

Définition d'un patrimoine sensoriel vivant

De l'émergence d'un territoire culinaire à la création d'expériences transgressives et connectées

OPEN TO SEE THE PROJECT



racookiu,



PROJET DE: MARISELLA NATHALIE PACHECO NEVADO DE PATIÑO

Directeurs

Directrice de Recherche: TALBOT Delphine

Directrice Professionnel: BECHERAS Elodie

Mention

Master Creation Recherche et Innovation en Design Sensoriel et Alimentaire

Année

Période Scolaire 2017 - 2018

Université

Université Toulouse II Jean Jaures et L'Institut des Arts Superieurs Couleur Image et design







rcimen

J'aimerai dédier ce memoire à un merveilleux groupe de personnes qui m'ont accompagné, conseillé et encadré dans l'élaboration des pages qui suivent. Sans elles, que j'ai opérée ne serait pas un des moments les plus riches et les plus intéressants de ma vie.

D'abord, j'adresse mes a la startup Afrily. Ils a supervisé mon travail avec générosité tout en accompagnant mon processus d'écriture, entre clarification, reformulation et traduction. Cette equipe m'a ouvert les portes de la sensorialité du continent africain. Merci pour cette voyage!

Je n'oublie pas mon complice Aitor, qui a été d'une grande patience et d'une bienveillance sans faille à mes côtés pour les fois où les recherches nécessaires et la rédaction de ce mémoire ont pris sur notre temps de vie.

Je suis reconnaissante envers l'ensemble de l'équipe de l'Institut Supérieur Couleur Image Design - ISCID, à l'Association Cricao ; à commencer par Stéphane ROBERT et Delphine TALBOT pour leur accueil amical ainsi que pour leur incommensurable confiance à travers les aventures présentes dans ce dossier. Mon parcours au sein du Master 2 Recherche " Création Recherche et Innovation en design Sensoriel et alimentation " (CRIS) est particulièrement redevable à Elodie BECHERAS.

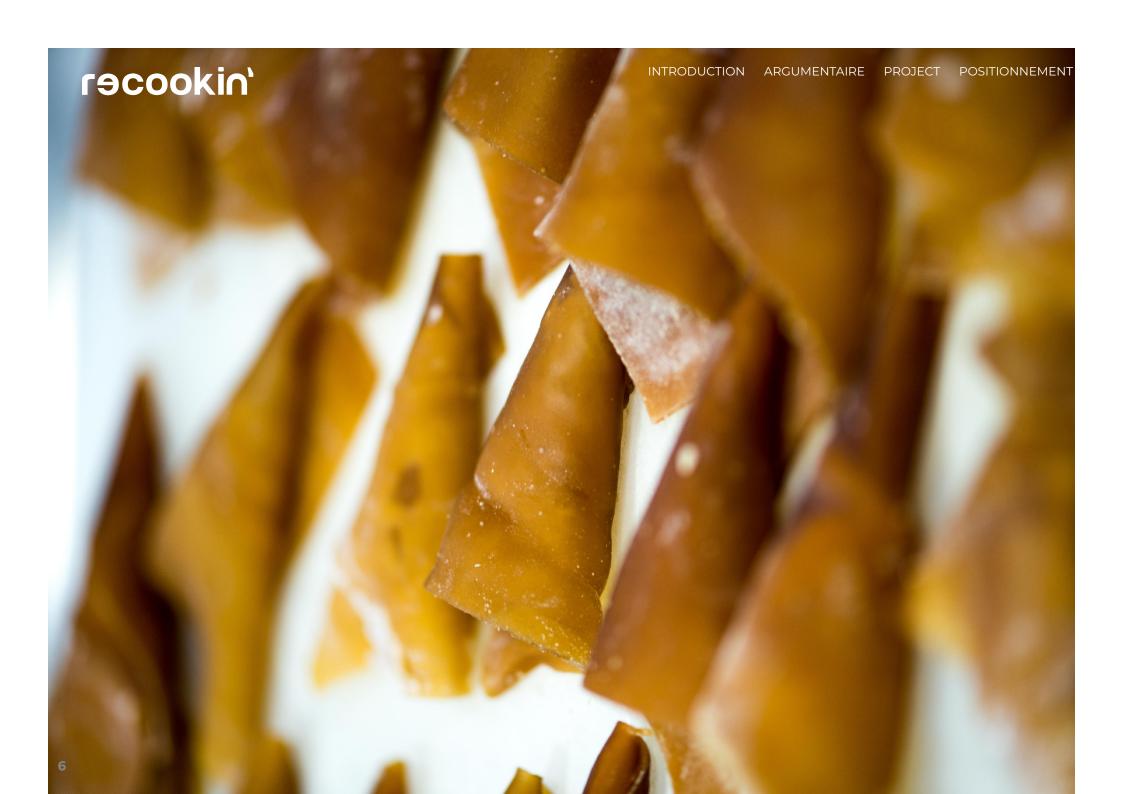
Enfin, je dédie ces réflexions à ma famille ainsi qu'à tous ceux qui, demeurés au Venezuela, m'ont constamment encouragé à persévérer jusqu'ici. Qu'ils soient honorés par ma gratitude, en remarquant ma curiosité artistique interculturelle et l'ouverture d'esprit inclusive qui prédomine dans ce projet.



racookiu,



- INTRODUCTION PAGE 07
- ARGUMENTAIRE PAGE 12
- PROJETS PAGE 34
- POSITIONNEMENT PAGE 52
- CONCLUSION PAGE 79
- BIBLIOGRAPHIE PAGE 82
- INDEX DES NOTIONS PAGE 90
- RESUME / ABSTRACT PAGE 91





Fermez les yeux un instant. Pensez à la dernière fois où vous avez été comblé en tant que consommateur. Pensez à toutes les fois où une expérience formidable vous a touché. Cette expérience a conquis votre coeur et votre esprit. Mais vous êtes-vous déjà demandé ce qu'elle avait de spéciale?

BRIAN SOLIS

ENTREPRENEUR AMÉRICAIN ET ANALYSTE DES TENDANCES DE RUPTURE

¹ La citation originale est celle-ci: "Close your eyes for a moment and think about the last time you truly had a great experience with a company as a consumer, an experience that captured your heart, mind, and spirit. What about it was special?" in SOLIS, B. (2015). X: The Experience When Business Meets Design. New York: John Wiley & Sons





Introduction

Pour le pédagogue américain John DEWEY, "l'expérience est la vie même. " ²Parce qu'elle fonde le cheminement dans l'existence. l'expérience est " ce qui arrive [à l'homme] et ce qui arrive à [son] environnement dans leurs rapports réciproques par la médiation de [son] activité " (DEWEY, 1938). En cela, l'expérience est à la fois cognitive, émotionnelle, engagée par la personne et incarnée (faite de sensations et comportements), ³tout en transformant de manière contingente un " environnement-pour-le-sujet ". 4Autrement dit. multidimensionnelle. l'expérience participe de l'humanité.

Or le design embrasse complètement le quotidien de l'expérience

humaine. 5Tout d'abord, comme démarche, le design transforme " le plan des objets techniques mais aussi celui des relations sociales et celui des formes de signification. " ⁶Joignant pensée et faire, cette démarche " matérialise le double sens du mot conception - entre connaissance et création ", en tirant parti de l'imprévu par l'incitation à l'expérimentation. 7Surtout, la dynamique du design incorpore l'expérience du designer dans toutes les dimensions du vécu. aussi bien intellectuel que sensible ; au gré des déterminations comme les heureux hasards (serendipity) (BERGER, 2014).

Quelle est la conséquence et la portée de l'interpénétration du design et de l'expérience?

Elle renouvelle continuellement la raison d'être des biens et des services peuplant notre quotidien. Leur jouissance installe durablement des usages et des pratiques observables et évolutives. En outre, ceux-ci mobilisent, parfois jusqu'à l'excès, la sensorialité de nos corps, ⁸et génèrent par là même des perceptions différenciées de et dans notre environnement. 9Ce phénomène est d'autant plus intense que nos sociétés se complexifient, avec l'accélération technologique comme cause majeure. 10Le design de l'expérience et l'expérience du design se mettent par conséquent au service de l'humain. ¹¹Partant, cette boucle permanente vise idéalement à inclure des publics diver-







Introduction

(2012), "Le Design Culinaire comme Potentiel de Valorisation d'un Territoire. Le Design r est-il mangeable?

Lis Le Master 2
Recherche "
Création Recherche et Innovation en design Sensoriel

M. (2017). This is Service Design Doing: Applying Service Design and Design Thinking in the Real World Sebastopol:

3SOLIS, B. (2019 7p. Cit.

americaine
Microsoft est une
des pionnières
dans ce domaine,
baptisé désormais
'design inclusif'
Voir Microsoft design
toolkit', https://
www.microsoft.
com/en-us/design/
inclusive (Lien
consulrié le 22 aont

sifiés par des expériences unificatrices.¹² Le designer intervient alors pour interpréter et réinventer les usages que nous faisons de ces biens et services. ¹³Dans ce cadre, il peut ultimement améliorer notre expérience en tant qu'utilisateurs, usagers, citoyens, consommateurs.¹⁴

Dans le cadre de ce dossier pour obtenir le Master 2 CRIS, ¹⁵l'alimentation constitue un terrain fertile pour exercer l'analyse et renforcer la créativité du designer et prouver l'importance définir et comprendre l'identité du concept, avant la conception. Elle porte à la fois des pratiques et des outils pluriels, des cultures et traditions, des enjeux et représentations identitaires déployés dans

le temps et l'espace pour émailler la trajectoire de nos sociétés. Ce sont autant d'éléments pouvant être investis, analysés et réinventés par le designer. A cet égard, dans les années 90, le design appliqué à l'alimentation voit le jour entre l'Espagne et la France avec des précurseurs ; tels le designer catalan Martí GUIXÉ, le chef espaanol Ferran ADRIA ou encore le pâtissier français Pierre HERMÉ. ¹⁶Mais précisément, des niveaux de pratiques, formations, métiers et de méthodes émergent dans le domaine même du design appliqué aux produits alimentaires. Il s'agit du design alimentaire (produits industriels), la performance culinaire (pratique plasticienne et événementielle éphémère), et le design culinaire (artisanat des métiers de bouche) (GALLEN et al., 2012). C'est donc à travers de l'alimentation que nous explorerons définirons la notion d'Identité et Patrimoine Sensoriel Vivant, comme base dans le processus de création, et la possibilité de fournir expériences globales avec nos créations.

Ainsi, pour confirmer notre choix professionnel, un focus particulier a été opéré et plusieurs expérimentations ont eu lieu. En ce sens, l'étude rôle du Patrimoine Sensoriel comme vecteur d'amélioration de l'expérience de l'utilisateur - celui qui déguste et savoure - est un axe majeur de ce travail. L'expérience intervient sur toutes les dimensions de l'alimen-







INTRODUCTION

Introduction

¹⁸LE BRETON, D. (2006). La Saveur du Monde. Paris Métaillé

17]JACQUOT, M., FAGOT, P. et VOILLEY, A. (2011). La Couleur des Aliments : De la Théorie à la Pratique. Cachan : Lavoisier tation, depuis la naturalité des aliments jusqu'à la constitution du patrimoine culinaire qu'est la gastronomie. En sollicitant les organes des sens, la vue et le panorama visuel expriment une sensibilité totale. 17Ces dernières génèrent des perceptions, à la fois pour anticiper, comprendre, valider (ou invalider) des goûts et des saveurs. 18 Mais, en irriguant des expériences vivantes et dynamiques, ces perceptions transforment toute gastronomie jusqu'à potentiellement la prolonger au-delà de son ancrage géographique et identitaire originels. Ce qui participe d'un double mouvement : d'un côté, les perceptions, avec en filigrane les configurations sensorielles, changent d'une

société à l'autre, et, de l'autre côté, cette relativité perceptive permet justement au designer de réinterpréter une gastronomie par le biais de la sensorialité visuelle et le Numérique. Nous proposons de créer une expérience globale (un univers), évolutive et connectée. Grâce à l'ethnographie (observation et récolte des données), à la recherche sur l'Expérience d'Utilisateur (analyse et synthèse) et aux avancées des neurosciences (empathie et état d'esprit) centrés sur l'humain, le designer s'attache à observer, analyser et tester les attentes, les associations, les présupposés, les modes ou encore les normes culinaires en lien avec le produit ou l'expérience visuelle.

L'aboutissement en est la propo-

sition du concept de "Patrimoine Sensoriel Vivant". Il matérialise les perceptions collectives transcendant les ancrages de l'existant. Le Patrimoine Sensoriel exprime le potentiel immense d'amélioration de l'expérience - comme dégustation et adoption - d'une gastronomie. Et ce, dans une navigation contextuelle entre les échelles, du local à l'International, de la culture d'origine à l'interculturelle. En conséquence, il devient possible de composer de nouveaux récits et de nouvelles stratégies gastronomiques pour l'avenir sans nier les traditions.

Les apports de ce travail sont prolongés, comme sujet du Projet Professionnel, sur le terrain du numérique, avec la volonté d'y dé-









Introduction

montrer également le potentiel analytique, interprétatif et créatif des mécanismes sensoriels et perceptifs. Ainsi que sa potentialité d'accueillir des univers connectés et vivants, qui renforcent son caractère sensoriel chaque jour à travers de ceux qui sentent : les usagers. En vue de notre insertion professionnelle, le designer identifie les perspectives d'amélioration de l'Expérience Utilisateur (User Experience Research) dans un contexte de transformation des interfaces technologiques et d'hybridation du réel (augmenté et virtualisé).

Sur cette base, ce dossier est constitué en quatre chapitres :

1. L'argumentaire de la recherche

Ce chapitre s'attache à présenter et à expliciter l'appareil méthodologique employé tout au long de notre recherche. En effet, présenté comme évident, le recours usuel du designer à l'ethnographie mérite une sérieuse justification. En outre, suite à la rencontre avec Delphine TALBOT19, enseignant-chercheur et artiste plasticienne, nous recourrons plus particulièrement au concept d'ethno-poïétique du design, ainsi qu'aux neurosciences pour aborder la sensorialité de la couleur. Cette sensorialité est socialement et historiquement relative, tout en véhiculant des éléments culturels et contextuels. C'est ce que nous nous sommes efforcés d'aborder par ailleurs par des démarches professionnelles de design inclusif et des approches de la perception humaine.

Dans ce cadre, deux projets ont contribué à introduire le potentiel de réinvestissement des perceptions collectives découlant de la couleur, et, partant de la possibilité de créer des expériences interculturelles fortes.

2. L'émergence des Patrimoines Sensoriels et la création d'un outil d'analyse Sensoriel.

Issus de nos enquêtes de terrains, nous mettons ici en lumière la démarche de conception d'un concept central: le "Patrimoine

¹⁹Voir le projet No Borders Fo Food en collaboration avec Delphine TALBOTI, l'associatic CRICAO ainsi que des homologues turques entre le villes de Toulouse (France) et







racookin'



Introduction

Sensoriel" et deux concepts complémentaires : le " Patrimoine Chromatique" et le "Territoire Sensoriel " et la traduction de la méthodologie dénommé Recookin' dans un outil numérique reliant. Nos observations analytiques, déployées sur plusieurs études de cas, enrichissent une synthèse émanent directement de l'application de la rigueur méthodologique requise. Dans ce cadre, le terrain a contribué à introduire le potentiel de réinvestissement des perceptions collectives découlant de la couleur, et, partant, la possibilité de créer des expériences interculturelles fortes.

3. La provocation d'une expérience immersive par le design

culinaire et sensoriel

Ce chapitre représente l'aboutissement de nos expérimentations en design culinaire et sensoriel. Elle matérialise une expérience immersive complexe. Il en résulte un projet professionnel étalé sur plus de huit mois, dénommé Melting Jar. Développé au sein de la startup Afrily, il entend exploiter professionnellement des pratiques et commercialiser des productions réinventant des traditions culinaires africaines. L'objectif est de faire écho auprès de la Diaspora Africaine, des citoyens du monde aux racines africaines. et, probablement, des personnes enthousiastes pour la rencontre inter- et multiculturelle. C'est ainsi aue nous soutenons en définitive la possibilité d'améliorer durablement l'Expérience Utilisateur (UX) de produits et services gastronomiques, en lien avec des technologies évolutives centrées sur l'humain.

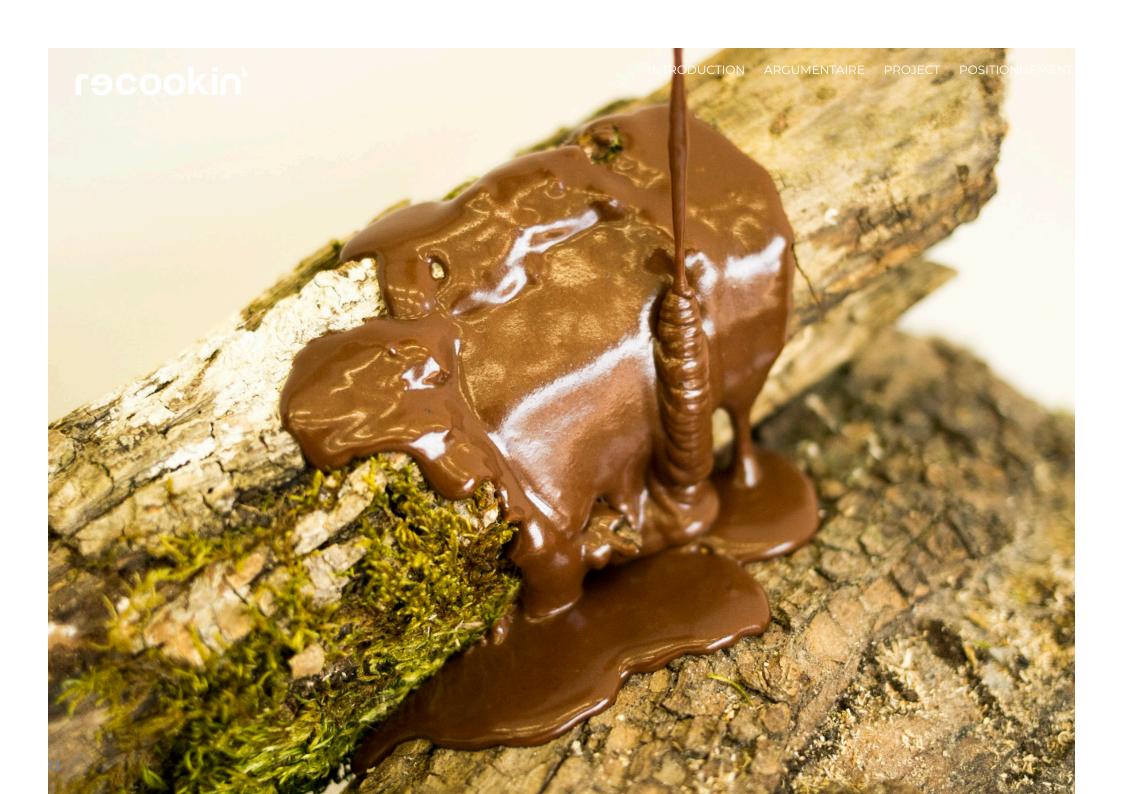
4. Annexe : Carnet d'expériences.

Il s'agit d'une compilation de plusieurs éléments ayant nourri la constitution de ce dossier : prises photographiques, brouillons d'idées initiales, notes et autres éléments. L'ambition est d'immerger le lecteur au sein des travaux préliminaires une fois qu'il aura traversé le résultat formalisé.















ARGUMENTAIRE

- LE DESIGNER ET SON TERRAIN : L'ETHNOGRAPHIE EN QUESTION
- ETHNO-POÏÉTIQUE ET DESIGN : LE CONTEXTE, L'HYBRIDATION ENTRE L'ETHNOGRAPHIE ET L'INSPIRATION
- DESIGN ET SENSORIALITÉ : L'USAGER ET LES USAGES, LA CRÉATION DES IDENTITÉS.
- LA RECHERCHE SENSORIEL AU SERVICE DE LA CRÉATION DES EXPERIENCES D'UTILISATEUR (UX DESIGN)

Argumentaire



Le seul véritable voyage, le seul bain de Jouvence, ce ne serait pas d'aller vers de nouveaux paysages, mais d'avoir d'autres yeux, de voir l'univers avec les yeux d'un autre, de cent autres, de voir les cent univers que chacun d'eux voit, que chacun d'eux est. ²⁰

Marcel PROUST,

écrivain français

²⁰ Cette citation est tirée de *La Prisonnière in A La Recherche du Temps Perdu* (Tome 5) PROUST M. (1923, rééd. 2008). La Prisonnière, Paris : Le Livre de Poche







NORMAN, D. 988). Ibid.

