

tl.mag

#12

version française

FR trendsliving INTERNATIONAL

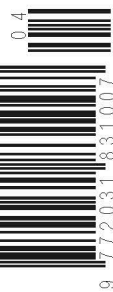
www.tlmagazine.com

SPECIAL ASIE HONG KONG & DESIGN

soie hermès

shang xia

moon for love



ISSN 2031-8316

BUREAU DE PRESSES: 11, rue de Valenciennes, 11500 PARIS
NUMÉRO 12: OCTOBRE - NOVEMBRE - DÉCEMBRE 2011 - TRIMESTRIEL
Belgique - France: € 9,50, Europe: € 11,
GB: £10, US: US\$ 16, Canada: CA\$ 20,
Hong Kong: HKD 110, Chine: CNY 110,
Singapour: SGD 18

patricia urquiola

issey miyake - irving penn

hussein chalayan

andre fu

nendo

tsumori chisato

werner aisslinger

Chaque objet *manufacturé* intègre une *dépense intellectuelle, matérielle et énergétique*. Les ressources en *matières premières* étant finies et les ressources en *énergie* se faisant plus *rare*s et plus *chères*, il faudra moins *consommer*, à moins que la conception des objets elle-même évite le gaspillage.

L'efficacité des ressources est LE sujet environnemental de l'année à la Commission européenne à Bruxelles. Même si c'est encore tabou, le monde politique commence à se rendre compte que les ressources en matières premières planétaires sont finies et que la croissance trouvera un jour ses limites physiques. Il faut donc moins consommer, une gageure dans la société où nous vivons. Pour Tim Jackson, professeur de Développement durable à l'Université de Surrey et auteur de *Prosperité sans Croissance*, la clé pour un avenir durable est un changement de mode de vie. Pour ce chantre de la décroissance, le problème est que "ce qui caractérise la société de consommation n'est pas seulement qu'elle consomme beaucoup, mais qu'elle dédie cette consommation à toutes sortes de tâches sociales et psychologiques telles que la création de l'identité. On ne peut pas vraiment en extraire l'aspect matériel sans changer la vie des gens." Certes, la simplicité volontaire, un mode de vie se passant de tout ce qui est superflu, gagne petit à petit ses lettres de noblesse, en réaction à la déshumanisation d'un monde obnubilé par la consommation. Mais les 'freegans', 'eco-warriors' et autres objecteurs de croissance ne pèsent pas encore assez pour renverser la tendance. Les solutions peuvent aussi venir de l'industrie, prise en étau entre la concurrence des pays émergents et des coûts de revient à la hausse. Pour économiser de précieuses matières premières, elle agit notamment en amont, en optimisant la fabrication même des objets : par exemple en diminuant l'apport en matières premières par une meilleure conception des objets, mêmes ceux aussi simples que des canettes de soda, voire en permettant la réutilisation quasi telle quelle de certains éléments, comme les poutrelles

d'acier dans les bâtiments. En aval, le recyclage est à la mode, mais ce n'est pas la panacée, car il a un coût énergétique et nécessite une énorme organisation tant pour la collecte que la déconstruction et l'utilisation des matières extraites.

Freitag, pionnier de l'upcycling. Né au début des années 2000, le concept d'*upcycling* fait son chemin. Il consiste à valoriser des déchets en les transformant en produit de qualité ou d'utilité supérieure. Là, les designers ont un rôle capital à jouer, car le déchet devient la matière première. Les magasins Oxfam regorgent d'objets *upcyclés* tels que des sacs et des jouets fabriqués à partir de déchets plastiques ou métalliques. Mais pour que le concept fasse son chemin, il lui faut une véritable réussite économique. Et c'est là que la valeur ajoutée du design peut faire la différence. Un des exemples les plus emblématiques est celui des frères Markus et Daniel Freitag, créateurs des sacs éponymes, à partir de bâches de camion, maintenant à la tête d'une entreprise prospère de 120 personnes. Aujourd'hui, les designers rivalisent d'imagination pour réutiliser les déchets dans tous les domaines, des échantillons de moquette aux vieux journaux. Mais on ne refait pas le monde aussi facilement et le succès de l'*upcycling* se mesurera à l'aune de sa réussite économique. Un fait est sûr en tout cas : les déchets ne manqueront pas et il faudra choisir entre ruiner sa vie ou 'sauver le monde'.

www.freitag.ch
www.studiooswine.com
www.infiniski.com
t.jackson@surrey.ac.uk



© M. H. 2.



© S. H. 3.

1. Hair Glasses (lunettes de soleil faites à partir de cheveux et de résine bio), de Studio Osine, 2011
2. F-Concept, besace Truck, de Freitag
3. Casa Sepulveda (maison fabriquée à partir de conteneurs maritimes), de Infiniski

à lire :

Tim Jackson, *Prosperité sans croissance : la transition vers une économie durable*, DG développement durable, UE, 18 mars 2011