE CELUI QUI EST NORMÉ

J'ai cherché à comprendre comment l'aménagement des espaces pouvait faire évoluer les modes d'apprentissage. En amont, j'ai consacré beaucoup de temps sur place à observer et échanger avec chaque usager (équipe pédagogique, institutrice, élèves, parents d'élèves...).

Chaque élève apprend d'une manière différente. Les apprentissages ne relèvent pas uniquement d'une éducation formelle, de situations qui sont conçues, reconnues ou vécues comme éducatives. Dans cet esprit, j'ai travaillé l'aménagement de l'école dans l'optique d'occasionner d'autres apprentissages, dans lesquels l'individu va se manifester à travers des formes d'appropriation, occasionnellement ou dans la durée.

Chaque espace doit prendre sens pour l'utilisateur. Les espaces informels d'éducation comme la cantine, les couloirs, le dortoir ou la cour de récréation ont été des priorités. Ces espaces ont été traités afin qu'ils deviennent un nouvel espace d'apprentissage, présent dans les processus d'acquisition. La cantine et le jardin deviennent un véritable terrain d'expérimentations et de partage, favorisant ainsi l'autonomie et la socialisation.

Les salles de classes sont pensées comme un « open space ». On y trouve un pôle rassemblement, réunion où les enfants se retrouvent avant et après chaque activité de la journée. Des modules permettent différentes positions et usages de l'espace. Le mur de vient un support sur lequel enfants et adultes peuvent s'exprimer. Le bardage en bois permet d'accrocher les réalisations des enfants et les informations pour les parents d'élèves.

→ À travers les notions d'hétérotopies, d'échelles et de nombreuses recherches sur les nouvelles sources d'apprentissage, j'ai conçu un projet d'aménagement en plaçant les différents usagers au centre du projet.

Le mobilier permet à l'institutrice d'avoir chaque enfant en face d'elle et une fluidité dans la circulation. De petits espaces ont été créés, à l'image de la cabane, dans lesquels se trouvent nombre d'activités accessibles uniquement aux enfants.

Chaque espace a été pensé de manière à concevoir l'école non pas comme un espace de savoir et de discipline, mais comme un espace de création et de formation, un centre d'expérimentation destiné à se connaître soi-même, à se socialiser et apprendre la vie.



«Faire évoluer
les modes d'apprentissage
par l'aménagement
des espaces.»





MIDANI

« Je ne m'intéresse pas
à la façon dont les gens bougent,
mais à ce qui les meut. »



PINA BAUSCH



Mastère Direction artistique de la Mode

Le Mastère Direction Artistique et Marketing de la Mode a pour objectif de former des designers et stylistes de mode capables de créer leur propre marque en développant un univers créatif personnel cohérent du point de vue professionnel.



Un Designer en Direction artistique et Marketing de la mode acquiert une réflexion sémiologique et sociologique lui permettant de décrypter les codes et les tendances, de développer un univers singulier et fort, des productions innovantes, tant en stylisme qu'en création textile.

Il développe au maximum ses capacités exploratoires dans les champs de la matière, de la couleur, du volume et leur interaction sur un corps en mouvement.

Il étudie le positionnement et la stratégie marketing d'une marque, lui permettant de crédibiliser ses créations dans l'offre actuelle.

Il maîtrise le modélisme, la technologie textile, les étapes de production, le sourcing, il sait positionner une identité de marque et en développer les codes visuels,

Par le biais de partenariats et de stages longs, il étend son expertise professionnelle et son réseau, de manière à être aguerri aux métiers et domaines de la mode.

Ce mastère s'adresse à de jeunes designers stylistes créatifs, curieux et énergiques, capables de gérer des projets complexes et ambitieux.

Narcisse

Narcisse est l'homme moderne, son miroir la société, sa perte le statut masculin.

L'homme, comme le personnage de la mythologie, contemple sa propre image, incapable de se détacher de la vision qu'il a de lui-même.

Depuis la fin de l'ancien régime, l'homme a dû renoncer au paraître et à la frivolité, laissant cela aux femmes, pour se mouler dans un carcan professionnel qui lui impose uniformité et austérité.

Depuis son émancipation, la femme s'est libérée de cette image et semble pouvoir se développer suivant ses aspirations personnelles. Pour éviter la fin tragique de Narcisse, il semble alors indispensable que l'homme remette lui aussi en question son carcan, pour évoluer à son tour.

J'ai questionné ces deux modèles : la femme et l'ancien régime. J'ai accumulé des objets qui évoquent l'époque, en créant ces sortes de cabinets de curiosité, considérant le « paraître » comme une sublimation du réel.