23 Notre réflexion est ici reconnaissante envers plusieurs

²²Nous empruntons la perspective d'Annie GENTES

²¹BRANZI, A. (1985). *La Casa Calda.* Paris : L'Équerre

> est tirée de La Prisonnière in A La Recherche du Temps Perdu (Tome s) PROUST, M. (1923, rééd. 2008). La Prisonnière, Paris:

Argumentaire

L'ETHNOGRAPHIE EN QUESTION

Le designer et son terrain

"Le designer est un professionnel bien particulier. A la fois praticien, chercheur, concepteur, il est aussi inventeur de scénarios et de stratégies. ²¹ Son projet s'exerce sur "les territoires de l'imaginaire, [pour] créer de nouveaux récits, de nouvelles fictions, qui viendront augmenter l'épaisseur du réel." (BRANZI, 1985)

En cela, le designer crée du sens et des liens logiques entre les choses, grâce à l'hybridation de pratiques, d'approches, de postures et de disciplines.²² Concrètement, sa culture se nourrit des arts, des techniques, des sciences humaines et des sciences du Vivant (GENTES, 2015). C'est pourquoi il navigue constamment entre le conceptuel et le concret, entre le potentiel et l'effectuation, entre la finalité et sa réalisa-

S'il est surtout sollicité et célébré actuellement, et bien plus qu'il y a vingt ans, c'est que le designer est devenu un facilitateur - médiateur - producteur - réalisateur de choix au sein de sociétés humaines saturées d'objets, de discours, de

besoins et de sens contradictoires. ²³Surtout, le designer crée des liens face à la disparité, la diversité et la variété des choses (concepts, images, symboles, flux, processus etc.). Autrement dit, le design et le designer sont au service de l'humain. ²⁴Pour cette raison, c'est indispensable pour lui de comprendre le contexte, le terrain et les gens, s'immerger dans les pratiques et aussi d'observer soigneusement. C'est dans ce besoin que l'ethnographie trouve sa place.

Nous concernant, au moment de



Argumentaire

"DOURISH, P. (2006), " mplications for Design ", C) 2006, April 22-27

> evoir IILLION, U. (2004), ii etal une fois l'Ethnographie. Paris : Points

²⁵Voir TILLION, G. (2004). *II é une fois l'Ethnographie*. Par : Points croiser les méthodes de l'ethnographie et les techniques créatives du design, la gastronomie
est un terrain intéressant. La gastronomie est la porte de l'identité. Il y est possible d'analyser des
pratiques et des usages culinaires
pour les mettre en lien avec la
culture, l'identité, le territoire,
de même qu'en relation avec les
autres gastronomies du monde.
De ce fait, le designer s'attache à
l'explorer pour pouvoir réinterpréter et réinventer son objet d'analyse.

Mais comment peut-il procéder?
Une piste sérieuse est celle de l'ethnographie, tant cette méthodologie est couramment utilisée par les designers contemporains.
Puisant dans l'anthropologie,

comme étude de l'homme et des groupes humains, l'ethnographie promeut l'immersion du chercheur sur le terrain ainsi que sa participation directe dans les activités du groupe qu'il analyse. ²⁵Ainsi il peut synthétiser ses observations afin d'en construire une compréhension, tout en renforçant sa démarche méthodologique d'enquête.

Cependant, il faut noter une asymétrie dans la relation du design à l'ethnographie. Si le recours à cette dernière est consensuel, l'appropriation varie dans ses modalités, depuis l'observation jusqu'à la création. La littérature pointe, notamment, des " bricolages méthodologiques " qui font office de normes d'enquête. ²⁶Et

ce, sans qu'il ne soit toujours possible de les reproduire d'un terrain à l'autre ni forcément de les enseigner. Par ailleurs, d'autres chercheurs s'insurgent contre la "réduction de l'ethnographie à une boîte à outils d'extraction de données depuis un contexte. "27Pour eux, ce sont les ethnographes qui seraient d'abord arrivés dans le domaine du design, non l'ethnographie. Voici ce que nous en retenons:

"L'ethnographie prend en compte les perspectives et les expériences des membres du groupe. Cependant elle ne se limite pas à la simple transcription des ressentis de ces expériences [...] L'ethno-





Argumentaire

graphie n'expose pas uniquement des observations mais surtout les relations entre ces observations. Elle est fondamentalement interprétative. En effet, les résultats obtenus ne se bornent pas à des énoncés analytiques sur les expériences des membres. Ils portent surtout sur la manière dont ces expériences peuvent être comprises comme interaction entre les membres de ce groupe et l'ethnographe." (DOURISH, 2006)

En ce sens l'ethnographie paraît adéquate pour aborder des problématiques du design, et dans le cas plus spécifique de ce memoire: du design culinaire ou gastronomique, et dans la recherche d'un "Patrimoine Sensoriel". Mais il nous est impératif de trouver une méthodologie à même de crédibiliser un domaine et une activité mouvante par nature tel que le design; éminemment créative de surcroît.





racookin'

Argumentaire

LE CONTEXTE, L'HYBRIDATION ENTRE L'ETHNOGRAPHIE ET L'INSPIRATION

Ethno-poïétique et design

Mais comment est-il possible de connaître le terrain ? De comprendre une identité ?

En tant qu'activité, le design va à la rencontre de son objet (acteurs, pratiques, processus etc.) pour en retirer une liberté d'interprétation analytique à finalité double, comprendre et contextualiser. Plus précisément, avec son carnet de bord, le designer oscille sans relâche entre immersion et mise à distance face à son terrain dans une logique d'interaction. Celui-ci est confronté au hasard, au surgissement de l'inattendu, produisant

des inventions avec le moteur de l'imagination.

A cet effet, en citant COPANS, ²⁸TALBOT rappelle que le terrain permet une construction de connaissance d'une manière singulière. ²⁹Plus précisément, au sein d'un voyage, le terrain est à la fois objet de connaissance et objet de relation où l'enquêteur mène une expérience personnelle. Soit un " savoir sur le cheminement et la manière de construire ce même savoir." En outre, il est possible d'envisager le terrain sous plusieurs aspects, tels des objets

(collections, classements, expositions), des textes, des images, et un inventaire des produits de la recherche (COPANS, 1998). Ces derniers deviennent alors de précieux outils de compréhension pour construire des systèmes et des modèles d'interprétation. Or l'enjeu per se de l'activité du designer est de mobiliser des outils pouvant construire une traduction de la relation avec le terrain. Autrement dit, pour reprendre TAL-BOT, proposer un modèle qui fait système.

C'est en ce sens que la **proposition**

²⁹TALBOT, D. (2009), " Relations Europela conception des tendances et les prati tinctoriales : essai d'ethno-poiétique " (Tl Université Toulouse Jean Jaurès)

²⁸Voir COPANS, J. (1998). *L'Enquête ethnolog de Terrain*. Paris: Armand Colin



ARGUMENTAIRE

Argumentaire

d'une ethno-poïétique, comme science et philosophie de la création, par TALBOT trouve toute sa pertinence. Cette dernière la définit comme un va-et-vient permanent entre " construction de connaissance " et " immersion ". combiné à l'acte créateur ". En effet, cette démarche ne cherche nullement à dévoiler ni à prouver. Au contraire, elle vise à découvrir par la rencontre et à inventer, avec l'imagination comme création. Elle entend également garder la diversité des usages et la complexité des regards. De même, elle laisse place à des représentations, des relations, des réseaux plus fluides et provisoires. ³⁰Pour TALBOT, le travail de création commence déjà lors de l'en-

quête, où le carnet de bord (description et inventaire) est témoin d'un cheminement particulier. Mieux encore, MAUSS soutenait déjà que l'enquêteur est en situation d'interaction avec son terrain. où l'observateur est susceptible de s'observer lui-même. Son Manuel exprime ici toute sa fertilité pour accompagner la démarche dévoilée en plusieurs procédures : 31

INTRODUCTION

- · Amont : recueil d'objets fabriqués, contes, témoignages, anecdotes
- · Terrain : collectes et entre-
- · Localisation et datation : circonstances de l'observation
- · Phénomènes de civilisation : coutumes, outils, techniques

pour la contextualisation historique et géographique

· Phénomènes généraux : psychologie politique nationale et ses rapports avec les rituels

Il devient possible et nécessaire de contextualiser les données collectées et qualifier la posture - avec des attentes et des constructions particulières - du designer / chercheur. Pour reprendre la vision de TALBOT, celui-ci est sans conteste " acteur d'une phase d'un processus de création à venir, mêlant engagement participatif, observation, collectes, apprentissages, expérimentation, conception ". En outre, TALBOT enrichit lesdites procédures pour matéria-



liser l'ethno-poïétique de la recherche en plusieurs étapes :

- La collecte de matériaux de diverses catégories (photographique, cinématographique, phonographique, graphique, voire " réel " issu d'échantillons récoltés);
- La notation pour signaler la valeur des matériaux dans leur contexte de prélèvement. Entendons par valeur : technique, symbolique, religieux, magique etc.;

La détection et la prise en compte de la variation dans le temps de l'ensemble des habitus, ayant trait aux corps, aux gestuelles ou encore aux couleurs.

Partant, nous reprenons le projet

de TALBOT dont un des enjeux critiques est d'inventer des notions adaptées au terrain d'étude pour rendre compte de plusieurs aspects fondamentaux:

- L'expérimentation et les savoirs ;
- Le faire et les usages " en acte " .
- Les relations sociales, les structures de signifiance et de représentation.



racookin'



Argumentaire

té et sa culture pour laisser une

trace au-delà de sa mortalité, par

l'ancrage de traditions dans l'his-

toire. 33 Dans ce cadre, l'homme

interagit avec la complexité du

réel en lien avec son environne-

ment et son contexte par le biais

L'USAGER ET LES USAGES, LA CRÉATION DES IDENTITÉS.

Design et sensorialité

Au-delà de la connaissance et de la pensée, l'homme construit sa conscience du monde - son être-au-monde³² - par l'action, l'usage, la pratique grâce aux activités créatrices, qu'il s'agisse de faire ou d'agir. Et c'est à travers de ces usages qu'il donne/construit une identité. Il transmeat son identi-

du corps humain. Ainsi, il embrasse son existence en relation et en situation. L'homme s'envisage alors par le sentir fondé sur le corps, c'est-à-dire par des résonances sensorielles et perceptives. 34II chemine dans un univers sensoriel lié à sa culture. à son éducation et à sa trajectoire personnelle, de la même manière que chaque société dessine une « organisation sensorielle « propre (LE BRETON, 2006). Mieux, au-delà de la dimension spirituelle de la condition humaine, il y aurait un " je sens donc je suis " car " le tière de sens, mais [aussi] l'instrument premier pour appréhender le monde. " ³⁵La considération du corps - comme une réalité duale, physique et symbolique - participe d'ailleurs de constructions idéales, identitaires, rationnelles, ou encore idéologiques pour former un ordre social. ³⁶

En tous les cas, un sens peut emprunter les attributs d'un autre, et la conjugaison des ceux-ci opère en de multiples variantes : les mains veulent voir, les yeux veulent toucher, ou encore,

DRBIN, A. (dir) 6). *Histoire du* 5s. Paris: Points, mes

35LE BRETON, D (2006). *Ibid*.

34LE BRETON, D. (2006). *Op. Cit.*

> Jacure ARENDI, H. (1958, rééd. 2002). La Condition de l'Homme Moderne. Paris: Pocket

ce concept
dans le sens de
dans le sens de
lo dans le sens de
lo philosophe
allemand Martin
HEIDEGGER,
HEIDEGGER,
HEIDEGGER,
M.
(1927, rééd. 1992),
Être et Temps, Paris

l'oreille veut sentir. Ils exercent leur activité en conjonction, tout en démultipliant les informations échangés et livrés. Et ce, sans que l'expérience cognitive ne soit noyée dans la forme sensible de l'existence humaine. A ce titre, commencer par comprendre comprendre et contextualiser l'expérience visuel d'un utilisateur est significative. Elle conduit à des usages linguistiques différenciés : le brillant, le sale, le sombre, le sec

Toujours est-il que les configurations sensorielles sont relatives d'une société à l'autre. Ce qui implique en outre la considération d'une réalité double : la coexistence de la pluralité humaine avec l'individuation. 38 De la sorte.

et l'humide.37

le designer cherche à construire une cohérence entre les figures sensorielles, pour tenter une (ré) interprétation des informations, leur traitement contextualisé, ou encore leur réinvention en lien avec l'humain.

Prendre conscience de la dimension sensoriel de la donne à collecter en amont ou dans le terrain, nous permettra de chercher la notion multisensoriel de nos observations et inspirations, établir des liens entre le goût et la vue. du bruit avec la texture. etc. Nous proposons contextualiser à travers de la sensorialité en cherchant par chaque élément important les visuels. les bruits. les textures, les odeurs et les goûts qui sont associés à lui.

Aussi devient-il possible de préserver, de transmettre ou de renouveler des usages et des pratiques. La sensorialité est donc inhérente à l'expérience humaine du monde, la meilleure façon de comprendre et de s'approcher à l'usager, et celle-ci est tributaire de la perception.





Argumentaire

CONTEXTUALISER AVEC UNE MÉTHODOLOGIE SENSORIEL

Design et perception

11NORMA (1988). *Op*

2017). Megatech. echnology in 050. London : The

olf THACKAKA, 2005). In The Ibble. Design In Complex World. mbridge: The

voorialitei en la sensorialitei à la fois comme caractéristique du système sensoriel de l'organisme et comme capacité de celui-ci à

"La Démarche de Design entre Projet et Expérience : en Expérience : qui hybride Penser et Faire ", Communication & Communicati

Par ailleurs, il nous faut rappeler design utilise des outils d'analyse, des concepts et des méthodes issues, notamment, des sciences humaines. Mais "il ne s'agit pas seulement d'emprunts à différentes théories et méthodes, il s'agit de construire un objet nouveau, un X, et cet X permet de reformuler les théories et les méthodes " (GENTES, 2015).

Par conséquent, après l'observation et recollection ethnographique, l'interprétation hybride avec la poïétique pour assurer une recollection centré sur l'humain.

la contextualisation sensoriel qui permet contruire un contexte riche et solide, le design est fondamentalement création. Par création, il faut comprendre un second moment du faire, en relation avec les savoir-faire et les usages observés sur le terrain. De la sorte, le designer peut réinterpréter et réinventer ces mêmes usages pour de nouveaux contextes. Cette démarche sera d'autant plus pertinente que le designer maîtrise les mécanismes de la perception humaine dans son processus de création. Or la perception revêt un caractère intrinsèquement sensorielle ; perception et sensorialité forment alors une boucle.

Cela est particulièrement vérifiable, une fois encore, en analysant le rôle de la dimension visuel dans la gastronomie. En effet, le sens du goût est capital pour déterminer l'acceptabilité ou non d'un aliment avant l'ingestion. Pour que le goût soit perçu, une substance doit se dissoudre et se répandre par les papilles gustatives. Autrement dit, les substances très diffusibles, comme les sels et autres petits compo-





racookin'



Argumentaire

""SPENCE, C. (2015), "On the Psychological Impact of Food Colour", Flavour,

*3DELWICHE, J. E. (2012), " You Eat With Your Eyes First ", Physiology &

42Le " test Lüscher " a permis de démontrer comment les

41|NRA (2012). Comportements alimentaires.

Physiology of the Human Body.
Philadelphia:

sés moléculaires, excitent plus de terminaisons gustatives que les moins diffusibles, comme les protéines. ⁴⁰Ce qui nécessite davantage de temps qu'il ne faut dans notre approche automatique des aliments.

Peut-on dans ce cas ressentir et installer le goût sans goûter?

En fait, notre cerveau se sert d'un outil l'aidant à optimiser et à accélérer la perception du goût. Il considère des éléments comme la texture, la forme et l'ambiance, et surtout, la couleur. ⁴¹En cela, la perception de la couleur est très significative ⁴²et notre cerveau déclenche un répertoire sensoriel et culturel, enrichi selon le lieu et l'époque (LE BRETON, 2006). Sans goûter, une association cou-

leur - saveur/texture/bruit/odeur s'opère.

La multiplication des travaux en neuropsychologie - mobilisant notamment la neuroimagerie - a permis d'aboutir à plusieurs conclusions en la matière, validant la fameuse maxime " nous mangeons d'abord avec nos yeux " :43

Les repères visuels revêtent une importance capitale dans la perception et l'interprétation des sensations générées par la couleur;

- De même, ces repères visuels peuvent modifier la manière dont le goût, l'odeur et la saveur sont perçus;
- Il existe des associations acquises par l'apprentissage induisant une perception ver-

ticale - et hiérarchisée - de la saveur perçue;

• La saveur perçue est affectée selon le degré d'association des facteurs visuels dominés par la couleur (ou son absence).

Par ailleurs, la littérature spécialisée soutient une nuance digne d'être soulignée :44

- Le goût (taste) renvoie à la perception du sucré, de l'acide, de l'amer, du salé et d'autres goûts basiques. Ceux-ci sont détectés par les récepteurs situés en premier lieu dans la cavité buccale :
- A l'inverse, la saveur ou l'arôme (flavor) se réfère aux expériences sollicitant un composant rétronasal pour aboutir



à des qualifications telles que charnu, brûlé, floral, fruité, citronné etc.

Par conséquent, l'anticipation de la saveur intervient systématiquement au vu de la couleur, avant d'être renforcée et complétée par le goût. La combinaison des deux mécanismes génèrent des attentes fortes en termes de perception et de comportements, automatiques, en relation avec l'imbrication de la couleur des aliments avec son environnement (les "product-extrinsic cues "ou repères extrinsèques du produit). D'autres travaux récents en neurosciences ont même démontré la plasticité des mécanismes de perception face à la multiplicité des stimuli extérieurs, dont fait partie

la couleur. 45

Le potentiel d'associations couleur - saveur légitime en conséquence une démarche créative de design dans le cadre de notre recherche. La boucle sensorialité - perception est dynamique, et valable dans plusieurs dimensions (sensations et littérature, sensations et histoire, sensations et pratiques, etc), tout en étant au fondement de la qualité de l'expérience.

45Voir LOTTO, B. (2017). Deviat : The Science of Seeing Differently. New York : Hachet





Argumentaire

Le patrimoine sensoriel vivant et le design

49Voir LOTTO, B. (2017). Deviate: The Science of Seeing Differently. New York: Hachette Books

47LE BRETON, I (2006). Op. Cit.

**Jean-Jacques Boutaud,

« Du sens, des sens.

Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible », Semen (revue en ligne), n° 23, 2007, URL: http://semen.revues.org/sout (consulte le "b] anvier 2014) (Jean-Jacques Boutaud,

« Du sens, des sens.

Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible », Semen (revue en ligne), n° 23, 2007, URL: http://semen.revues.org/sout.

« Plus que jamais, le sens de l'expérience est guidé par la recherche de sensations, par l'immersion dans des contextes enveloppants, polysensoriels [...]. Une sensibilité d'époque où le mode de vie est élevé en style, le style converti en signes, et les signes en concept, avec le mot d'ordre, ou plutôt un mode émotionnel dominant, récurrent : vivre une expérience, éprouver toujours plus de sensations. Faire toujours mieux dans le syncrétisme du

Jean-Jacques Boutaud, professeur en sciences de l'information et de la communication, Université de Bourgogne

En partant de cette citation nous confirmons que l'homme s'envisage alors par le sentir fondé sur le corps, c'est à dire par les résonances sensorielles et perceptives⁴⁷. Le besoin émergent pour les professionnels en chercheantt à créer des solutions pour les humains qui dérivent de cette affirmation, de l'indispensable patrimonialisation du sensible⁴⁸ pour créer en prenant en compte les usages, commencer à concevoir des expériences globales avec les créations. Dans cette optique, cet écrit essaye de justifier une nouvelle méthodologie exploitant la compréhension de la sensorialité humaine qui pourrait instaurer des nouveaux paradigmes dans le domaine du design.

