

# Information Presse CCI

CMF - 604 0 20

## L'OBJET INDUSTRIEL

Galerie du CCI - Niveau mezzanine  
Entrée libre  
26 mars - 9 juin 1980

Radio, rasoir électrique, cuisinière, appareil photo, briquet, automobile... tous ces objets industriels ont définitivement acquis droit de cité dans notre vie quotidienne.

Mais il n'en a pas toujours été ainsi. Leur pénétration s'est faite lentement, parfois difficilement, souvent par à coups.

L'objet industriel a beaucoup évolué depuis le début du siècle. Ces changements peuvent ils nous aider à comprendre le présent, à prévoir l'avenir ? L'objet, reflet de l'industrie, reflet de la société ?

Tout d'abord, on analysera l'évolution de l'objet industriel du début du siècle à nos jours, sous forme de rétrospective, dans un puzzle de photomontages et d'objets : qui conçoit ces objets, comment et pourquoi ? Dans quelles conditions sont-ils produits, distribués, consommés et pourquoi ?

Si certains objets ont peu changé, comme le vélo de 1905 si semblable à celui d'aujourd'hui, d'autres comme la radio ont vu leur forme se modifier considérablement au gré de l'évolution des technologies et des matériaux.

Les premiers objets industriels faisaient peur ; ceux qui entraient dans la maison, machine à coudre, téléphone, s'habillaient de décors surajoutés.

Le développement de la fabrication en série a permis la naissance d'objets aux formes simples, rationnelles et fonctionnelles, comme le prototype de 2 cv de 1939 ou l'appareil photo Brownie de notre enfance. Mais une mauvaise qualité technique, une finition insuffisante peuvent aussi se cacher sous une parure flatteuse, séduisant un public qui choisit l'aspect plutôt que l'usage.

Parmi les nombreux perfectionnements mis au point au cours des deux guerres, certains ont été à l'origine de la création d'objets de grande consommation : la vespa est née avec un moteur de DCA dont on ne savait plus que faire.

L'objet industriel conçu par l'ingénieur, le technicien, le fut à ses débuts par le dessinateur de modèles, plus tard par l'artiste, le styliste. Qu'est-ce que le re-design, le styling né après la crise de 1929 pour faire vendre ? Qu'est-ce qu'une démarche de design ?

Par le biais de diverses approches thématiques, on s'interrogera ensuite sur les rapports que l'objet entretient tour à tour avec la forme, la technologie, l'usage et la conception ou le design de produits.

Enfin une partie prospective étudiera les tendances actuelles et leur projection vers demain.

En effet, une attitude nouvelle se dessine face à l'objet industriel. Son existence, sa forme, sa manière d'être fabriqué sont remis en question. Le slogan "objet, cache toi" de 1968 est devenu la manifestation du rejet d'une certaine forme passive de consommation. Les économies d'énergie et de matières premières, la pollution soulèvent de nouveaux problèmes.

Service de presse du CCI Centre Georges Pompidou  
Marie-Jo Poisson Centre de Création Industrielle  
Tél: 277 12 33 poste 41 05 75191 Paris Cedex 04

.../...

Plusieurs tendances coexistent : le retour archaïque aux matériaux traditionnels (le bois) ou aux objets rétro (machine à coudre modèle 1886 fabriquée aujourd'hui) ; l'appel aux énergies douces (chauffage solaire) ; le développement du consumérisme et son influence sur l'objet industriel.

Pourquoi choisir une R5 sophistiquée plus chère, plutôt qu'une R 12 d'une gamme supérieure ? Dans une société de consommation, pour ceux qui possèdent l'indispensable, le "Style de vie" serait-il plus déterminant que le niveau de vie ou de revenus ?

Comment se développe l'objet industriel dans cette double tendance qui se dessine aujourd'hui : celle d'une conception totale qui élabore tout un système, un environnement d'objets où tout a été prévu ; ou celle d'un design plus souple, laissant une place, -illusion diront certains, à la participation du consommateur : développement du kit, du brain-storming associant à la conception le fabricant et l'utilisateur, etc...

A travers quelques exemples, dans un panorama forcément non exhaustif, l'exposition voudrait sensibiliser le public à un certain nombre de problèmes.

Catalogue : format 20x24, à la française, 112 pages, 150 illustrations N/B.  
prix pratiqué à la librairie du Centre : 35 F.

Affiche : format 50x70, à la française  
prix de vente : 15 F.