Cela m'a permis de sortir, moi-même, du statut oppressant de l'homme dominant.

→ Comment la remise en question du vestiaire masculin peut-elle permettre à l'homme de renouer avec ses identités personnelles ?

À travers l'amour du superflu et des apparences inspiré par les arts décoratifs, cette collection se propose, en réinterprétant des pièces iconiques de la garde robe masculine comme le trench-coat, de remettre en question le statut masculin dominant. C'est ainsi qu'en se plaçant dans la lignée des hommes de l'ancien régime mais également de tous ceux qui essayent de réformer le statut masculin, j'ai tenté, à mon tour, de réconcilier l'homme avec son intime, de lui reconnaître le droit à un épanouissement plus personnel et de lui permettre ainsi de retrouver sa propre identité.



«L'homme, comme le personnage de la mythologie, contemple sa propre image, incapable de se détacher de la vision qu'il a de lui même.»



S Smile

Je suis russe. À 18 ans, j'ai fait ma valise et je suis partie en France, sans savoir parler français, sans savoir ce qui m'attendait. J'aime les émotions fortes, j'adore la sensation d'inattendu et de surprise positive.

Lors de l'apprentissage du français, j'ai eu beaucoup de « surprises » avec les homonymes entre le français et le russe. Ce phénomène interculturel m'amuse tous les jours. Ces jeux de langue, ces phrases ambiguës provoquent des images absurdes et surréalistes dans mon imagination. « La curieuse découverte » n'est pas contrôlée. J'entends le mot à l'improviste, c'est une sorte de cadeau. Ce moment incontrôlable induit du dynamisme, du mouvement, du changement.

▮ « La surprise,
chatouille de l'âme. »

DANIEL MARCELLI

« La curieuse
découverte »
n'est pas contrôlée.
J'entends le mot
à l'improviste,
c'est une sorte
de cadeau.

Je joue un jeu avec les langues. Je m'amuse. Ce jeu ajoute un peu de folie dans ma vie quotidienne. J'ai voulu, en introduisant la surprise dans ma collection de vêtements, mettre un grain de folie et de fantaisie dans la vie de tous les jours.

Dans ma collection je fais le parallèle entre les formes géométriques et les homonymes. Je crée le volume de mes pièces en remplaçant le patronage par des formes géométriques. Aux jeux de mots, des jeux de formes. Ils apportent un aspect de joie incontrôlable et de folie. J'ai choisi des couleurs vitaminées, saturées, associées aux émotions fortes et positives. Des couleurs qui s'imposent. J'utilise les blocs de couleur comme un jeu. Je travaille des matières imposantes qui permettent d'exagérer les mouvements et les gestes du corps. Les volumes sont amplifiés, comme un jeu d'échelle, une explosion d'émotions positives. Les broderies donnent de l'énergie à la silhouette. Elles sont situées aux endroits clés, comme les épaules, les manches, les volants, leur perception est renforcée par les mouvements.



Je travaille des matières imposantes
qui permettent d'exagérer les mouvements
et les gestes du corps.



P Le Kitsch

OU L'UTILITÉ DE L'INUTILE

Au fil des siècles et des techniques, les représentations se sont ornées de surplus décoratif, d'ornement, qui relèvent, de prime abord, de l'inutile. Le processus d'ornement est une tendance naturelle chez l'Homme, il est directement relié à nos émotions. Tout se passe comme si l'inutilité était tout ce qui faisait notre humanité.

— « S'il faut absolument que l'art [...] serve à quelque chose, je dirai qu'il devrait servir à apprendre aux gens qu'il y a des activités qui ne servent à rien et qu'il est indispensable qu'il y en ait. »

EUGÈNE IONESCO

Le kitsch est un « joli » systématique. Peut-être trop joli, il en devient écœurant. L'essence même du kitsch se caractérise par les notions de clinquant, de surplus et de mauvais goût. Le mot kitsch, dans son sens moderne, apparaît à Munich aux alentours de 1860. Ce mot provient de l'allemand « kitschen » qui signifie « bâcler ». Le propre du kitsch est son inutilité, la forme s'écarte de la dimension utilitaire, sa fonction devient presque exclusivement décorative. Il s'agit d'un art à la mesure du quotidien. C'est l'art cheap et bas de gamme. En somme, un art consommable, un art « prêt-à-porter ».

C'est donc par le vêtement que je veux travailler à la revalorisation du kitsch. Je voudrais proposer un vêtement dont la valeur ajoutée serait sa capacité à nous faire rêver.