Que ce soit dans les sciences dures ou les arts, dans les domaines techniques ou dans la vie courante, l'interaction d'usager est gouvernée par le ressenti des humains. Il est donc nécessaire d'appliquer des stratégies centrées sur la sensorialité et les modes d'usage pour la jouissance des biens et services. 49 Cette articulation permet aux citoyens "consommateurs "utilisateurs, que





Argumentaire

³LE BRETON, [2006). Op. Cit.

PFrançoise Choay, l'allégorie du atrimoine, Seuil, aris, 1996 (1992 pour

Article ¹ du code du trimoine, adopté r l'ordonnance n° 04-178 du 20 février

la Sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, 17 octobre 2003, Art 2, http://www. unescoorg/culture/ich/index. php?je=fix.go=0002#art2 nous sommes, de bénéficier de solutions répondant au plus près de nos attentes et permet au designer de réinventer les usages et les pratiques concrètes pour d'autres contextes.

Le résultat de la compréhension de la sensorialité humaine, des usages et de l'identité composent ce que Simonnot nomme le patrimoine sensoriel, et l'UNESCO le patrimoine culturel immatériel. Le patrimoine sensoriel est en vogue dans l'actualité des arts, centré sur « les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés à une société »50. Peu compris et peu connu en dehors de la pra-

tique artistique, il est particulièrement difficile à définir. Cependant il peut permettre de poser des fondements, des idées et la compréhension d'usages primordiaux à toute création en design.

Sa fragilité conceptuelle dérive du fait que le mot « patrimoine » est employé dans divers domaines et semble avoir un sens de rassemblement ou de cumul, d'identité, de transmission entre générations, comme la culture, la gastronomie, les traditions ou l'information génétique⁵¹. Dans un contexte architectural nous trouvons une notion de patrimoine sensoriel de base, il est défini comme l'ensemble d'immeubles historiques d'une ville, région ou pays et constitue une partie du

patrimoine matériel, dans ce domaine il seul « exige des tours, parcours, détours, qui impliquent l'investissement du corps entier »⁵². Sa contrepartie immatérielle pourrait être exemplifiée par le patrimoine gastronomique où les ingrédients et la façon de les consommer ont une étroite synergie avec les traditions et la culture et gardent relevance pour l'identité d'une région.⁵³

Cependant, le patrimoine sensoriel se trouve au croisement des patrimoines matériels et immatériels, le premier en raison de sa nature physique, le deuxième à cause de son caractère éphémère et évolutif. Ce patrimoine doit être reconnu comme une nouvelle catégorie qui doit se démarquer des



racookin'

Argumentaire

ssCf. Hervé Mazurel, « Histoire des sensibilités », ii Christian Delacroix, François Dosse, Patríck Carc et Nicolas Offenstadt (dir.), Historiographies I, Gallimard, 2010, p. 255-261.

54Alain Corbin, Le Miasme et la Jonquille. L'od et l'imaginaire social, XVIIIe-XIXe siècles, op. ci **autres**, y compris des autres définitions du " patrimoine sensoriel " car il prétend ouvrir une brèche dans les définitions du patrimoine classique.

Il serait difficile de penser que les communautés ou les individus puissent reconnaître, à un moment de leur histoire, l'appartenance d'un environnement sensible donné à leur patrimoine culturel. Cet environnement est difficile de saisir et d'étudier comme l'explique Alain Corbin⁵⁴, qui met en avant « la fugacité de la trace » comme un obstacle évident pour la recherche et établissement du patrimoine sensoriel traditionnel, une difficulté qui interroge la légitimité scientifique d'une recherche aux frontières

des disciplines classiques et qui a toujours été jugée périlleuse⁵⁵. Ce caractère fugace pose également la question de leur conservation et de leur restitution dans une logique patrimoniale. Une logique statique, stoïque serait inadaptée pour la recherche de l'identité vias le sensoriel en raison de sa nature changeante, évolutive et vivante. Je propose une définition du patrimoine reconnaissant de son caractère vivant, un patrimoine sensoriel vivant qui se rapproche toujours de l'humaine et ses besoins.

La démarche et le profil d'un designer ont une grande capacité d'adaptation à un environnement en continuelle évolution, en proposant **la seule véritable façon de**

conservation du sensible comme l'est la re-création ou la revisitation, car nous ne pouvons pas l'empêcher au patrimoine sensoriel de continuer vivre, de grandir, mais nous pouvons tout simplement le réinvestir. La patrimonialisation du sensible suppose en réalité une certaine forme de re-création des environnements sensoriels. Pour exemplifier, diffuser les odeurs d'une activité ancienne suppose la recomposition des mélanges chimiques dont il faut avoir conservé la mémoire. La conservation de ce patrimoine ne peut dès lors s'opérer que dans un cadre ponctuel auquel les expositions ou les manifestations publiques se prêtent bien. Finalement, la notion "d'œuvre unique



"qui justifie les mesures de patrimonialisation butte sur le caractère reproductible et multipliable des phénomènes sensibles. La difficulté liée à l'identification et recollection du patrimoine et finalement, de la construction d'une identité pour sa reproduction, a créé une industrie dédiée à l'exploitation de la mémoire comme un patron, fixe et constant et c'est le propos de cette méthodologie de transgresser ces patrons vias la sensorialité.



Argumentaire

LA RELATION ENTRE LA RECHERCHE ET LA PRODUCTION

La Recherche Sensoriel au service de la création des Experiences d'Utilisateur (UX Design)

Au long de la deuxième partie, nous allons parcourir en détaille le voyage vers l'émergence d'un patrimoine sensoriel vivant dans le cadre d'un projet professionnel réel centré sur le continent Africain. Ainsi, que la création d'un outil numérique qui envisage faciliter l'identification de cette patrimoine dans le futur. Afin de vous mener dans cette démarche voici les liens entre les inspirations scientifiques et la démarche de création.

Nous avons envisagé le protocole ethnographique selon les étapes

décrites comme suit :

1. La collecte de matériaux pluriels, au sens de TALBOT, et l'exploration approfondie de l'histoire générale de l'Afrique (pré-coloniale, coloniale et postcoloniale), l'identification des caractéristiques physiques du continent, la trajectoire des matières premières agricoles, l'évolution démographique et migratoire (et des logiques de peuplement) à très long terme hors et vers l'Afrique;

2. Le recueil et l'accumulation

des phénomènes de civilisation au sens de MAUSS pour tenter d'identifier tout ancrage ou évolution des usages et pratiques alimentaires et leurs enjeux de sociabilité (dégustation et consommation en collectivité extra-familiale, en famille ou seul);

3.Le recueil de phénomènes généraux au sens de MAUSS pour tenter d'explorer les fonctions religieuses médicales et politiques de l'alimentation (rituels, pharmacopée, banquets royaux etc.) à l'échelle continen-



tale.

4. L'analyse des résultats avec regard/posture multisensoriel de la donnée en prenant comme inspiration la démarche de LE BRETON.

Par l'ancrage ethnopoïétique de notre démarche, il s'est véritablement agi d'étudier les manières de "faire" (et par extension, de "dire" et de concevoir) et de considérer la diversité (TALBOT, 2009). Avec la richesse et la densité des matériaux accumulés, il nous a été possible de mettre en image des "saillances" contextualisées:

- Le constat de mets majeurs hors des lieux communs;
- Certains ingrédients récurrents avec des usages contrastés aux mêmes endroits ou à

des endroits éloignés les uns des autres;

 Des moments précis de consommation alimentaire (i.e. modes de production et usages).

Ce protocole permet d'effectuer une cartographie thématique, révélant par là-même une pluralité des territoires culinaires en lien avec les caractéristiques socio-culturelles, symboliques, techniques et gastronomiques du continent africain.

En accentuant la démarche, il nous a été possible d'effectuer des combinaisons et des classements par la **modélisation de catégories** sensorielles des mets et ingrédients, en tenant compte de leurs effets psychologiques et physiolo-

giques sur les Africains:

- La variabilité et les particularités de préparation de mets issus du même ingrédients;
- L'ingéniosité dans la recherche de production de saveurs caractéristiques;
- L'importance durable des gestes de consommation, notamment avec la main ;
- La pénétration des cuisines dans les autres sphères de production culturelle (récits, contes, chansons etc.)

Par la suite, notre exercice de synthèse avait vocation à faire surgir une interpénétration d'ambiances multisensoriels (chromatiques/visuels, gustatives, musicales, sensibles, tactiles) caractérisées, fruit du hasard, avec des lieux





communs généralement associés à l'Afrique (" chaleur ", " poussière de brousse ". " couleurs vives "). Or ces ambiances ont fait émerger un couple tradition-modernité rendant possible l'invention de nouveaux modèles de valorisation de la gastronomie africaine, qui devient le Patrimoine Sensoriel Vivant et la base de l'identité du projet et des créations. Soit l'invention de " nouveaux modèles " par la poïétique de substitution et la construction d'espace de significances efficients (TALBOT, 2009). Avec les nouvelles technologies à sa disposition, et la puissance de la foule connectée (crowdsourcing), le designer peut dès lors synthétiser une expérience commune et organiser de nouvelles représentations mentales, des correspondances et des associations renouvelées chez le consommateur.

C'est pourquoi l'aboutissement de ce protocole consiste à concevoir un **outil susceptible de générer des tendances** *contextualisées,* au sein duquel il sera possible de :

- Collecter, recueillir, organiser, agencer des matériaux en continu;
- Prélever des "saillances":
- Constituer des collections (combinatoires d'échantillons, de mots clefs, d'images et de couleurs);
- · Constituer des collections;
- Organiser des structures:

En cela, notre objectif est clairement de fournir des planches de tendances approfondies et des

éléments de mesure (qualitatifs et quantitatifs) issu du terrain, hors d'une démarche globalisante ou encore d'un existant modélisé (et de lieux communs déjà investis). Autrement dit, les tendances écrivent la mémoire du terrain qui elle-même est en toujours en train de se faire. Surtout, les tendances, entendues comme vecteurs de pratiques et d'usages en construction, constituent un va-et-vient opératoire entre immersion, expérience et expérimentation et mise à distance. construction de connaissance et modélisation (TALBOT. 2009). Sans oublier les heureux hasards et découvertes auxquelles elles invitent ou qu'elles initient.





Argumentaire

Les apports de la pensée par le Design d'Expériences **Utilisateur (UX** Design)

Centré sur l'humain,56 le Design des Expériences d'Utilisateur (UX Design) investit directement les données collectées sur le terrain pour être alignés sur les utilisateurs potentiels du produit ou du service à concevoir (NOVA et al., 2015). Grâce à une meilleure connaissance des mécanismes de la perception humaine, le designer synthétise et traduit ces

données en un cadre intelligible générateur de concepts et d'idées clés aux sources de solutions centrées sur l'humain.

Plusieurs étapes cumulatives pratiquées par les designers professionnels - sont en cela nécessaires:

- L'exploitation de données brutes - en équipe et pendant plusieurs jours ou semaines issues de notes, de citations, de photographies, d'observations de terrain ou encore de statistiques etc.
- · Le regroupement des contenus labellisés en groupes, interagissant avec les retours (feedback) dynamiques et continus du terrain:
- Le regroupements des

groupes en thèmes pour aboutir à des idées clés (insights) pouvant constituer des opportunités d'actions.

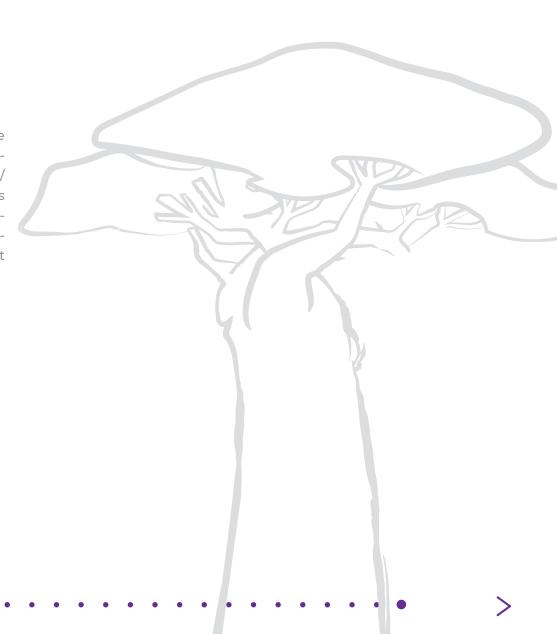
De ce fait, transposer la connaissance des mécanismes perceptifs individuels au niveau collectif permet de renforcer l'émergence des patrimoines sensoriels vivants. Ces derniers deviennent un outil précieux pour comprendre le double mécanisme du faire (sur le terrain ou pour le designer), tout en consolidant l'inclusion d'utilisateurs des plus divers en vue d'une expérience sans cesse améliorée; et finalement proposer des produits et solutions pertinents, avec une méthodologie efficace qui fait une hybride de créativité, articulant les méthodes

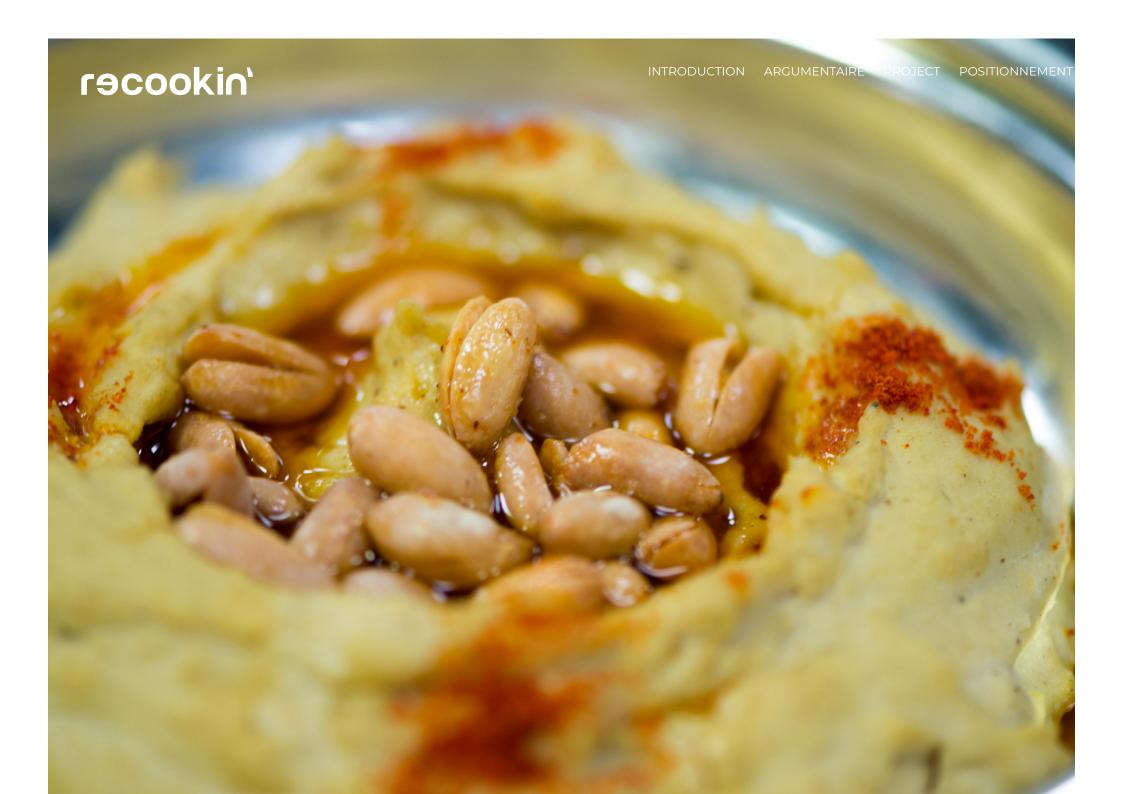




de la recherche et la démarche de production centré sur les utilisateurs⁵⁷, création des produits / prototypes pour mener des testes pertinentes 58 et la mise sur le marché en mettant en valeur correctement la proposition de valeur et l'identité du produit⁵⁹









PROJETS

- ETUDE DE CAS " MELTING JAR " : REVENDIQUER, INTÉGRER, AFFIRMER UNE IDENTITÉ À TRAVERS DE LA GASTRONOMIE.
- RECOOKIN' OU LA STABILISATION D'UNE MÉTHODOLOGIE
- EXPLORATION DE MATÉRIAUX DE CRÉATION : L'ESPRIT DU CHOCOLAT



La mobilisation d'un territoire culinaire et l'émergence d'un patrimoine sensoriel dans le cadre d'un projet professionnel, et des autres expérimentations relatives.



L'aliment est un objet sensoriel total 60



David LE BRETON,

anthropologue et sociologue français

60LE BRETON, D. (2006). Ibid.







REVENDIQUER, INTÉGRER, AFFIRMER UNE IDENTITÉ À TRAVERS DE LA GASTRONOMIE.

Etude de cas " Melting Jar "

Nous avons démontré que l'ethnographie permet au designer d'aborder la gastronomie. Puisque que les pratiques culinaires ont une histoire. un contexte. une trajectoire, elles reflètent le dynamisme des sociétés⁶¹. Loin d'être figé par la coutume ou les habitudes domestiques, le choix des produits, les recettes et les savoir-faire connaissent tantôt des évolutions lentes tantôt des mutations rapides en relation avec le contexte historique, économique, politique et social. Ce dynamisme puise donc dans plusieurs éléments : 62

Des visages, des adjectifs, des couleurs;

- Des produits se substituant les uns aux autres:
- · Des noms gardant trace de pratiques disparues;
- · Des métissages culinaires vivaces:
- Des techniques ou des recettes circulant d'une région à l'autre:
- · Des préparations aux significations sociales renouvelées etc.

Mais avant tout, la gastronomie est sensorialité par l'intermédiaire du

corps humain (LE BRETON, 2006). A ce titre. la couleur a été identifié comme un vecteur sensoriel enrichissant pour le désigner. L'observation de son rôle met à jour l'interaction omniprésente entre les sens et la perception. Ici, la couleur peut inciter le toucher. La langue entend déguster l'intensité de la saveur de la couleur. Le nez veut la sentir organiquement ou métaphoriquement. L'oreille souhaite l'entendre. Ainsi, chaque culture crée ses outils pour concevoir une gastronomie en lien avec les éléments qui entourent l'act





de manger ; dont l'existence est liée à une dynamique de contexte. Par le travail ethnographique du sens, il est possible d'envisager un nouvel appareil conceptuel transcendant : le " territoire culinaire " sensoriel. Car chaque gastronomie porte en elle un patrimoine sensoriel qui définit son identité. 63 Celui-ci transmet, d'une part, une sensorialité plurielle et, d'autre part, la **fonction** (plats principaux, collations, nourritures de voyage, préparations rituelles, pharmacopée etc.) ainsi que le rôle socioculturel de l'alimentation. Par conséquent, une gastronomie n'est pas restreinte à son origine à sa localisation géographique. Surtout, les territoires sensoriels culinaires s'attachent à des perceptions

collectives susceptibles d'être modifiées. Ce qui permet au designer de réinventer des usages culinaires à destination d'autres contextes et de nouveaux publics. En autre, il peut articuler une circularité entre la gastronomie et son environnement, lui-même et la volonté de réinterprétation de l'existant.

Pour toutes ces raisons, le designer n'aborde pas un état de fait car toute gastronomie est vivante. S'il analyse et synthétise des pratiques culinaires en contexte, celles-ci ne sont jamais que l'accomplissement d'un potentiel créatif et actif des sociétés humaines. A ce titre, certaines pratiques et spécialités culinaires naviguent dans le temps, dans

les perceptions et dans l'espace ; certaines réputées traditionnelles sont des inventions contemporaines et d'autres, revendiquant à l'inverse la modernité, relèvent de traditions établies. 64Autrement dit, l'approche sensoriel (vias l'ethnographie et l'ethnopoietique) de la gastronomie étudie le " faire comme création " (ou la poïétique) du contexte analysée. De ce fait, les territoires culinaires sensoriels deviennent des espaces pluriels et interculturels de création. 65 articulant goût et savoir-faire culinaires.

