

Exposer/S'Exposer

Dès son origine le design s'est posé la question de sa propre visibilité avec cette double contrainte d'apparaître et d'exister dans le champ artistique (au sens large) tout en cherchant à créer un lien particulier avec une clientèle potentielle et d'éventuels consommateurs. Dans un premier temps, intimement lié aux grandes expositions universelles comme la « Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations » de 1851 puis aux suivantes, il cherche également rapidement cette forme de reconnaissance spécifique que peuvent conférer certains événements comme les salons. En France, il faut attendre 1891 pour que le Salon de la Société nationale des Beaux-Arts et 1895 pour que celui de la Société des Artistes français accepte les réalisations de ce que l'on nomme alors les arts décoratifs ou arts industriels. Au-delà de ces manifestations qui scandent la vie artistique, le design s'inscrit parallèlement dans des lieux nouveaux, des musées dédiés - le South Kensington Museum (qui deviendra le Victoria and Albert Muséum) pour l'Angleterre en 1851, le musée des arts décoratifs, pour la France, inauguré en 1905 entre autres - mais aussi et surtout des commerces comme les maisons de détaillants ou encore les grands magasins que sont par exemple Le Louvre (1855) où encore le Printemps (1865).

Si le « pourquoi ? » et le « où ? » exposer fait débat le « comment » est pareillement discuté. En France, la plupart des acteurs se plaignent des médiocres conditions qui sont faites à leurs réalisations dans les premiers salons. Rejetées le plus souvent dans les arrières salles, elles ne disposent pas de l'espace ni de la lumière nécessaire à une vraie mise en valeur. Quelques rares endroits — comme le salon de la Libre Esthétique de Bruxelles - autorisent cependant des présentations plus conformes à la qualité des créations. C'est également pour cette manifestation que Serrurier Bovy puis Henry Van de Velde « composèrent [...] des appartements meublés et décorés avec une entente particulière des formes et de l'ornementation qui frappa vivement les visiteurs » en lieu et place d'une multitude d'objets hétéroclites.

Aujourd'hui l'importance du design et des différents protagonistes du domaine font consensus et certaines formes d'expositions - rétrospective des grands noms ou mouvements, biennale dédiée - le démontrent à l'envi. Pour autant cette question s'est considérablement complexifiée à la fois par l'éventail élargi des activités du design, par les méthodologies de travail réinventées, par le changement des habitudes de consommation et par la versatilité de ces mêmes consommateurs ou encore par la diversification des lieux proposés.

Ainsi, aux places physiques traditionnelles - musée, magasin en tous genres par exemple - se sont ajoutés et quelquefois substitués des endroits dits dématérialisés - site, blog, réseaux sociaux et autres - qui permettent à la fois de se montrer sans intermédiaire, et sans réalité physique pour une partie de la production, mais qui imposent également - par leurs puissances supposées - une forme d'investissement et d'asservissement. Si l'invocation de la fonction - simple vitrine, promenade réflexive, production en soi entre autres — peut-être légitimement discutée, celle de son impératif et de sa dépendance, pour bon nombre de designers ne manque pas d'interroger.

En changeant, en se transformant, en se renouvelant l'exposition du design se réinvente sans cesse. Le « quoi montrer » devient complexe. S'agit-il de soumettre le processus de réflexion, le travail préparatoire, un objet terminé, quelques procédés ? Dans le journal Télérama, Xavier de Jarcy remarque ainsi à propos de la Biennale de Design de Saint-Étienne : « L'édition (de) 2017, avait abordé les « mutations » du travail

dans toute leur vérité et leur violence. Prolétariat numérique, robotisation, chômage de masse... : rien n'échappait à la conscience critique des organisateurs. La présentation générale, avec beaucoup de textes et peu d'objets, avait surpris ». Pour ajouter au trouble, si le design est bien cet ensemble d'éléments plus ou moins matériel et concret, il est également - et souvent en même temps - tous les dispositifs qui permettent la monstration. Issu des savoirs faire du théâtre entre autres, le design d'environnement, par le biais de la scénographie, injecte en effet des compétences nouvelles, où le son, la lumière, le parcours du spectateur, la gestion des flux, donnent une épaisseur particulière à l'exposition quand il ne devient pas tout simplement l'objet même de l'exposition.

Partant du constat que la question de design produit aujourd'hui une multitude d'expériences d'exposition - du simple présentoir à une perception scénographie complexe, du packaging à un site sur internet, du musée au magasin, de l'unité de production à l'atelier, de l'espace public à l'espace privé - pour de multiples fonctions - vendre, exister, accepter, reconnaître, camoufler, prospecter, identifier par exemple - ce colloque consistera à interroger cette notion dans toutes ces dimensions en s'autorisant les chemins de traverse et les interrogations connexes.

Mots clés : scénographie, numérique, histoire, démarche, dématérialisation, design, art contemporain, musée, mutation, théâtre, spectacle, identité, sociologie, espace, produit, publicité, graphisme, marketing, événement.

Calendrier

Les propositions de communication, d'une vingtaine de lignes, seront envoyées à l'adresse suivante avant le 4 octobre 2019 : christophe.bardin@univ-st-etienne.fr

Elles seront accompagnées d'une présentation de l'auteur. Elles seront examinées par le comité scientifique du colloque.

Date du colloque : 28 et 29 novembre 2019

Organisateurs

Université Jean Monnet Saint-Étienne

École supérieure d'arts appliqués la Martinière/Diderot

Lieu du colloque : Université Jean Monnet