Mon projet tend à proposer une forme de guide antimorosité. La couleur, la joie, le goût de l'ornement et des fioritures, le soin apporté aux détails inutiles sont au cœur de sa conception.

Dans cette première collection, les références à la porcelaine de Limoges et aux anciennes tapisseries s'entrechoquent avec le personnage de la Diva. Dans cet univers de frou-frou et bidules en tout genre, le personnage extravagant se promène à travers les époques et les styles. Les couleurs pastel de la porcelaine se confrontent avec les couleurs plus sombres et soutenues des tapisseries.

Dans ce mélange des genres, se crée une sorte de bestiaire, entre les insectes des broderies, les guépards sur soie rose et les perroquets sur fonds tropicaux. Dans un univers onirique, amusant et kitsch, la marque souhaite s'engager dans un mouvement contre la morosité et pour un monde plus joyeux.



« L'homme moderne, universel, c'est l'homme pressé, (...) il ne comprend pas qu'une chose puisse ne pas être utile. Si on ne comprend pas l'utilité de l'inutile, l'inutilité de l'utile, on ne comprend pas l'art; et un pays où l'on ne comprend pas l'art est un pays (...) où il n'y a pas l'humour, où il n'y a pas le rire, il y a la colère et la haine. »



EUGÈNE IONESCO



Kyrrò

UNE PAUSE DANS LE RÉEL

Kyrrò. signifie l'apaisement par le silence. Une forme de quiétude par l'absence de bruit, un silence positif. C'est ce sentiment de bien-être, de pause que cette collection souhaite retranscrire et inviter ceux ou celles qui le veulent, à s'évader du quotidien par le biais des pièces originales. Kyrrò invite à voyager dans un paradis blanc, au milieu des colosses de glace. Ces zones qui attirent et effraient à la fois, si proches et si lointaines. Séduisantes mais dangereuses, elles conjuguent en elles une incroyable tension entre puissance et fragilité, espace d'évasion et d'imagination face à notre monde industriel. Mais se sont aussi des paysages qui, malgré leur éloignement, tendent à disparaître car impactés par notre activité urbaine.

Cette alliance entre silence, nature et évasion est polluée par la réalité urbaine et retranscrite dans cette collection à travers la création de textiles liant à la fois fibres naturelles (soie, cachemire, laine...) et fibres polluées (sacs plastiques, fils siliconés...).

Ce projet évoque l'impact que notre activité urbaine produit sur la nature, notre environnement et l'être humain lui-même.

→ Comment la vision du paradis blanc peut-elle permettre une évasion à travers le vêtement?

Cette collection conduit à un état d'évasion face à notre réalité urbaine, et met en avant le confort, l'idée de bien-être, de liberté de mouvements; mais aussi, une stimulation et une diversité créative, pour nous sortir des images lisses et froides de ce monde urbain que nous connaissons tous, en laissant notre esprit s'immerger dans un paradis blanc, beau et intrigant à la fois.

Mais le paradis blanc, symbolique des moments d'évasion que chacun devrait s'accorder, ne peut être qu'un instant éphémère, une manière de se ressourcer afin d'affronter de manière plus douce, le réel.



« Sur l'idée de l'anticipation, mon travail tend à montrer une vision possible, voire prochaine, d'une partie de notre monde, ayant le visage d'une nouvelle mère nature: symbiose entre naturel et industriel. »







Que soient ici remerciés

Les étudiants de Mastère de l'École de Condé pour leur talent, leur travail acharné et l'abandon de leurs nuits;

Les équipes pédagogiques pour leur engagement, leur vision, la pertinence des problématiques proposées;

Les tuteurs des projets de diplômes pour avoir cru en l'impossible;

Les jurys de diplôme pour leur sagacité;

Les partenaires pour leur confiance;

Les équipes de Direction et Direction Pédagogique pour avoir rendu possible l'impossible;

Alexandra Malle pour la conception éditoriale et graphique de l'ouvrage;

Ambre Lormeau, Directrice Artistique, pour son professionnalisme;

L'imprimerie des Deux-Ponts pour sa rigueur et son amour du métier;

Kevin Guénégan sans qui rien de tout cela n'aurait vu le jour.



Le design graphique est tout à la fois une méthode
pour penser, une méthode pour agir,
une méthode pour faire et produire,
une méthode de résolution des problèmes.



MICHEL SERRES

école -
de condé
— DESIGN & IMAGE

BORDEAUX | LYON | MARSEILLE | NANCY | NICE | TOULOUSE | PARIS
www.ecoles-conde.com