Nous avions alors rassemblé nos **hypothèses de travail** comme suit:

• Nous ne savons pas ce qu'il y







Projets

a réellement / quoi mettre derrière "cuisine(s) africaine(s)."

- Or il est possible que nous soyons en train de manger " africain " à différents degrés sans le savoir.
- Y aurait-il lieu de clarifier les pratiques, les saveurs, les usages, les modes de préparation / confection / conservation / dégustation / consommation / communication des cuisines africaines telles qu'elles ont cours en Afrique, sans oublier l'histoire des attributions ethniques et tribales?
- · Y aurait-il enfin nécessité de réinterpréter ces mêmes aspects pour accoucher d'une meilleure valorisation de cuisines africaines à réinventer, à

transmettre et à partager autrement auprès de leurs publics actuels et au-delà?







Etape	Action	Description	Résultat
1	Recherche documentaire générale	Exploitation bibliographique d'articles de recherche scientifique, de billets de blogs spécialisés, d'émissions audiovisuelles et d'articles de revues spécialisés dédiés la culture et les cuisines africaines	Sélection d'ouvrages de référence et tri d'informations d'ordre général sur le continent (aspects physiques, démo- graphiques, politiques, sociaux, cultu- rels, religieux etc.)
2	Recherche documentaire sur les mets nationaux africains	Exploration des mets nationaux populaires par classés selon leur réputation et leur (ré) investissement sur et hors du continent	Identification des ingrédients princi- paux (origine, conditionnement, préfé- rences régionales, utilisation) Identification des usages et des pra- tiques liés à différents facteurs (dont les migrations)
3	Entretiens informels avec des Africains sur le continent et des membres de la Diaspora impliqués dans les cuisines africaines (restaurateurs, chefs, chroniqueurs)	Identification des représentations, des po- sitionnements personnels et ethniques sur des mets et des vécus des différentes cui- sines africaines	Identification de ressentis précis dans la valorisation / dévalorisation des cui- sines nationales Identification de mets prépondérants occultant le reste du patrimoine culi- naire africain
4	Observation participative	Accompagnement à la préparation et à la consommation de mets préparés par des membres de la Diaspora africaine au Mans	Identification de variations dans les modes de préparation et de consom- mation



5	Cartographie continentale et croise- ment de données	Identification d'ingrédients récurrents dans les mets majeurs	Découverte d'utilisations différentes du même ingrédient sur une même aire géographique ou encore à différents endroits du continent Découverte des trajectoires et des fonctions historiques et socioculturels des ingrédients
			Découverte d'une relation tradi- tion-modernité étayée par des patri- moines chromatiques dans la mobili- sation des ingrédients auprès de leurs publics respectifs
6	Conception	Tests autonomes de recettes investissant 10 ingrédients définis comme caractéristiques du continent africain	Obtention d'une première version de prototypes artisanaux différenciés (sauces, gelées et boissons) Session de dégustation multiculturelle Evaluation sensorielle avec un panel qualifié Recueil de feedback à chaud et à froid
7	Stabilisation	Fixation de recettes en vue d'une produc- tion artisanale et/ou industrielle	Obtention de recettes améliorées et stables pour des segments de clientèle

définis

L'ensemble de ces étapes nous a permis de marquer un engagement fondateur : intégrer la diversité culinaire africaine par la réinvention de leurs différences.

Melting Jar⁶⁶ revendique dorénavant la proposition d'une expérience polysensorielle au bénéfice du convive - utilisateur - consommateur, par la maîtrise de la relation de celui-ci avec le contexte de consommation de chaque solution. Autrement dit, les territoires sensoriels culinaires africains ouvrent la possibilité de construire des aliments sensibles. c'est-à-dire porteurs d'une sensibilité objective, notamment grâce à une histoire autour de l'aliment (data storytelling), avant toute sollicitation des sens organiques. Il

est donc envisageable d'aller ouvertement vers l'affectif, le régressif, voire le transgressif.

Rappelons les fondements des prototypes:

- 1. Tout d'abord, la recherche a été menée manière extensive avec, comme finalité, l'impératif pragmatique de création ;
- 2. Ensuite, plusieurs ingrédients africains majeurs ont été isolés et valorisés en vue de la conception de solutions spécifiques;
- 3. Enfin, chaque prototype a été doté d'une identité (recette, iconographie, logotype et slogan) et d'une narration propres pour proposer une expérience polysensorielle à l'International.

A cette occasion, un accent particulier a été mis sur les caractéristiques chromatiques des solutions Melting Jar. En effet, tout au long de la démarche, il est concrètement apparu que la couleur est porteur de sens, de fonctionnalité et de contexte au sein des traditions culinaires africaines. Surtout, elle convie le goût et la saveur, tout en engageant différemment la consommation des aliments dans la trajectoire de la gastronomie africaine.

Par conséquent, les territoires sensoriels culinaires sont euxmêmes marqués par la couleur et celle-ci permet d'affirmer l'identité de chaque solution développée.

Les prototypes Melting Jar sont







départagées en 2 gammes mobilisant les ingrédients africains majeurs avec des modalités différenciées de préparation :

- · D'une part, nous voulons démontrer l'omniprésence d'ingrédients africains dans l'alimentation quotidienne Europe et au-delà.
- De l'autre, nous ambitionnons de faire découvrir des ingrédients méconnus ou peu utilisés (hors de leurs contextes nationaux) afin d'enrichir les repas quotidiens.

Ces 2 gammes sont caractérisées par des marqueurs sociaux et culturels spécifiques afin de maîtriser les sensations génératrices d'une expérience globale au bénéfice du convive - utilisateur consommateur:



Urbanité atypique	Rencontre des Palais
Ingrédients majeurs :	Ingrédients majeurs :
Source: héritage colonial, appropriation / hybridation / métissage et intériorisation localisée, pénétration du monothéisme pour unifier le groupe	Source: transmission de pratiques et d'usages culinaires plu- ricentenaires, approfondissement des marqueurs identitaires (masques, cosmétiques traditionnelles etc.), fort symbolisme associé au polythéisme et à l'animisme, recherche de bien- être orientée sur la subjectivité
Caractérisation: Alliance des opposés (sucré - salé) Contraste provocateur et surprenant	 Caractérisation: Saveurs distinctes (amer, piquant, épicée) Noblesse de l'aliment comme vecteur d'initiation et de renforcement de l'être-au-monde, de bien-être ou encore de structuration de la subjectivité face à la terre / au groupe

Urbanité atypique	Rencontre des Palais
Contexte de consommation : street food, barbecue, toutes les occasions de partage	Contexte de consommation : rituels, pharmacopée, rafraî- chissements
Couleurs associées : bleu et teinte violette, voire tissus colorés modernes	Couleurs associées : teintes sombres comme le noir et le marron
Mots-clés : interculturel, groupe, holistique, mélange, métissage, colonisation, immigration, intracontinental, diversité, différence, contraste, ensemble, exode rural	Mots-clés : origine, authenticité, santé, vitalité, royal, divinité, magique, trace, nomadisme, mouvement

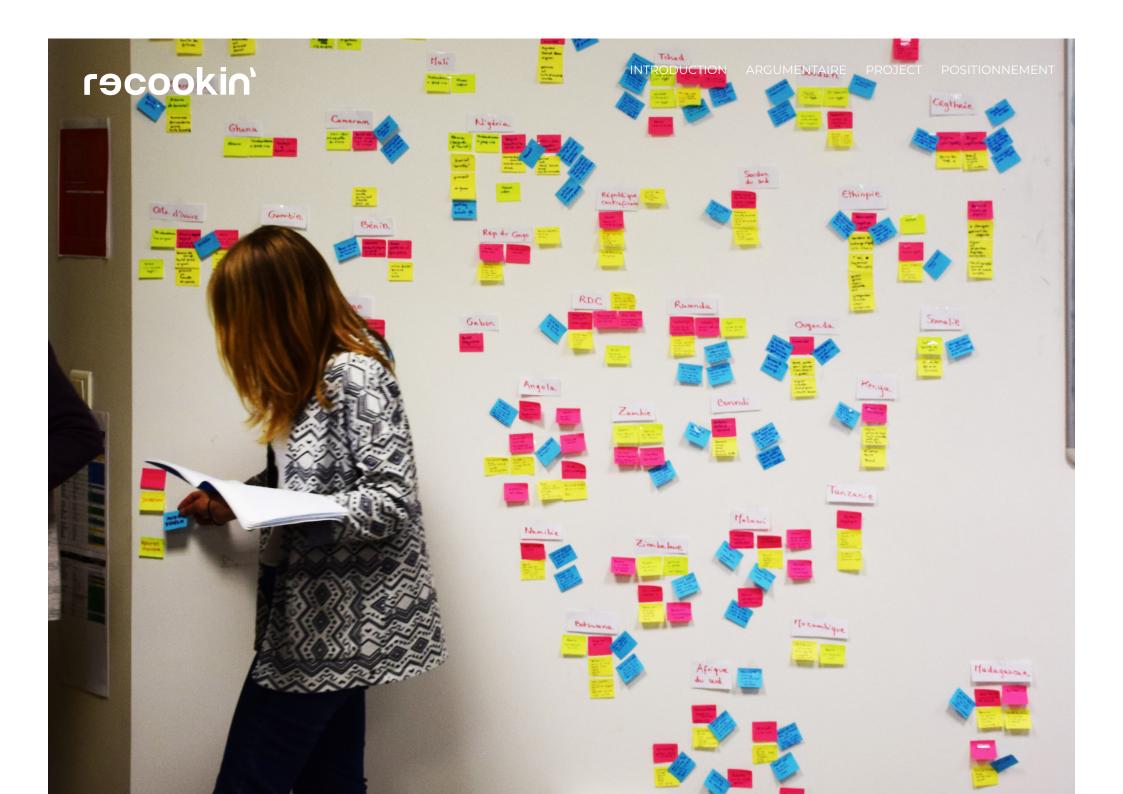


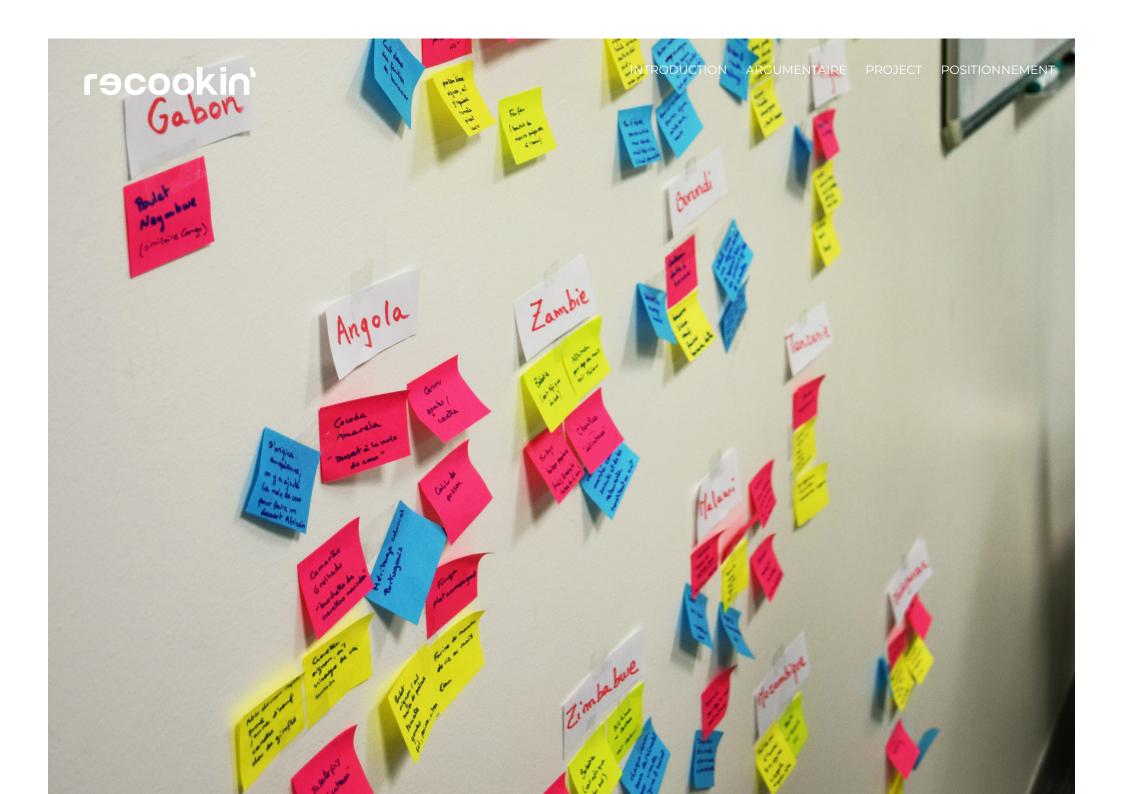
Dans l'objectif d'internationalisation positive, les différentes solutions sont nommées en Anglais avec leurs slogans respectifs comme suit :

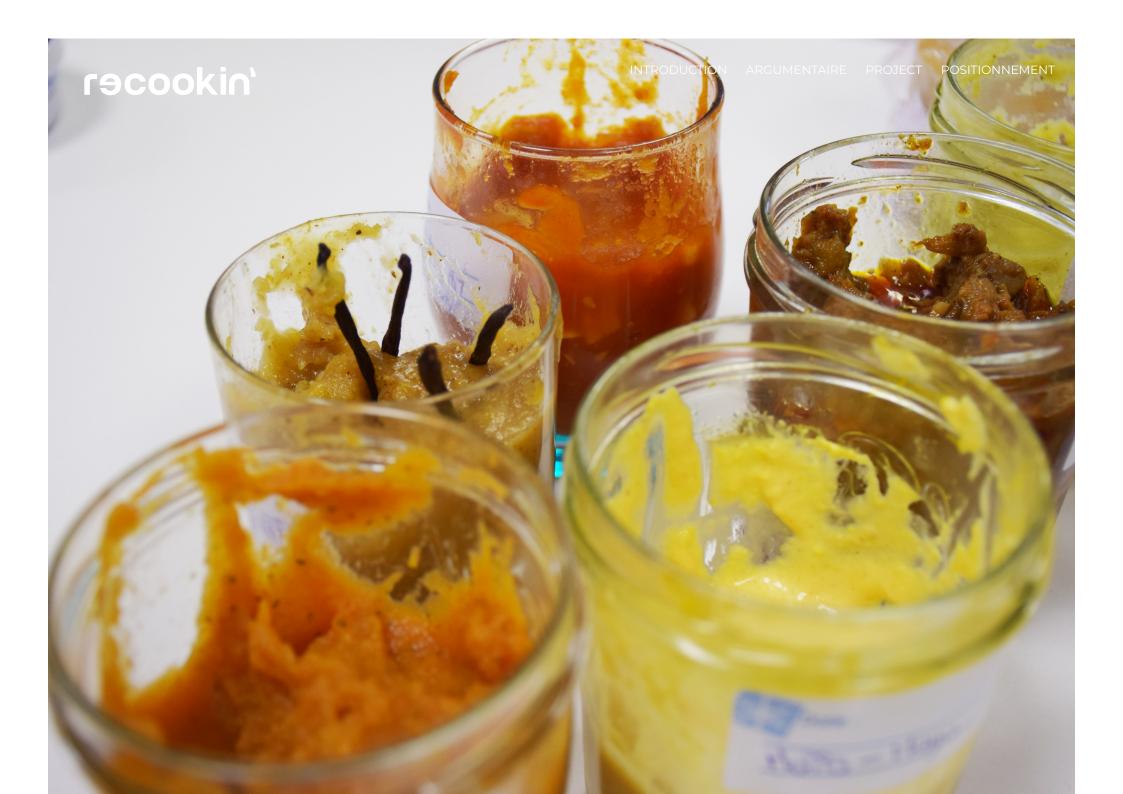
CATCHWORDS		
Melting Jar : "Experiential Savours"		
Unconventional Urban Lifestyle : "Urban Symphony"	Living Traditions : "Flavors in Motion"	
Corn : "Dusty Dreams"	Baobab : "Golden Spirit"	
Pumpkin : "Urban Legion"	Mead and clarified butter: "Mellow Revolution"	
Plantain Banana: "Gangster of Heat"	Hibiscus : "Breeze Supreme"	
	Tamarind : "Rainbow Ultralife"	
	Lemon and Fava Bean : "Sonic Souls"	
	Eggplant: "Velvet Life"	











Recookin' ou la stabilisation d'une méthodologie

La démarche décrite précédemment nous a permis de fixer une méthodologie pouvant être sollicitée sur d'autres gastronomies. Dans le cas de l'Afrique, nous l'établissons comme suit :

1. Tout d'abord, il a fallu comprendre les déterminants historiques, géographiques et climatiques des spécialités culinaires identifiables, depuis l'introduction (commerciale et coloniale) ou l'exploitation de matières premières agricoles sur le continent jusqu'à leur transmission vers le monde entier.

2. Ensuite, il a été nécessaire d'analyser l'ancrage de même que l'évolution des usages et pratiques alimentaires ainsi que leurs enjeux de sociabilité (dégustation et consommation en collectivité extra-familiale, en famille ou seul), au fondement d'un imaginaire pluriel lié aux logiques de peuplement du continent africain. Au-delà, l'analyse des fonctions religieuses, médicales et politiques de l'alimentation était fondamentale (rituels, pharmacopée,

banquets royaux etc.).

3. Par ailleurs, il a été indispensable d'approfondir les dimensions culturelles des pratiques culinaires comme facteur de lien social et de structuration identitaire au sein de la majorité des populations africaines à toutes les échelles (familiale, tribale, ethnique, régionale, nationale, continentale). Ce qui a permis de définir des profils sensoriels en lien direct avec les spécialités culinaires idoines, les méthodes de préparation et les tendances de consommation





reconnues.

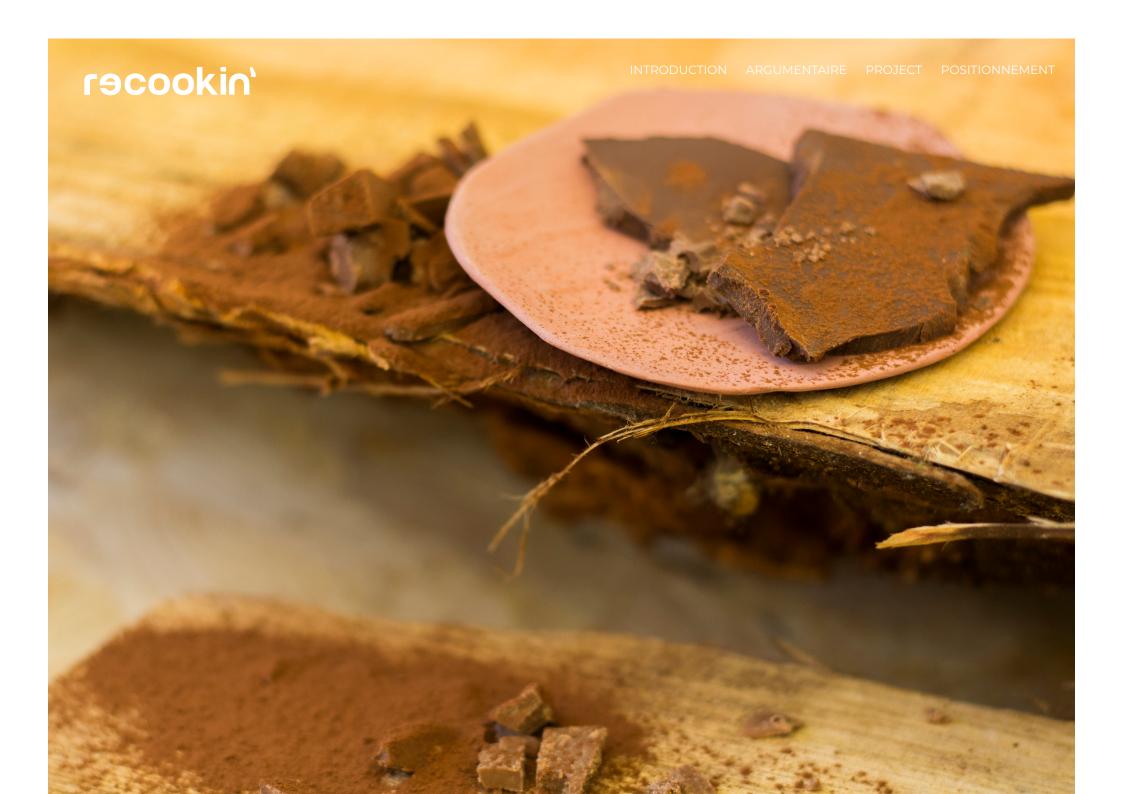
4. Il a été procédé à la synthèse des résultats pour envisager de nouvelles expériences culinaires, entre autres gustatives et esthétiques, avec l'introduction de le concept de **territoire** culinaire sensoriel. Ce dernier ouvre de nouvelles possibilités pour promouvoir et pour découvrir l'Afrique par l'immersion dans des scenarii culinaires renouvelés. Par conséquent, chaque territoire culinaire sensoriel dégage une expérience immersive adaptable, susceptible de faire écho auprès des diasporas africaines, des citoyens du monde aux racines africaines, et, surtout, de toutes les personnes enthousiastes

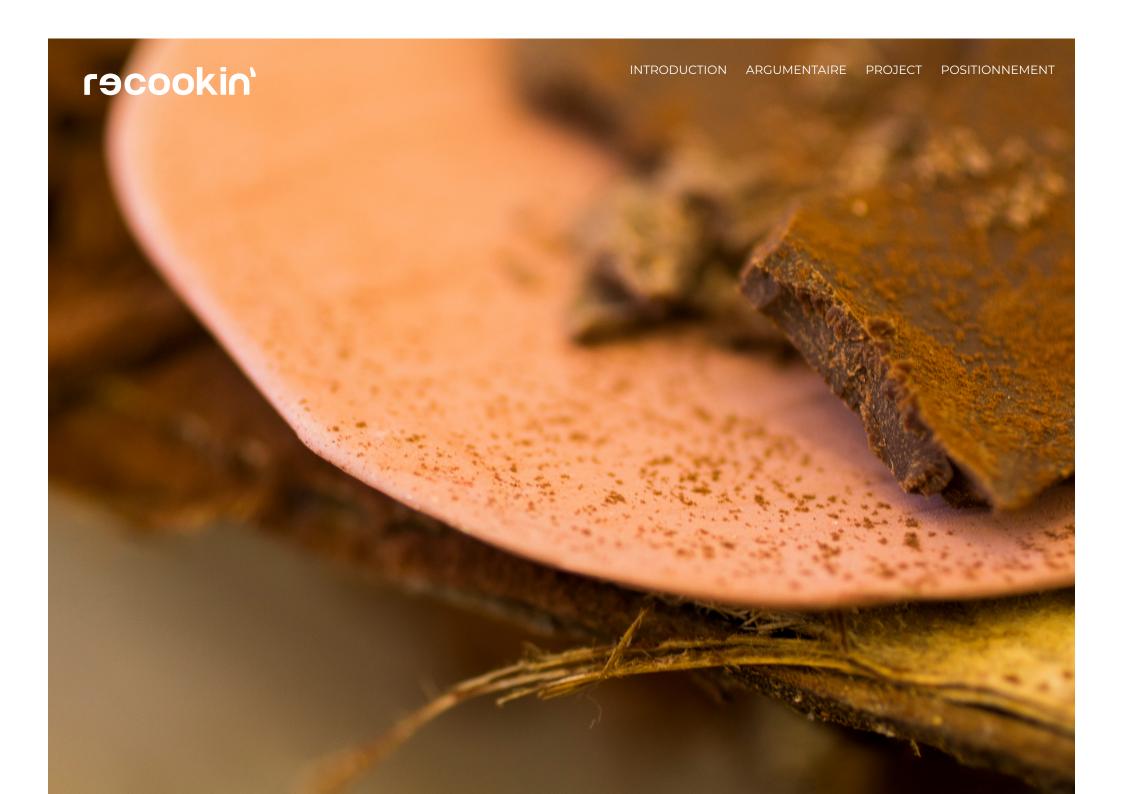
pour la rencontre inter- et multiculturelle.

5.Enfin, il s'est agi de réinterpréter et de formuler des produits avec leurs identités propres sur la base des territoires culinaires pour poser un nouveau regard sur le patrimoine culinaire africain (partagé par 1,2 milliard de personnes au sein des 54 pays du continent).



racookin,







Exploration de matériaux de création : l'esprit du chocolat

Projet photographique: l'esprit du chocolat

Assis devant un repas, à quoi faisons-nous attention ? Est-ce à l'arôme ou aux couleurs ? A la première bouchée, lorsque nous goûtons à la saveur et aux textures, à quoi pensons-nous? Nous pouvons par exemple penser à la préparation du plat, ou plutôt nous tourner vers son apparence visuelle, le dressage. En effet certaines cuisines s'enorqueillissent

de leurs pratiques de dressage, comme partie intégrante du plat. La première impression revêt alors une importance particulière. Cependant, il y a d'autres cuisines et cultures dans le monde qui préfère les préparations et les présentations rudimentaires, rustiques et artisanales des aliments. A ce titre, une personne ayant dégusté une délicieuse pâte faite à la main sait faire la différence avec celle du commerce.

Mais en quoi et pourquoi les préparations culinaires artisanales génèrent-elles davantage de saveur?

Nous avons tenté d'y répondre en réalisant une série de photographies, dans laquelle le chocolat est associé avec de la vaisselle artisanale. Cette association semble prosaïque, mais elle donne un cachet traditionnel. Après tout, le chocolat a été inventé par les Aztèques au Mexique il y a plusieurs siècles. Il était initialement servi comme boisson mélangé avec des épices pour en relever l'arôme. Il n'était donc pas servi avec raffine-



PROJECT



Projets

ment mais à l'aide d'une vaisselle rudimentaire et artisanale. C'est l'association du chocolat avec la vaisselle en argile qui enrichit l'expérience, sur la base de sa signification traditionnelle et culturelle.

Ainsi, les produits culinaires artisanaux portent une authenticité souvent manquante à la production de masse. De même, les pratiques traditionnelles rappellent la confection à partir de rien, emplie de dévouement, pour connecter les peuples avec leurs racines et leurs cultures. Ce qui permet une meilleure jouissance de l'aliment proposé. Prenons le cas d'une personne traversant la forêt amazonienne qui rencontre un groupe d'Indigènes cuisinant avec leurs

coeurs et leur histoire. Les plats seront-ils meilleurs en étant proposé avec un service en porcelaine ou avec une vaisselle en argile? N'oublions pas que les pratiques culinaires traditionnelles demeurent pour une raison. Elles nous permettent de nous sentir proches des fondations de notre culture.

Cependant, beaucoup de traditions culinaires ont été perdues partout dans le monde. La pénétration de la technologie dans l'univers culinaire, avec ses outils et ses gadgets, permet d'y remédier en partie. Il dorénavant possible pour le plus grand nombre d'apprendre à cuisiner, ou tout simplement de cuisiner avec simplicité et rapidité. Mais les pra-

tiques traditionnelles ne disparaissent pas et ne peuvent être oubliées. Certaines traditions culinaires sont même réinvesties avec des méthodes plus récentes. Elles apportent un supplément à la préparation que le meilleur outil au monde ne pourrait pas.

Par ailleurs, les pratiques artisanales sont importantes pour le maintien et le développement des cultures, le nourrissement du patrimoine sensoriel. Il n'y a pas une seule région ou pays qui n'ait possédé d'objets et d'artefacts transmis par leurs ancêtres. Car les cultures découlent de traditions, elles-mêmes remontant à plusieurs décennies, siècles, voire des millénaires. De surcroît, elles







se sont forgées au fil du temps, et certaines traditions sont plus largement adoptées que d'autres. Il n'est d'ailleurs pas rare de constater que certaines populations abandonnent leurs pratiques traditionnelles, en fustigeant des méthodes arriérées. Ou tout simplement parce que ces mêmes méthodes ne cadrent plus avec les normes en vigueur. Mais une majorité veulent maintenir leurs traditions vivantes, et réalisent des activités traditionnelles à cet effet.

Au Venezuela, mon pays d'origine, le plat le plus emblématique est l'arepa. Il s'agit d'un pain confectionné avec de la farine de maïs, inventé par des Indigènes vivant sur les côtes orientales du pays. Traditionnellement. le maïs est brové iusqu'à devenir une farine douce. Cette dernière est ensuite mélangée avec de l'eau, moulée en de formes rondes et, pour terminer, cuite sur des braises. La confection de l'arepa a été facilitée au fil du temps de telle sorte que, à partir des années 60, de la farine de maïs précuite a été produite à l'échelle nationale. Ce qui a permis d'économiser des heures de préparation, tout en érodant une part de la saveur originale de l'arepa. De nos jours, il existe des collectifs et des chefs qui veulent retrouver l'arepa authentique, et ont adopté la méthode ancestrale. De ce fait, la jeune génération peut goûter ce plat tel qu'il a été

inventé par les Indigènes.

En cela, bien que certaines pratiques traditionnelles paraissent dépassées, ou sont chronophages, elles apportent l'authentique saveur des aliments. De même, elles caractérisent également les peuples. Il est donc important de secourir et de perpétuer les traditions en tant que matrice de notre trajectoire. Sans elles, c'est une part significative de l'histoire humaine, notamment en matière culinaire, qui serait perdue à jamais. Le mouvement Slow Food, lancé dans les années 80 par le critique gastronomique italien Carlo PE-TRINI, participe de cette volonté. Il vise à " porter un nouveau regard sur l'alimentation, la gastronomie





racookin'

PROJECT

Projets

et l'agriculture en décidant de défendre les pratiques et le patrimoine alimentaire des territoires " et. entre autres. à " recenser et défendre des aliments traditions menacés de disparaître. "67

Pour un designer cherchant l'essence des éléments culinaires, il est crucial de récolter ces traditions. C'est à cette condition qu'il est possible de les traduire et de les retransmettre au sein d'autres contextes. Le designer doit alors déterminer s'il est en train d'analyser une culture privilégiant l'esthétique des mets comme élément vital de la gastronomie. Ou, à l'inverse, s'il est en train d'étudier un lien durable et profond entre un mets et son support artisanal, dont la relation interpelle fortement celui qui déguste. C'est que la nourriture est liée à son contexte. En ce sens, les pratiques culinaires traditionnelles ont le pouvoir de connecter une personne aux racines d'autrui. Elles ont une puissance d'évocation de l'identité d'une population largement supérieur à celle de produits de masse.

Pour toutes ces raisons, avec cette série de photographies, nous avons décidé de tester ces considérations en présentant le chocolat dans des plats ; tous deux confectionnés artisanalement. La recherche opérée veut évoquer aussi bien la terre, les traces que les racines. Si le chocolat demeure

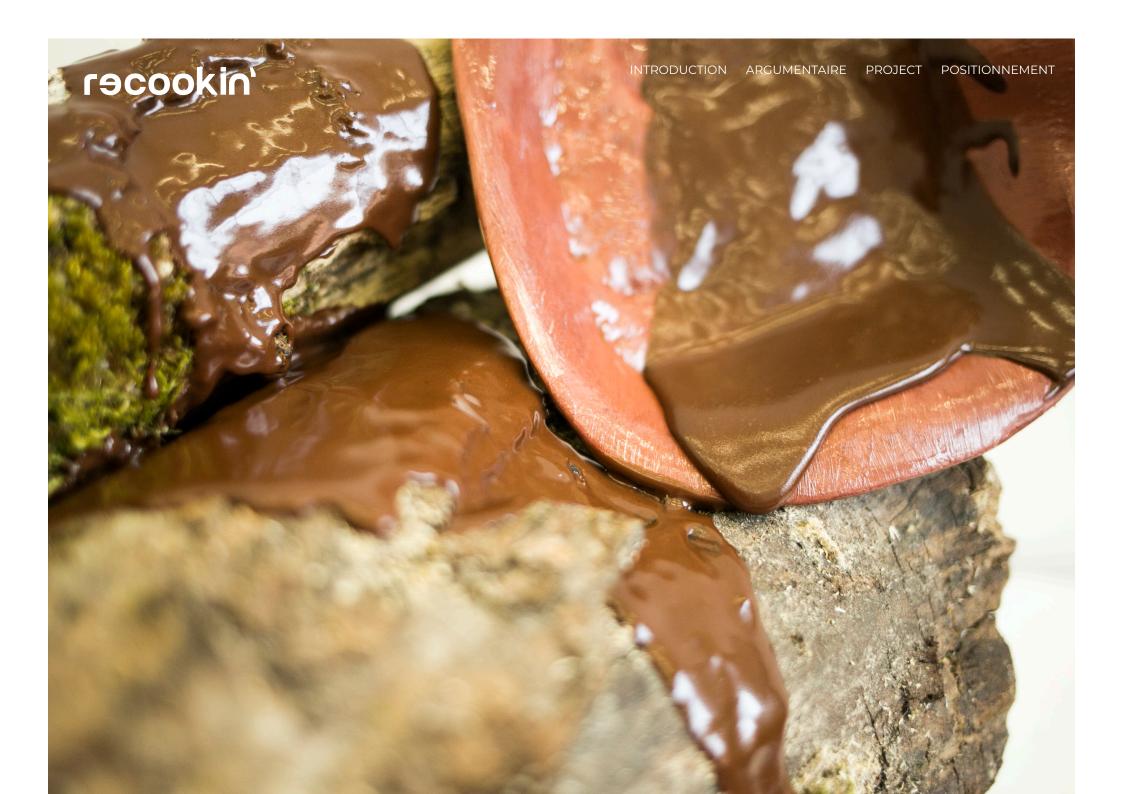
séduisant a priori, peu importe le cadre, l'expérience de dégustation est transformée par l'alliance avec les récipients en argile. Les arômes. les couleurs et les textures associés crée une expérience différenciée, et meilleure, pour celui qui déguste. C'est ce que ce travail photographique a démontré, en présentant le chocolat dans un environnement rustique et sensorial, charge de textures. De la sorte, une beauté plus simple, naturelle et intemporelle est mise en valeur par l'usage. Le chocolat ainsi réalisé a une beauté en soi. Mais cela n'est possible qu'en embrassant des éléments et des pratiques traditionnelles.

77CALLEN, C. et al. (2012), "Le Design Culinai est-il mangeable?", *Économie Rurale*, 329













POSITIONNEMENT

- LE PRODUIT ET L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX)
- · LES BONNES PRATIQUES UX COMBINÉES AVEC LA RECHERCHE
- LE DESIGN SENSORIEL ET INCLUSIF POUR RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX)
- RECOOKIN', UNE ALLIANCE ENTRE DESIGN SENSORIEL,
 DESIGN CULINAIRE ET CONNECTIVITÉ NUMÉRIQUE
- PERFORMANCES ET INSTALLATIONS

Positionnement

La provocation d'une expérience immersive par le design culinaire et sensoriel



Positionnement

Le produit et l'Expérience Utilisateur (UX) Aux sources du design centré sur l'humain

Le design n'a jamais été aussi à la mode en France que ces 5 dernières : multiplication des formations diplômantes et autres ateliers professionnels, prolifération des articles et des ouvrages, vulgarisation de notions et applications tous azimuts, ancrage de spécialisations.68

Encore faut-il rappeler le contexte alobal de cette évolution : la transformation numérique des organisations et l'ancrage du Numérique dans la société française.69 Cela touche directement à l'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur les interactions humaines dans tous les domaines.

A ce titre, plusieurs lectures coexistent et n'ont cessé d'évoluer au regard de l'évolution des technologies depuis les années 50.70 II y a le souhait d'avènement d'une " troisième révolution industrielle ",71 où Internet et les énergies renouvelables convergeraient pour une prospérité mondiale souhaitable. A l'inverse, il y a la crainte et la méfiance grandissante vis-à-vis d'une " vie algorithmique ",72 où des existences humaines réduites

à des données quantitatives côtoient l'intelligence artificielle . Il y a, en outre, nombre de prédictions trans/posthumanistes sur " l'homme augmenté ", ⁷³attendues comme l'alliance féconde des biotechnologies avec une nouvelle éthique des capacités humaines. Ces enjeux se rejoignent sur un questionnement central: quelle place donner à l'avenir à l'humain et aux interactions humaines ? Autrement dit, la technologie doit-elle s'adapter à l'homme ou l'inverse? Et ce, lorsqu'on observe indiscutablement l'accélération et



racookin'

Positionnement

75NORMAN, D. (1988). Ibid.

l'intensification de vagues technologiques, augmentant sans cesse le volume et la vitesse de données échangés sur Internet entre des dispositifs interconnectés.74

C'est dans ce cadre que l'expé-

rience utilisateur (User eXperience - UX) trouve son écho incommensurable actuel auprès du grand public. Développée et consolidée par le psychologue américain Donald NORMAN, I'UX qualifie I'expérience globale d'un utilisateur en interaction avec tout dispositif, service ou interface; qu'il soit matériel ou numérique.75 En 1986, NORMAN et DRAPER définit des principes et des étapes d'action pour le designer (user centered system design).76 A partir de 1998, une normalisation intervient :

l'ISO 9241-210. Elle renvoie " aux réponses et aux perceptions d'une personne qui résultent de l'usage ou de l'anticipation de l'usage d'un produit, d'un service ou d'un système. " 77Pour autant, l'UX ne se confond pas avec l' " utilisabilité " (facilité d'usage) et n'est pas réduit à l'ergonomie (étude de l'homme en activité pour améliorer ses conditions de travail et sa productivité).

Surtout, il s'est opéré un glissement progressif de l'UX vers les domaines du Web et du mobile dans un contexte d'hyperconnectivité à Internet et de nomadisme numérique. Plusieurs modèles complémentaires représentent l'UX à la fois comme:⁷⁸

Un processus, combinant les ob-

jectifs de l'utilisateur, les objectifs de conception, les contenus et l'interaction:

- Un ensemble d'expertises (design de services, études utilisateur et conception d'interfaces)
- Des critères, tels "trouvabilité ", accessibilité, attirance, crédibilité, utilité etc.







Tableau: Panorama non exhaustif des représentations de l'UX

Modèle	Défenseurs	Dimensions considérées
GARRETT	Jesse James GARRETT	 La vision stratégique pour définir les objectifs du produit ou service L'envergure pour définir et identifier les freins potentiels liés aux spécificités du projet La structure en lien avec l'architecture de l'information ou l'interface avec le futur utilisateur L'ossature pour créer l'intégralité du squelette du produit ou service La surface pour en définir les aspects visuels
WÜRSTL	Daniel WÜRSTL	 L'utilité / l'exploitabilité pour définir la pertinence et les fonctionnalités du produit ou service Le ressenti de l'utilisateur L'apparence pour instaurer la crédibilité et la confiance
REVANG	Magnus REVANG	 La désirabilité du produit ou service pour confirmer les besoins de l'utilisateur La crédibilité du produit ou service vis-à-vis de l'existant L'utilité pratique en lien avec les objectifs définis La "trouvabilité "pour optimiser les efforts de l'utilisateur L'accessibilité pour marquer la facilité d'utilisation L'exploitabilité en définir le caractère évolutif

Modèle	Défenseurs	Dimensions considérées
INTERACTION DESIGN	Thomas PLURALVON- GLAS	 Communication Interaction Ergonomie Graphisme Architecture de l'information Développement
CUBI	Corey STERN	 Les objectifs de l'utilisateur Les objectifs du client Les contenus générés L'interaction entre le produit et l'utilisateur
MORVILLE	Peter MORVILLE	 La valeur ou la pertinence L'utilité L'accessibilité La crédibilité La désirabilité La "trouvabilité" L'exploitabilité

Modèle	Défenseurs	Dimensions considérées
CARTE AU TRÉ- SOR	Jeffrey CALLENDER et Peter MORVILLE	 Récits Scenarii Enquête Analyse Conceptualisation Maquette Restitution Spécification Planification Développement

Source: Cabinet Usabilis, 2017

Positionnement

Les bonnes pratiques UX combinées avec la recherche

En dépit du " bricolage méthodologique " tant décrié (NOVA et al., 2015), les itérations successives ont permis aux designers de faire émerger des pratiques ethnographiques pertinentes et évolutives en design UX.79 A ce titre, Sylvie DAUMAL rappelle les paroles de Steve JOBS, fondateur d'Apple, que " le design, c'est comment ça marche. "80 Mieux, elle soutient que l'UX est un processus, non une fonction, d'autant plus qu' " on ne designe pas l'expérience, mais que l'on designe pour l'expérience " (DAUMAL, 2015). Autrement dit, le design UX "envisage l'ensemble des dispositifs non comme des réalisations distinctes, mais comme des points de contact, reliés entre eux, dans un parcours plus vaste, en prenant en compte ce qui se passe avant l'utilisation du service et après. "81

Le credo est clair : " vous n'êtes pas l'utilisateur ": il ne faut donc pas porter de jugement (tels les croyances et/ou convictions). Ce qui implique d'aller à la découverte de ce dernier pour, notamment, découvrir les comportements et leurs contextes, comprendre

les motivations et l'état d'esprit ou encore le manque de source (DAUMAL, 2015). L'agence IDEO, ayant popularisé l'application de l'UX aux entreprises, est même allée à définir 52 cartes méthodologies organisées en 4 sections : Apprendre, Regarder, Demander, Essayer.

En ce qui nous concerne, la recherche sur le terrain est cruciale. Elle peut s'effectuer selon plusieurs modalités:

• Entretiens semi-directifs avec une grille de questions, visant à appréhender les habitudes et



Positionnement

les comportements, ainsi que les attentes et éventuels points bloquants:

- Observations in situ avec l'ambition de cerner le décalage entre ce qui est déclaré et ce qui se fait;
- · Création synthétique de personas,82 ou personnages donnant une identité aux utilisateurs et personnifiant des archétypes spécifiques et/ou représentatifs. Ils se basent sur des données qualitatives et quantitatives solides préalablement récoltées. Ce qui évite de travailler sur des abstractions car les personas incarnent les résultats de la recherche. Il ne s'agit pas d'une pure invention.

Au-delà, il est possible de réaliser

une cartographie de l'expérience,83 documentant de façon exhaustive l'expérience qu'une personne peut avoir avec un produit ou un service. Elle reprend par ailleurs les points positifs mais également les points bloquants. Surtout, l'histoire du design a montré, selon DAUMAL, que "la mémoire de l'expérience est supérieure à l'expérience elle-même. " En ce sens, l'expérience devrait refléter les critères du SUCCES:84 Simple (simplicity), Inattendu (Unexpected), Concret (Concreteness), Crédible (Credibility), Emotionnel (Emotions), Scénarisé (Stories).





Positionnement

Le design sensoriel et inclusif pour réinventer l'expérience utilisateur (UX)

Notons que l'UX est aujourd'hui très ancrée dans une réalité double:

- · Ses principes fondateurs soutiennent qu'elle doit anticiper les besoins et les émotions de l'utilisateur (NORMAN, 1988) :
- · L'interaction se déroule au niveau d'interfaces Web et mobile sollicitant maioritairement un des 5 sens humains : la vue.

Cependant, les réponses d'un utilisateur au sein de son expérience globale ne sont pas limitées aux émotions, de même qu'une interaction homme - machine n'est pas restreinte à la vision.

En effet, dès 1987, l'anthropologue américaine Lucy Suchman a soutenu que les individus agissent en prenant en compte leur contexte et leur interaction avec celui-ci. 85 Aussi soutient-elle que " il est préférable de décrire [l'activité humaine] comme en situation, sociale et en lien direct à l'environnement physique et social. " Autrement dit, la capacité d'adaptation à un environnement évolutif, porté par des interfaces technologiques en constante évolution, ne peut se développer que

grâce à la mobilisation de tous les sens humains. Or, comme le souligne THACKARA (2005), un phénomène paradoxal s'opère sur le plan technologique:

- D'une part. les ordinateurs actuels disparaissent progressivement pour se transformer en objets hybrides (smartphones, phablettes, montres connectées etc.). Ce qui diversifie et multiplie les interfaces Web et mobile.
- D'autre part, la prolifération d'objets connectés (formant l'Internet des objets - IoT), de-



Positionnement

de la coopération entre artisans, militants artistiques et ONG en Turquie, au Moyen-Orient et en Europe. Ainsi, elle articule des initiatives portées par des artisans, des ONG, des municipalités et des projets locaux. Représentée par Hala KHANKAN, une jeune femme syrienne, l'association nous a assisté sur place pour développer le projet, pour mieux connaître la ville ainsi que pour mieux comprendre les contrastes et les similarités entre les Syriens et les Turcs.



Positionnement

87FRANKLIN, D. (2017). Op. Cit.

puis l'espace domestique jusqu'au monde professionnel, alliée à la dématérialisation du stockage des données (via le " nuage " ou Cloud) rend très poreuse la frontière entre le visible et l'invisible. Et ce, tout en augmentant et en intensifiant le degré d'interactivité de l'homme avec les objets et son environnement.

Comment dès lors garantir et améliorer l'UX ? En quoi le design sensoriel et inclusif peut-être porteur de sens et de perspectives comme choix professionnel?

Il faut considérer d'emblée que les interfaces numériques ne sont pas des espaces neutres. Longtemps l'objectif a été d'emmener un utilisateur à prolonger son existence

physique sur Internet. 86Actuellement, et avec un retour en arrière peu probable, l'hyperconnectivité et le nomadisme numériques créent et accentuent l'ubiquité. De la sorte, un seul et même utilisateur dispose d'une existence physique et d'une, voire plusieurs identités en ligne.87

Toutefois, le cyberespace est précisément un monde dématérialisé, contrairement aux êtres humains. Nous expérimentons le monde par nos corps. C'est pourquoi des auteurs comme Terry WINOGRAD et Fernando FLORES ont soutenu que l'augmentation et la virtualisation de la réalité (par le Numérique) ne peut se faire sans l'amélioration de notre capacité à détecter ainsi qu'à ressentir le réel.88

A ce titre, plusieurs projets ont déià été menés pour solliciter les 4 autres sens humains en situation d'interaction numérique. Le son est, entre autres, utilisé, pour restituer des données, piloter des systèmes, ou encore améliorer des interfaces.89 Des expérimentations autour de l'odeur comme médium d'interaction ont également cours, dont celui du designer Joseph KAYE au MIT Media Lab.90 Par ailleurs, l'expérience du toucher ne cesse de s'améliorer, depuis le connecteur haptique Datamitt de Ken GOLDBERG et Richard WALLACE en 1993 jusqu'à la réinvention du tactile en 2017. Quant à la voix, elle n'a cessé d'être perfectionnée comme outil



Positionnement

d'interaction pour aboutir à l'assistance vocale intelligente, telles Siri (Apple), Alexa (Amazon) et Bixby (Samsung).

Par conséquent, le design sensoriel est éminemment pertinent pour améliorer l'UX. Il permet d'augmenter qualitativement l'expérience d'utilisateurs variés, aux besoins différents, aux environnements de connectivité différenciés, avec des compétences numériques variables.

Cela dit, une approche sensorielle ne saurait faire l'économie de la diversité humaine prise dans une expérience intégratrice, globale, inclusive. D'ailleurs, un secteur longtemps accusé de déconsidérer les citoyens veut désormais se réformer par la technologie et la

prise en compte de l'UX : les gouvernements. En effet, sur le fondement du design inclusif, plusieurs expérimentations dans le monde se réclament de gouvernance dite agile. Elles visent à explorer de nouvelles possibilités de participation citoyenne, de co-construction de politiques publiques et de transparence publique (par l'ouverture des données à caractère public) pour générer des résultats significatifs, mesurables et bénéfiques pour la société.91 Les analystes parlent alors de " gouvernance en réseau(x) " (networked government), au sein duquel les entités publiques sont autant d'acteurs que d'interfaces en interaction avec les autres parties prenantes (citoyens, organisations de

la société civile, entreprises etc.). Surtout, les modalités d'interaction s'en retrouvent également transformés entre ces acteurs (du gouvernement aux entreprises - G2B, des citoyens au gouvernement - C2G, des entreprises au gouvernement - B2G, du citoyen au gouvernement aux entreprises - C2G2B). De ce fait, il est impératif que la délivrance de services publics numériques incorpore les besoins et les intérêts variés d'une population aux caractères ethniques, linguistiques et physiques diversifiés. C'est à cette condition que le design inclusif permettra une expérience utilisateur centrée sur le citoyen (citizen centricity).92 Au demeurant, le design sensoriel et inclusif est porteur de



racookin,

Positionnement

perspectives d'avenir. Il ne s'agit soriel en France depuis 2016.93

pas d'avoir moins de technologie, mais davantage et toujours plus d'humanité dans l'interaction de l'homme avec celle-ci et son environnement. C'est-à-dire de placer le facteur humain au centre. préserver l'humanité de l'utilisateur (entre " lui-même " et le " système "), tout en tirant le meilleur de chaque interface ou dispositif pour atteindre la finalité recherchée. On ne peut dès lors que saluer toute initiative en ce sens. comme l'ouverture de formations spécifiques en Web Design Sen-





Recookin', une alliance entre design sensoriel, design culinaire et connectivité numérique

Les apports du design sensoriel et culinaire au projet Recookin'

Recookin' vise clairement à dépasser la simple tentative de légitimation de plats traditionnels africains comme héritage de plein droit. De même, il veut aller au-delà des réinterprétations esthétiques partielles et parcellaires. Ce qui a nécessité une analyse approfondi de l'existant par une immersion sérieuse dans les saveurs. Aussi. le design sensoriel est-il di-

rectement pertinent pour aborder les cuisines africaines non comme une donnée figée, mais susceptibles d'être réinventées (innovation par les usages, notamment) au regard de l'évolution des modes de vie et des tendances de consommation. Surtout, il considère les aptitudes (physique, cognitive et émotionnelle) et l'ensemble des sens des consommateurs concernés, en dépassant tout blocage entre l'objet (un mets africain), le sujet (l'utilisateur) et l'influence du contexte (de dégustation ou de consommation au

sens large). En d'autres termes, le design sensoriel invite à corriger les distorsions entre l'homme et ses pratiques culinaires, en mobilisant autrement ses sens. et. de fait. contribuer à combattre les clichés véhiculés.

Cette démarche est raffermie par le concours du design culinaire. Cette démarche ouvrirait " l'acte de manger à d'autres sensations : la fête, le jeu, le partage, la poésie et, quand cela s'avère nécessaire, la contestation. " 94 Ainsi, il envisage l'acte de manger comme une expérience humaine globale, dans

recookin'





laquelle se construit et s'articule une cohérence entre forme et fond des mets cuisinés, attributs et fonctions des aliments, goût et histoire des ingrédients, pratiques et significations de la consommation des spécialités culinaires abordés. Surtout, le recours au design culinaire se justifie par la diversité inépuisable des pratiques et des traditions culinaires africaines. 95Ce cheminement aspire aussi à sortir de la caractérisation usuelle de l'Afrique comme réservoir d'ingrédients culinaires et de matières premières agricoles.

La construction d'un outil numérique opérationnel pour la recherche

Le concept de territoire sensoriel culinaire permet d'ancrer des données qualitatives et quantitatives accumulées au sein d'un puissant outil de synthèse : une interface de recherche. En amont, nous avons pu générer une première représentation visuelle générée prenant appui sur la carte de l'Afrique. Il s'est agi d'articuler des paramètres sensoriels, tout en combinant la connaissance transversale disponible et la finalité recherchée de l'analyse.

La conception et le lancement d'un produit culinaire s'en retrouve facilitée. Surtout. le territoire culinaire et le patrimoine sensoriel, parvenu à l'état d'outil opérationnel, permet d'envisager un outil numerique qui permet la creation des planches des tendances et de la data storytelling, pour enrichir le processus creative des designers produits vivants, transgressifs et connectés.s En effet, grâce à la combinaison des données au fondement de l'outil, il devient possible de faire évoluer constamment aussi bien les constats d'une analyse que toute démarche de conception de produits culinaires en lien avec l'Afrique. Ce même outil peut être transposé sur tout autre patrimoine gastronomique

95LIORE, J. (2010), "Les Mères, les Filles et la Cuisine "Africaine" en situation de Migration (Marselle) Hommes et Migrations, 1286-128





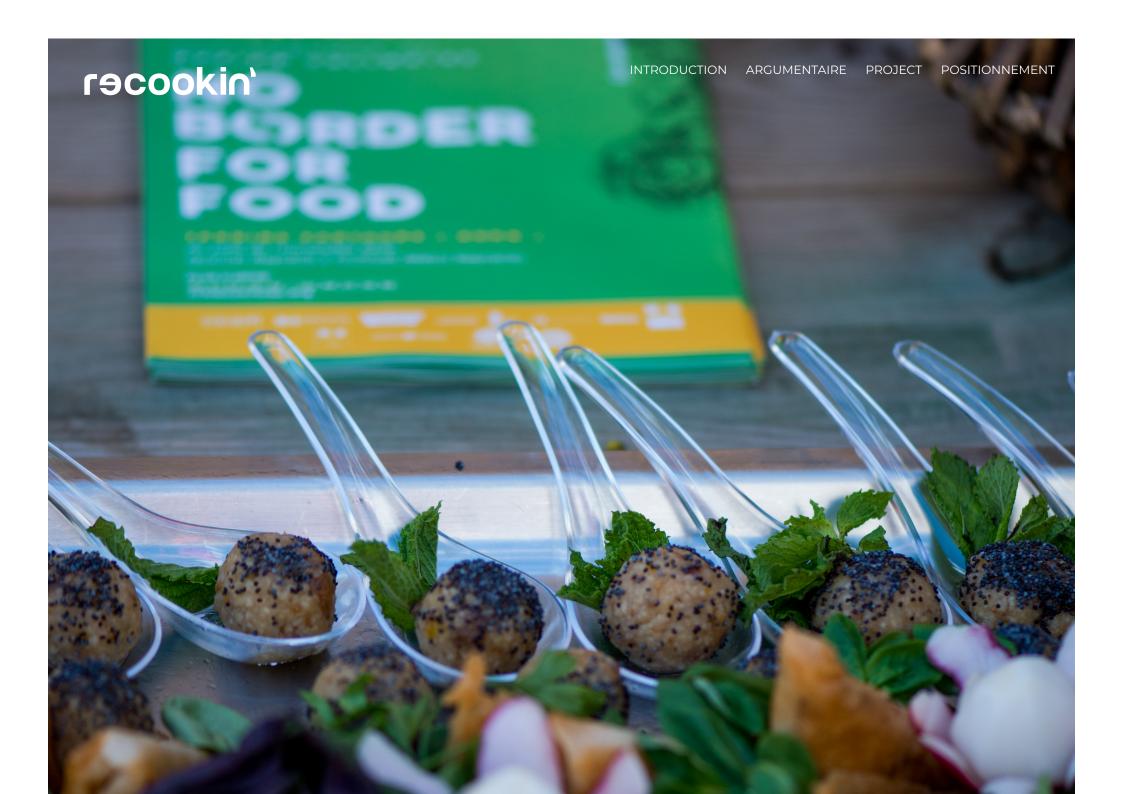
avec la même démarche méthodologique. Et ce, dans l'objectif de réinvestir les mécanismes de création de produits gastronomiques transportant des traditions multiples, peu ou mal connues, à l'International.

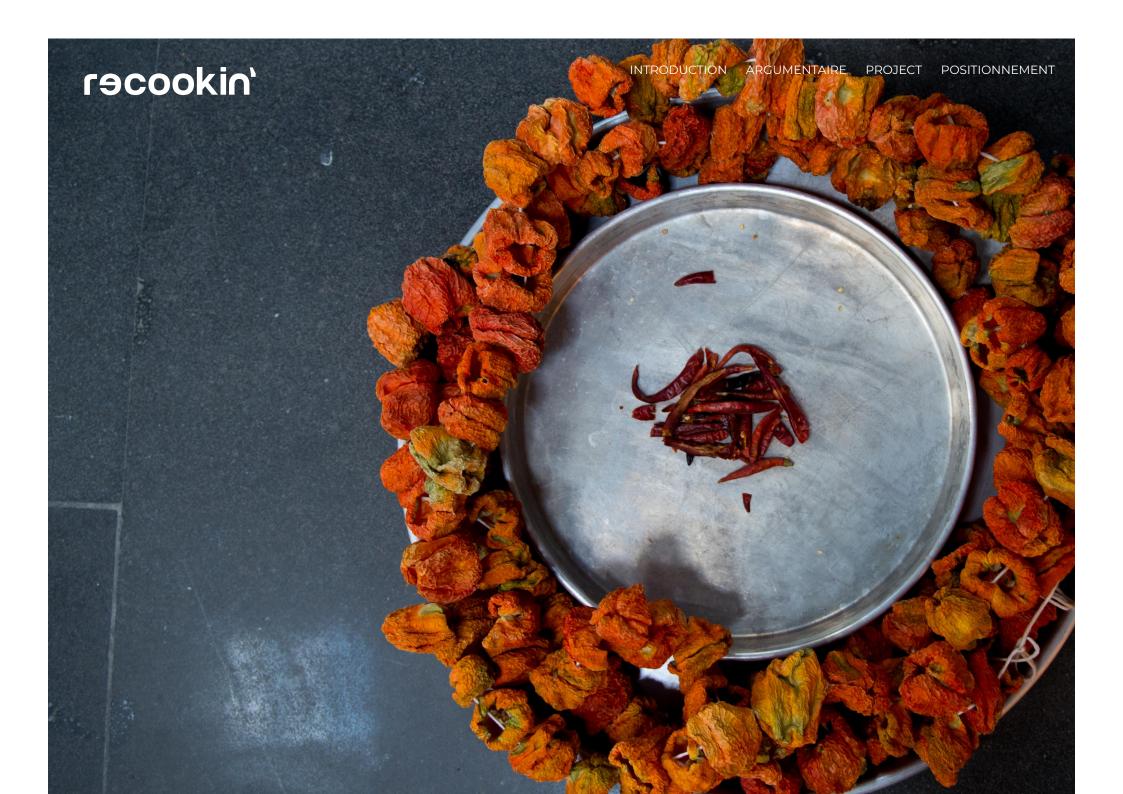
Plusieurs fonctionnalités non exhaustives sont déjà identifiées et sont en cours de conception :

- Axes Principaux : territoire culinaire, patrimoine sensoriel, préparations et recettes, ingrédients, sens et gestes;
- Sélection de filtres associés: déclinaisons, littérature, mots Clefs, hashtags, tendances, témoignages;
- Encadrement de la recherche: paramètres à respecter par le chercher au moment d'ajouter

ses propres données;

- Guide d'accompagnement de la recherche ;
- Visualisation des résultats en profils séparés : artistique (qualitatif) et scientifique (quantitatif);
- Visualisation des profils sensoriels du territoire culinaire étudié;
- Constitution d'une communauté de praticiens et de passionnés et de partage de bonnes pratiques dans le but vivifier constamment les produits analysés et conçus.









Performances et installations

No Borders For Food: une démarche entre design culinaire, ethnographie et inclusion



Avec un projet international tel que No Borders For Food, nous voulons justement montrer que la rencontre des cultures et des identités peut créer quelque chose de nouveau, de positif, de beau, et, je l'espère, d'agréable à manger



STÉPHANE ROBERT,

Performance finale à Gaziantep (Turquie), juillet 2017





No Borders For Food est un projet faisant dialoguer la création artistique et les savoirs populaires. En cela, il valorise les pratiques culturelles et territoriales des participants, entre la ville de Toulouse (France) et celle de Gaziantep (Turquie). Ainsi, le projet vise à créer un espace de rencontres montrant la nourriture comme un élément unificateur. Autrement dit. la cuisine est ici utilisée comme outil pour créer du lien à l'échelle d'un territoire, dont la diversité et l'attractivité se retrouvent renforcées et réinterprétées.

C'est avec cette démarche que le concept de **territoire culinaire** émerge, non pas comme une donnée purement géographique, sinon comme **identités culinaires** **liées par les usages.** Ce qui a encore plus d'écho que la politique ou la religion.

La démarche a comporté 4 phases distribués sur 10 jours:

- Une phase de rencontres entre les organisateurs, avec la mise en valeur des intérêts communs;
- Une phase de récolte d'Informations sur les pratiques culinaires de la ville via les ateliers de cuisine et la visite de la ville, dont l'interculturalité est à valoriser. Aussi cette phase visait-elle à explorer et à établir le concept de "territoire culinaire vivant " sur 2 continents différents. C'est donc le focus culinaire qui permet de transcen-

der les frontières;

- Une phase de conception de l'ouvrage culinaire designé et de la scénographie de la performance finale;
- Une dégustation / performance ouverte au public.

C'est l'exploration du concept de territoire qui a permis d'aboutir aux éléments centraux de la performance au Musée de la Gastronomie de la Ville du Gaziantep en juillet 2017. Il y a eu 3 éléments principaux:

 Le premier, l'Hoummous, est un élément culinaire international consommé dans les trois pays concernés (La France, La Syrie et La Turquie). Il montre





la capacité de réinterprétation des savoir-faire pour renforcer le partage et la multiculturalité. C'est également un plat destiné à être consommé à plusieurs, facile à confectionner, adapté aux végétaliens et aux végétariens. Il en émane les notions d'adaptabilité et de bienvenue.

- · Le deuxième est la Femme ainsi que son rôle dans la préparation et la transmission de savoir-faire culinaires. Ce qui permet d'embrasser la Féminité et sa présence controversée dans les sociétés turque et syrienne.
- · Enfin. le troisième élément. les Jardins, est abordé dans sa relation avec l'aliment frais, la consommation de la nourriture et les dimensions architectu-

rales de la ville.

Sur cette base, la performance a été conçue comme un événement devant se derouler dans deux caves, combinées avec un accueil principal pour 60 personnes. Les tables étaient alors peintes et ornées directement avec l'hoummous. Des manches de pâtisserie ont été en outre utilisées pour fabriquer deux jardins, l'un dédié à la femme et l'autre à la nature ainsi qu'à l'abondance. En effet, ce sont des concepts très présents dans la culture locale, étant donné que les jardins tiennent une place de choix dans l'architecture ottomane. Ils sont directement liés à la fertilité et au paradis.

Les créations ont été exposées de la manière suivante :

L'Accueil Principal est conçu par l'artiste Delphine Talbot avec des éléments naturels comestibles. Cette scénographie est faite avec des aliments desséchés et fait appel à la forme des seins, avec deux réalisations présentes dans la salle. Nous avons eu des aubergines, des piments et des fleurs comestibles sèches. Ces échantillons de pièces de nourriture desséchées ont étés exposées comme colliers pour recevoir les invités. Mais, dans cette partie du monde, l'utiliser comme ornements est plutôt controversée et tout le monde n'est pas disposé à les employer en ce sens.





La Cave Verte reprend le jardin à la Turque. Cette recherche commence par les bases de l'architecture ottomane, dans laquelle a été mis en valeur le concept de jardin. À l'époque, la nature prenait part dans tous les aspects de la société, depuis les petits objets jusqu'aux grandes oeuvres architecturales. Leur but était surtout religieux, en miroir au paradis. Les jardins existaient en divers endroits, des palais aux mosquées ainsi que dans les grands édifices ; et à plus petite échelle, dans les maisons privées où ils étaient utilisés comme un endroit pour la rencontre des familles. Dans ce cadre, les jardins reliaient les différentes pièces. Cette salle porte donc le code de couleur associé à la nature et

au luxe de la pistache. De l'autre côté, il y avait la salle verte, où l'on parlait de la richesse de la région. de l'adoration des jardins, de la signification de la liberté ainsi que de l'échange. Cette salle était le lieu où l'on a parlé harmonie et mélange avec un élément hautement prisé : la pistache.

La nourriture : Il y a une fontaine centrale de pain syrien pour parler du partage au moment de manger et de préparer la nourriture. Parmi la mise en place : hoummous traditionnel (pois chiches, pâte de tahini, jus de citron, cumin, sel) façonné en beignets frites, aromatisé avec la crème de pistache et une croûte de poudre de pistache ; hoummous de lentilles piquant en forme de beignets nature avec une croûte de pistache en poudre et une graine de pistache nature: hoummous traditionnel servi avec des fruits secs caramélisés accompagnés des arains de sésame.

La Cave Rose. La femme y joue un rôle important, comme creuset de la fertilité et de l'alimentation. Elle porte la vie en elle. Il y a entre les mains des femmes l'impérieuse tâche de transmettre et de conserver la culture culinaire. Celles-ci ont grandi et ont maintenu la cuisine dans les foyers. Cette salle porte le code de couleur de la féminité dans la région. Nous parlons d'une femme innocente



racookin,

Positionnement

et plus libre, puisque c'est le moment où elles ne portent pas le voile. Dans cette salle s'exprime également le côté plus mûr et fertile de la femme. L'élément le plus controversé de cet endroit a été une fontaine ronde en forme de seins, remplie d'Ayran avec de l'huile de piment piquant. En cela, cette salle a présenté le plus grand défi face au public. Elle fait appel à des éléments tabou au milieu d'une ambiance délicate et douce. Au niveau de la saveur, c'était la salle la plus contrastée avec du sucré et du salé, de l'acide et du piquant. D'où plusieurs fortes impressions, positives chez le public féminin.

La nourriture : Il y a une fontaine d'une boisson lactée traditionnelle, nommée Ayran, pour parler de la féminité et de la fertilité. Elle est aromatisée avec de l'huile de piment pour représenter le contraste. Hoummous de lentilles en forme de beignets et en crème, aromatisée avec une épice acidulée local, nommée " sumack ", et dressé avec un grain de pois chiche frite; hoummous traditionnel aromatisé avec la poudre de piment ; hoummous traditionnel en forme de beignets avec une croûte piquante et servi dans une feuille de pâte douce ainsi qu'une feuille de menthe.



Présentation des partenaires

CRICAO,96 la rencontre avec la mondialité.

Il s'agit d'une association toulousaine promouvant le croisement des cultures et de l'esthétique. Elle produit et diffuse des artistes, dont les créations sont le fruit de rencontres fécondes et innovantes entre des cultures d'origines différentes. L'action culturelle développée se fonde sur la transmission des cultures du monde dans les milieux spécialisés et sur des territoires différents. Elle organise enfin des événements où le territoire est le support de rencontre entre les lieux, les habitants et l'esthétique.

Ce partenariat a participé de plusieurs apports:

- · Le souci d'inclusion et de l'immersion culturelles dans le processus de création et de la recherche ethnographique;
- · L'accès à un environnement multiculturel et multidisciplinaire. Celui-ci inspire la création sur un cheminement pensé pour tous les usagers. Il invite également les spectateurs à une découverte riche et conçue pour réinventer des traditions et des pratiques déjà connues;
- · L'enrichissement d'une posture ethnographique et observationnelle pour la compilation

des données avant la création.

Delphine TALBOT,97 la rencontre avec l'ethno-poétique

Elle est Maître de conférences (enseignant-chercheur) en Arts Appliqués à l'Université de Toulouse Jean Jaurès.

Elle propose une démarche construisant une ethno-poïétique, questionnant notamment la complémentarité opératoire entre la poétique et l'ethnographie.

La première s'attache autant à l'enquêteur, lorsqu'il est aux prises avec le terrain, qu'aux singularités des ethnos qu'il rencontre. L'ethnographie est motivée par le désir



⁹⁹ Le site Internet officiel est http://www.kirkay. org/ (Lien consulté le ²⁷ août 2017)

site Internet officiel de l'association est ://www.tandemforculture.org/ [Lien consulté :août.2017]

Positionnement

de comprendre une diversité en constante transformation et faite de divergences.

La seconde, complémentaire, est considérée comme science et philosophie de l'instauration créatrice, attentive au caractère dynamique unissant l'homo faber à sa mise en oeuvre. En filigrane de ses études, une pensée de la relation s'instaure.

Les échanges avec l'artiste a également participé de plusieurs apports :

- Une emprise réelle et pratique sur la création, inspirée par les données ethnographiques dans une posture interculturelle et inclusive;
- L'immersion dans la culture et les pratiques traditionnelles

comme vecteur de revalorisation et levier de développement des territoires ;

- L'intensification du regard du designer sur la nourriture et ses pratiques, tout en envisageant les produits finis;
- Une expérimentation réelle de l'intégration des observations et des données pour créer des produits physiques. Cela a renforcé la pertinence du concept de territoire culinaire sensoriel pour un meilleure ambiance de création. Partant, la couleur a autorisé l'immersion dans une expérience globale, en faisant appel aux codes socio-culturels et culinaires.

Autres partenaires, un réseau

d'inclusivité.

- Tandem For Culture. 98 Il s'agit d'un programme de coopération culturelle au service de la société civile en Europe et dans les régions environnantes. Il existe 5 programmes Tandem axés sur différentes thématiques et régions. Ainsi, plusieurs programmes se déroulent dans le monde pour promouvoir les échanges interculturels. C'est grâce à l'appui financier de Tandem qu'il a été possible de mener le projet No Borders For Food.
- **Kirkayak Kultur.**⁹⁹ Basée à Gaziantep, l'association vise l'amélioration et l'approfondissement





Prolongements conceptuels

La Performance

Les jardins en Turquie parlent d'endroits paradisiaques où l'on peut trouver les éléments nécessaires pour la survie : nutrition et spiritualité.

Mot-clé: Centre / Eau

Cette recherche commence par les bases de l'architecture ottomane, dans laquelle a été mis en valeur le concept de jardin. À l'époque, la nature prenait part dans tous les aspects de la société, depuis les petits objets jusqu'aux grandes oeuvres architecturales. Leur but était surtout religieux, en miroir au paradis. Les jardins exis-

taient en divers endroits, des palais aux mosquées ainsi que dans les grands édifices; et à plus petite échelle, dans les maisons privées où ils étaient utilisés comme un endroit pour la rencontre des familles. Dans ce cadre, les jardins reliaient les différentes pièces.

Table: Préparations centrales, sources de nourritures à partager.

Mot-clé: Continuité

Avec cette notion, les jardins ont été conçus comme les représentations terrestres du paradis. Ils sont enrichis avec fontaines centrales et invitent à l'immersion totale dans la nature. L'architecture interne des bâtiments était conçue pour mettre en valeur le jardin. Ceux-ci disposaient de grandes fenêtres permettant une vue stratégique sur le jardin. De même, des motifs faisaient allusion à la grande nature dans l'intérieur des maisons. Enfin, des portes permettaient aussi une continuité avec les jardins.

<u>Table</u>: Représenter le design des fontaines avec de la nourriture. L'hoummous porte différentes couleurs et ingrédients en employant des éléments pointillés. De cette façon, au moment de soulever la couverture et de consommer les plats, l'on découvre leurs



Positionnement

éléments décoratifs.

Mot-clé: Libération / Appréciation

Le jardin turc a été réinterprété et extrapolé en différentes cultures, particulièrement en Espagne. Leur présence y était accrue avec l'arrivée des immigrants turcs, marocains et tunisiens. Ces endroits étaient particulièrement appréciés pour la séduction. Les usagers pouvaient montrer leurs vraies personnalités et leurs charmes à des fins amoureux. En effet, à l'époque, les sociétés étaient fermées et patriarcales. Les rencontres authentiques sont donc mises en place, à l'abri des regards indiscrets et des jugements moraux.

Table: Parcours favorisant la conversation et le partage d'idées.

Mot-clé: Création / Verger / Appartenance

L'union entre le verger et le jardin est une constante dans les endroits paradisiaques. Il existe une relation directe entre le la nécessité et la satisfaction. Nous voyons des grands jardins échelonnés en forme de parcelles. L'agriculture donnait les principes pour la disposition des jardins. A nouveau, l'abondance des fontaines centrales prennent une importance pour la fraîcheur et la survie des produits. Et ce, en faisant appel aux éléments nécessaires à cette fin : le soleil. l'eau et la fertilité.

Table: Dispositions géométriques,

directement sur la table, avec la même disposition que les vergers.

Mot-clé: Mosaïques / Pierres

La figure féminine est représentée plusieurs fois dans les jardins, en forme de statues et mosaïques. Ce qui lie l'intérieur des bâtiments avec l'extérieur. À nouveau, les designs géométriques chargés de détails sautent à la vue avec ces créations basées sur des éléments naturels.

Table: Design géométrique grâce aux boulettes de viande ainsi qu'aux préparations de différentes couleurs avec des croûtes de végétaux.

Mot-clé: Héroïne

La femme y joue un rôle impor-



racookin,

Positionnement

tant, comme creuset de la fertilité et de l'alimentation. Elle porte la vie en elle. Il y a entre les mains des femmes l'impérieuse tâche de transmettre et de conserver la culture culinaire. Celles-ci ont grandi et ont maintenu la cuisine dans les foyers.

L'Hoummous

Il s'agit d'une combinaison de l'hoummous avec le pain :

A Gaziantep:

- · L'hoummous est un plat commun. Il est abordable et peut être enrichi avec des ingrédients additionnels. Ses fondamentaux sont le pois chiche et la tahini.
- L'hoummous avec de la viande émincée est une invention da-

tant des migrations syriennes. Cependant, il est impossible de savoir quelle communauté en est le dépositaire.

· L'hoummous est censé être d'origine judéo-palestinienne.

A Toulouse:

- · L'hoummous fait partie du discours végétalien et végétarien.
- Il y est pensé comme d'origine grecque.
- Il y est davantage intégré aux autres aliments.
- · L'hoummous est vue sous l'angle de l'exotisme.
- · L'hoummous est un plat partagé dans la même assiette.







Conclusion



Nous avons maintenant besoin de stimulations, non pas d'informations 100

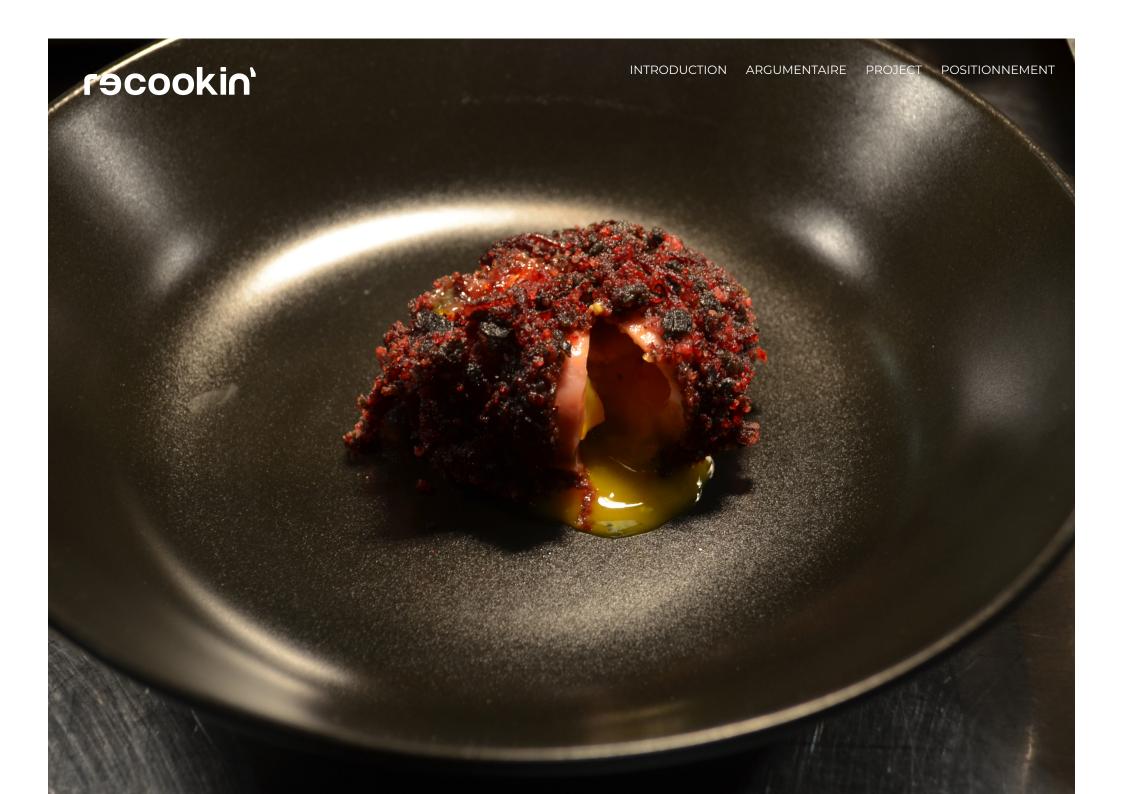


THEODOR ZELDIN,

historien et sociologue britannique, spécialiste des civilisations







Conclusion

.o3 Lire NORMAN, D. (2005), Human-Centered Design Considered Harmful", nteractions, 12(4)

.o²ROSS, A. (2016). *The* ndustries of the Future. Ne York: Simon & Schuster

¹⁰¹Regarder *Year Million.* Prr David O'CONNOR. National Geographic Channel, ²⁰¹⁷. Télévision Vouloir améliorer l'Expérience Utilisateur (UX) relève d'un immense défi en soi. De ce fait. le recours prioritaire et extensif au design sensoriel et inclusif n'est pas neutre. Car la multiplication des interfaces hyper-connectées, visibles et invisibles, et l'arrivée de la réalité mixte (virtuelle et augmentée) impacteront radicalement la sensorialité humaine. de même que nos structures coanitives et émotionnelles.101 Dans le même temps, la diversité des groupes humains et la variété de leurs besoins iront croissant. 102 Ce qui nécessite toujours plus d'inclusion et de pluralité pour garantir la meilleure UX.

Le métier du designer, sa posture, ses représentations, son approche et ses outils s'en retrouveront également impactés. L'appropriation et l'utilisation de l'ethnographie en design se réinventera. De même, toute nouvelle avancée dans la compréhension de la perception humaine par les neurosciences enrichira la créativité du designer.

Toutefois, ce dernier devra être à la fois proactif et prudent vis-à-vis de certains volte-face conceptuels et opératoires dans la conception de l'UX. En effet, Donald NORMAN lui-même a opéré un changement inattendu. 103 Le design centré sur l'utilisateur (1986) puis centré sur l'humain (1988) a fait long feu. Il soutient dorénavant une approche nouvelle depuis 2005 : le design centré sur l'activité (Ac-

tivity-Centered Design - ACD). NORMAN définit l'activité comme un ensemble de tâches coordonnées et intégrées, et explicite une relation hiérarchique descendante (activité > tâche > action > opération). Surtout, il soutient que c'est désormais à l'humain de s'adapter à une technologie hautement évolutive et en constante complexification, et non l'inverse. Autrement dit, "pour les partisans du design centré sur l'humain, l'outil devait être invisible et ne pas entraver le cheminement. Or, avec le design centré sur l'activité, l'outil est désormais le cheminement."

Toujours est-il que, dans son " Manifeste du Cyborg " paru en 1991, l'historienne américaine Donna







eHARARI, Y. N. (2017). Homo eus : A Brief History of omorrow. New York : Vintage ooks

sifansim, M. et LAKHANI, K. R. 2014), "Digital Ubiquity: How connections, Sensors, and Data Are Revolutionizing Business Harvord Business Review,"

104Voir HARAWAY, D. (1991).
Simians, Cyborgs and Wome
The Reinvention of Nature. N

Conclusion

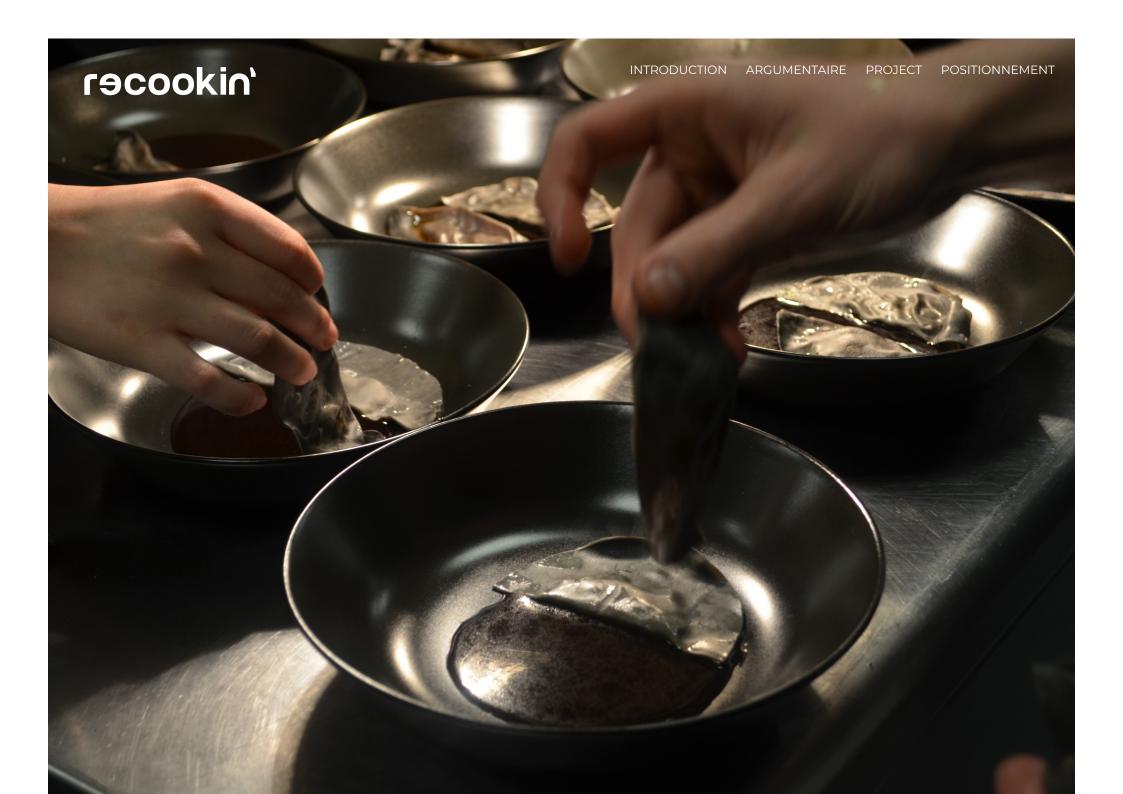
HARAWAY prévenait déjà de la sorte: 104

"Avec les machines de la fin du xxe siècle, les distinctions entre naturel et artificiel, corps et esprit, auto-développement et création externe, et tant d'autres qui permettaient d'opposer les organismes aux machines, sont devenues très vagues. Nos machines sont étrangement vivantes, et nous, nous sommes épouvantablement inertes."

L'enjeu ultime de l'UX découle en conséquence de l'ubiquité numérique, perçue pour le moment comme une prouesse technologique. ¹⁰⁵ Car l'hyperconnectivité

renforce la dispersion des dispositifs et des interfaces, tout en dédoublant potentiellement l'identité numérique d'un seul et même individu. 106 De ce fait le designer sensoriel aura un être humain sans cesse pluriel à accompagner et à satisfaire dans un contexte de démultiplication de capteurs sensoriels et de collecte massive de données personnelles. Il aura à considérer en permanence les impacts de la technologie sur l'humain, notamment en matière de respect de la vie privée, pour être en mesure d'améliorer l'UX.





Bibliographie

Théories du Design

- BRANZI, A. (1985). La Casa Calda. Paris : L'Équerre
- DELWICHE, J. F. (2012), "You Eat With Your Eyes First", Physiology & Behavior, 107(4), 502-504
- GAMBA, T. (2017), "D'où vient la "Pensée Design"?", I2D Informations, Données & Documents, 54(1), 30-32
- GENTES, A. (2015), "Arts et Sciences du Design: La Place des Sciences Humaines", Sciences du Design, 1(1), 94-107
- MOGGRIDGE, B. (2006). Designing Interactions. Cambridge: MIT Press
- THACKARA, J. (2005). In The Bubble. Design In A Complex World. Cambridge: The MIT Press

Anthropologie numérique africaine

- DRUMMOND, P. et al. (2014), "Africa Rising: Harnessing the Demographic Dividend", *IMF Working Paper*, 14(143), 1-22
- LALL, S. V. et al. (2017). Africa's Cities: Opening Doors to the World. Washington, DC: World Bank

Communication

• ESGUERRA BERNAL, A. et SANTA GALVIS, J. "Comunicación Organizacional", Faculté de Langues et Communication", Bogotá, Mémoire pour l'obtention du titre de communicants sociaux, 2008

Design culinaire

- BRETILLOT, M. (2010). Culinaire Design. Paris: Editions Alternatives
- CUSACK, I. (2005), "Cuisines Africaines: Cuisiner la Nation", Politique Africaine, 100(4), 279-301







Bibliographie

- DELWICHE, J. F. (2012), "You Eat With Your Eyes First", Physiology & Behavior, 107(4), 502-504
- FISKER A. M. et OLSEN T. D., (2008), "Food, Architecture and Experience Design", *Nordic Journal of Architectural Research*, 20(1), 63-74
- GONZALEZ RIVAS, M. " Estudio de Hábitos Alimenticios en los Estudiantes de la Universidad de las Américas ", Puebla, Thèse professionnelle, 2004
- HAGTVEDT H. et al., (2008), "Art Infusion: The Influence of Visual Art on the Perception and Evaluation of Consumer Products", *Journal of Marketing Research*, Vol. 45(3), 379-389
- LIORE, J. (2010), "Les Mères, les Filles et la Cuisine "Africaine" en situation de Migration (Marseille) ", Hommes et Migrations, 1286-1287, 178-188
- MICHEL C., (2014), "A Taste of Kandinsky: Assessing the Influence of the Artistic Visual Presentation of Food on the Dining Experience", Flavour, 3(7)
- WALTZ B., (2008), "The Entirety of the Meal: A Designer's Perspective", Journal of Foodservice, 19(1), 96-104

Design, ethnographie et ethnopoïétique

- BASSEREAU, J.-F. et al. (2015), "Les Objets Intermédiaires de Conception / Design, Instruments d'une Recherche par le Design", *Sciences du Design*, 2(2), 48-63
- BERGER, E. (2014), "La Démarche de Design entre Projet et Expérience : Une Poïétique qui hybride Penser et Faire", Communication & Organisation, 46(2), 33-42
- COPANS, J. (1998). L'Enquête ethnologique de Terrain. Paris : Armand Colin
- CHASTANET, M. et al. (2002). Cuisine et Société en Afrique : Histoire Saveurs Savoir-faire. Paris : L'Harmattan







Bibliographie

- TALBOT, D. (2009), "Relations Europe-Asie dans la conception des tendances et les pratiques tinctoriales : essai d'ethno-poïétique " (Thèse, Université Toulouse Jean Jaurès)
- DOURISH, P. (2006), "Implications for Design", CHI 2006, April 22-27, 1-10
- GALLEN, C. et al. (2012), "Le Design Culinaire comme Potentiel de Valorisation d'un Territoire. Le Design est-il mangeable ?", Économie Rurale, 329, 48-63
- INRA (2012). Comportements alimentaires. Versailles: Editions Quæ
- LADNER, S. (2014). *Practical Ethnography : A Guide to Doing Ethnography in the Private Sector.* London : Routledge
- MAUSS, M. (1967). Manuel d'ethnographie. Paris : Payot.
- NOVA, N. et al. (2015), "De l'ethnographie au Design, du Terrain à la Création : Tactiques de Traduction ", Sciences du Design, 5(1), 86-93
- TILLION, G. (2004). Il était une fois l'Ethnographie. Paris : Points

Design sensoriel

- BASSEREAU, J.F. et CHARVET-PELLO, R. (2011). Dictionnaire des Mots du Sensoriel. Cachan: Lavoisier
- JACQUOT, M., FAGOT, P. et VOILLEY, A. (2011). *La Couleur des Aliments : De la Théorie à la Pratique*. Cachan : Lavoisier
- LE BRETON, D. (2006). La Saveur du Monde. Paris : Métaillé
- SCOTT, I. (1989). Le Test des Couleurs de Max Lüscher. Avignon : Aubanel
- SPENCE C., (2013), "Multisensory Flavour Perception", Current Biology, 23(9), 365-369
- SPENCE, C. (2015), "On the Psychological Impact of Food Colour", Flavour, 4(21), 1-16



.



recookin,

Bibliographie

• ZELLNER D. A., (2010), "Art on the Plate: Effect of Balance and Color on Attractiveness of Willingness to Try and Liking for Food", Food Quality and Preference, 21(5), 575-578

Design UX

- COOPER, A. (2004). The Inmates Are Running in the Asylum: Why High Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity. Indianapolis: Sams Publishing
- DAUMAL, S. (2015). Design Expérience Utilisateur : Principes et Méthodes UX. Paris : Eyrolles
- HEATH, C. et al. (2010). Made to Stick. Why Some Ideas Survive and Others Die. New York: Random House
- NORMAN, D. (2005), "Human-Centered Design Considered Harmful", Interactions, 12(4), 14-19
- NORMAN, D. et DRAPER, S. W. (1986). *User Centered System Design : New Perspectives on Human-Computer Interaction*. Boca Raton : CRC Press
- NORMAN, D. (1988). The Design of Everyday Things. New York: Basic Books
- RISDON, C. (2011), "The Anatomy of an Experience Map", *Adaptive Path*: http://www.adaptivepath.org/ideas/the-anatomy-of-an-experience-map/ (consulté le 1 décembre 2017)

Fiction

• PROUST, M. (1923, rééd. 2008). La Prisonnière. Paris : Le Livre de Poche

Histoire

• GOMA-THETHET, J. (2012). Histoire des Relations entre l'Afrique et sa Diaspora. Paris : L'Harmattan







Bibliographie

Médecine et physiologie

- BALLUS C. (1983). Psicobiología. Interrelación de Aspectos Experimentales y Clínicos. Barcelona: Herder
- CORBIN, A. (dir) (2016). Histoire du Corps. Paris : Points, 3 tomes
- GUYTON, A. (1979). Physiology of the Human Body. Philadelphia: Saunder, 5ème éd.
- HEIDEGGER, M. (1927, rééd. 1992). Être et Temps. Paris : Gallimard
- HOTTOIS, G. et al. (2015). Encyclopédie du Trans/Posthumanisme : L'humain et ses Préfixes. Paris : Vrin

Méthodologies de créativité

- KNAPP, J., ZERATSKY, J. et KOWITZ, B. (2016). Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days. New York: Simon & Schuster
- LOTTO, B. (2017). Deviate: The Science of Seeing Differently. New York: Hachette Books
- OSTERWALDER, A. et al. (2014). Value Proposition Design : How to Create Products and Services Customers Want. New York : Wiley & Sons
- RIES, E. (2011). The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses. London: Portfolio Penguin
- SOLIS, B. (2015). X: The Experience When Business Meets Design. New York: John Wiley & Sons
- STINKDORN, M. (2017). This is Service Design Doing: Applying Service Design and Design Thinking in the Real World. Sebastopol: O'Reilly

Pédagogie

• DEWEY, J. (1938, rééd. 2008). Experience and Education. New York: Simon & Schuster







Bibliographie

Philosophie

- ARENDT, H. (1958, rééd. 2002). La Condition de l'Homme Moderne. Paris : Pocket
- BAUDRILLARD, J. (1978). Le Système des Objets. Paris : Gallimard
- LIPOVETSKY, G. (1989). L'Ere du Vide. Essais sur l'Individualisme Contemporain. Paris : Gallimard
- ZELDIN, T. (2000). Conversation: How Talk Can Change Our Lives. New York: Hidden Spring

Sociologie du Numérique

- Deloitte (2015). The Journey to Government Digital Transformation. London: Deloitte University Press
- DELTOUR, F. et al. (2016), "Le Numérique transforme-t-il le lien entre Territoire et Innovation ? Une étude empirique sur les PME", *Revue d'Économie Industrielle*, 156(4), 23-55
- ELLUL, J. (2008, 1ère éd. 1954). La Technique ou l'Enjeu du siècle. Paris : Economica
- FRANKLIN, D. (2017). Megatech. Technology in 2050. London: The Economist Books
- HARARI, Y. N. (2017). Homo Deus: A Brief History of Tomorrow. New York: Vintage Books
- HARAWAY, D. (1991). Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature. New York: Routledge
- IANSITI, M. et LAKHANI, K. R. (2014), "Digital Ubiquity: How Connections, Sensors, and Data Are Revolutionizing Business", *Harvard Business Review*, November
- Oxford Analytica (2015). *Networked Governments. The Transition to Citizen Centricity*. Oxford : Oxford Analytica
- RIFKIN, J. (2012). La Troisième Révolution Industrielle : Comment le Pouvoir Latéral va Transformer l'Énergie, l'Économie et le Monde. Paris : Les Liens Qui Libèrent
- ROSA, H. (2013). Accélération. Une Critique Sociale du Temps. Paris : La Découverte







Bibliographie

- ROSS, A. (2016). The Industries of the Future. New York: Simon & Schuster
- SADIN, E. (2015). La Vie Algorithmique. Critique de la Raison Numérique. Montreuil : L'Échappée
- ZEITLER, A. et BARBIER, J-M. (2012), "La notion d'Expérience, entre Langage Savant et Langage Ordinaire ", Recherche et Formation, 70, 107-118

Théories de l'information

- SUCHMAN, L. (1987). *Plans and Situated Actions : The Problem of Human-Machine Communication*. Cambridge : Cambridge University Press
- WINOGRAD, T. et FLORES, F. (1987). *Understanding Computers and Cognition : A New Foundation for Design*. Boston : Addison Wesley

Ressources Web

- Afrily (site Internet), "Accueil": http://www.afrily.com/ (Lien consulté le 28 août 2017)
- Afrily (Blog), "About Us": http://blog.afrily.com/ (Lien consulté le 28 août 2017)
- BRION, C. (2017), "A Paris, la Gastronomie Africaine s'impose", Le Figaro, 17 mars : http://o.nouvelobs.com/food/20170316.OBS6687/a-paris-la-gastronomie-africaine-s-impose.html (Lien consulté le 28 août 2017)
- CRICAO, "Association": http://www.cricao.org/association/ (Lien consulté le 23 août 2017)
- Delphine TALBOT, " About ": http://delphinetalbot.wixsite.com/color-designer/about (lien consulté le 23 août 2017)
- Encyclopedia of Food and Culture, "Nouvelle Cuisine": http://www.encyclopedia.com/sports-and-every-day-life/food-and-drink/food-and-cooking/nouvelle-cuisine (Lien consulté le 19 août 2017)



.

Bibliographie

- GARTNER (2016), "Top 10 Strategic Technology Trends for 2017": http://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartners-top-10-technology-trends-2017/ (Lien consulté le 28 août 2017)
- Institut Supérieur Couleur Image Design (ISCID) de l'Université Toulouse Jean JAURÈS, " Création Recherche et Innovation en design Sensoriel et alimentaire (CRIS) : http://iscid.univ-tlse2.fr/accueil-iscid/les-formations/parcours-diplomes/ (Lien consulté le 27 août 2017)
- ISO, "ISO 9241-210:2010 Ergonomie de l'interaction homme-système -- Partie 210: Conception centrée sur l'opérateur humain pour les systèmes interactifs": https://www.iso.org/fr/standard/52075.html (Lien consulté le 21 août 2017)
- KIRKAYAK KÜLTÜR, "KIRKAYAK KÜLTÜR": http://www.kirkayak.org/ (Lien consulté le 27 août 2017)
- Microsoft (2016), "Inclusive: A Microsoft design toolkit": https://www.microsoft.com/en-us/design/inclusive (Lien consulté le 23 août 2017)
- Tandem For Culture : " Why Tandem ? " : http://www.tandemforculture.org/ (Lien consulté le 27 août 2017)
- University of Cambridge, "Inclusive Design Toolkit": http://www.inclusivedesigntoolkit.com/whatis/whatis.html#p3b (Lien consulté le 19 août 2017)
- Usabilis, "Définition UX: Expérience Utilisateur (User Experience)": http://www.usabilis.com/definition-ux-experience-utilisateur-user-experience/ (Lien consulté le 21 août 2017)

Ressources audiovisuelles

• Year Million. Prod. David O'CONNOR. National Geographic Channel, 2017. Télévision



.



racookin,



INDEX DES NOTIONS

- « EXPERIENCE » PAGES 6, 52, 59, 64
- « USAGES » PAGES 7, 19, 68
- « ETHNO-POIETIQUE » PAGE 16
- « PERCEPTION » PAGE 21
- « PATRIMOINE » PAGE 24
- « PATRIMOINE SENSORIEL » PAGE 24
- « PATRIMOINE SENSORIEL VIVANT » PAGE 24
- « EXPERIENCE D'UTILISATEUR » PAGES 28, 31, 53, 55, 58
- « TERRITOIRE CULINAIRE » PAGES 36, 40, 46
- « RECOOKIN » PAGES 45, 64
- « IDENTITÉ » 30, 47
- « DESIGN SENSORIEL » 60
- « DESIGN INCLUSIF » 60

Resume

L'amélioration significative de l'expérience constitue à la fois une problématique majeure des sciences du design et l'ambition ultime du designer comme professionnel inter-/transdisciplinaire.

On retrouve précisément l'imbrication du design de l'expérience et l'expérience du design dans notre jouissance et notre bénéfice de biens et services au quotidien. Cette articulation permet aux citoyens consommateurs - utilisateurs que nous sommes de bénéficier de solutions répondant au plus près à nos attentes. Elle mobilise les organes de nos sens - notre sensorialité humaine - et génère des perceptions à la fois individuelles et collectives. En outre, elle permet au designer de réinventer nos usages et nos pratiques concrètes pour d'autres contextes. Ce qui a été opéré en deux expérimentations, en investissant le chocolat artisanal et en réinterprétant, notamment par la couleur. l'interculturalité d'une cuisine à la frontière turco-syrienne.

Grâce à l'immersion ethnographique, les tournures d'esprit et les postures proposées par la ethnopoietique et la mobilisation des avancées en neurosciences et desian numérique d'expérience utilisateur (UX), le designer peut puiser des matériaux créatifs sur un terrain spécifique, porteurs de traditions et de cultures identifiables, et exercer sa propre synthèse créative afin de concevoir de nouveaux produits et services. C'est le cas du projet professionnel Recooking. Il a vocation à réinventer la gastronomie africaine, peu et mal connue, en faveur d'une internationalisation positive et faisant émerger un nouvel appareil conceptuel: le patrimoine sensoriel vivant.

Finalement, les aboutissements du travail en design culinaire ont été prolongé dans le Numérique. Car la nécessité d'une expérience utilisateur (UX) de qualité y est impérative. En effet, la multiplication des dispositifs et interfaces hyper connectés via Internet et l'hybridation de la réalité (augmentée et virtuelle) sollicitent encore davantage nos sens. Le designer aura par conséquent à favoriser l'expérience d'utilisateurs variés, aux besoins différents, aux environnements de connectivités différenciés, avec des compétences numériques variables.



Abstract

The significant improvement of experience is both a major design science issue and the ultimate ambition of the designer as an intertransdisciplinary professional.

We find precisely the interweaving of design experience and design experience in our daily enjoyment and benefit of goods and services. This articulation enables us as citizens - consumers - users - to benefit from solutions that meet our expectations as closely as possible. It mobilizes the organs of our senses - our human sensoriality - and generates both individual and collective perceptions. In addition, it allows the designer to reinvent our uses and concrete practices for other contexts. This was done in two experiments, by investing artisanal chocolate and reinterpreting, notably by colour, the interculturality of a kitchen on the Turkish-Syrian border.

Thanks to ethnographic immersion, the turns of mind and postures proposed by ethnopoietics and the

mobilization of advances in neuroscience and digital design user experience (UX), the designer can draw creative materials on a specific field, bearers of identifiable traditions and cultures, and exercise his own creative synthesis to design new products and services. This is the case with the professional Recooking project. Its vocation is to reinvent African gastronomy, little and little known, in favour of a positive internationalisation and creating a new concept: the living sensory heritage. Finally, the culinary design work was extended in Digital. Because the need for a quality user experience (UX) is imperative. Indeed, the multiplication of devices and hyper-connected interfaces via Internet and the hybridization of reality (augmented and virtual) strain our senses even more. The designer will therefore have to favour the experience of various users, with different needs, different connectivity environments, with variable digital skills.







