

Jouer avec le futur pour accélérer la réalisation

par Olivier Wathelet et Nicolas Minvielle

À la croisée de la prospective comme démarche d'anticipation et du design comme pratique créative, la pratique naissante du design fiction bouscule les convictions.



Olivier Wathelet

Anthropologue et fondateur de l'agence Users Matter, Olivier accompagne les organisations qui souhaitent renouveler leurs manières de connaître leurs usagers et innover avec eux. Il est également membre du collectif Making Tomorrow, qui vise à maquetter l'avenir pour engager l'action et le changement grâce au design fiction. Enseignant en école de design et de commerce, conférencier, auteur, Olivier se consacre en priorité à outiller les innovateurs qui ont à cœur de mettre l'humain au centre de leurs démarches.

EN

Anthropologist and founder of the Users Matter agency, Olivier supports organisations aiming to rethink their means of finding out more about their users and innovating with them. He is also a member of the Making Tomorrow group, which aims to map out the future as a call to action and change based on design fiction. A teacher at design and business schools, lecturer and author, Olivier dedicates himself above all to supporting innovators passionate about basing their approaches on the Human dimension.

Nicolas Minvielle

Directeur du master Marketing, Design & Création d'Audencia Business School, et cofondateur du collectif Making Tomorrow, Nicolas travaille sur les enjeux de demain grâce au design fiction. Il a écrit une dizaine d'ouvrages sur l'innovation, et co-écrit avec Olivier sur le blog Imaginaries at work afin de démontrer la pertinence des imaginaires pour imaginer demain.

Director of Audencia Business School's Master Marketing, Design & Creation and co-founder of the Making Tomorrow group, Nicolas uses design fiction to address future challenges. He has written a dozen books on innovation, and co-writes with Olivier on the blog Imaginaries at Work in order to demonstrate the relevance of imaginative thinkers in conceiving the world of tomorrow.

Deux cents personnes étaient réunies au Centre des Congrès de Mons (Belgique) faisant face à l'orateur pour découvrir le dernier projet de la soirée. OnlyMeat est le résultat de trois ans de recherches conjointes d'un programme européen dédié à l'innovation cross-sectoriel. À gauche des deux scientifiques ayant pilotés ce projet, un élégant frigo met en lumière une demi-douzaine de morceaux de viande recouverts d'un film biosynthétique, faisant office d'emballage. Il a la particularité de ne contenir aucun composant issu du plastique, et de se dégrader quasi intégralement à la cuisson. L'audience – représentants politiques, partenaires économiques, investisseurs – est invitée à s'exprimer sur la viabilité et la pertinence de ce projet, mis en concurrence avec deux autres maquettes et films promotionnels issus du même programme et présentés plus tôt dans la soirée.

Aucune des innovations présentées n'est réelle. Elles sont issues de design fiction, c'est à dire des représentations crédibles et réalistes de futurs possibles, destinées, le temps d'une performance, à bousculer les convictions d'une audience vis-à-vis de l'avenir et à engager l'action en direction d'une vision préférable du futur. Face à ces maquettes réalistes, le public a joué le jeu sans le savoir, c'est-à-dire en observant des scénarios futurs plausibles et en y réagissant publiquement.

Le caractère fictif a été dévoilé à la suite des présentations, ce qui a permis de débattre du programme européen en question, tout en générant des sentiments mixtes : déception face à une technologie qui n'existe en fait pas, ou engagement afin de la rendre réelle. Au final, des visions sont renforcées, le désir d'action activé !

Le design fiction est une pratique spéculative, créative mais aussi une performance, comme en témoigne ce court résumé de l'expérience. Elle est la rencontre entre la prospective comme démarche d'anticipation

pour accompagner la décision, et du design, comme pratique créative visant à concrétiser des mondes possibles. À la prospective (les Anglo-Saxons lui préférant parfois l'expression de futurologie) elle apporte une forte dose de créativité et la puissance du « faire » pour imaginer, tester, convaincre. Au design, elle offre l'occasion de penser loin dans le temps, de dépasser les limites de plus en plus constatées du design thinking de résoudre des problèmes locaux, sans engager des enjeux plus profonds (éthiques, par exemple) ou d'intégrer le temps long des transformations sociales et économiques. Elle assume qu'elle ne prédit pas l'avenir, mais contribue à en clarifier les enjeux. Et offre des moyens créatifs pour étendre le spectre du possible et envisager la mise en œuvre de versions préférables.

Le design fiction est une pratique encore naissante. Le terme, inventé à la fin des années 2000, en parallèle, par un auteur de science-fiction et un designer, recouvre en réalité une grande diversité de pratiques autour de ce binôme spéculation et design. La diversité des pratiques actuelles dépasse largement ce qu'avaient imaginé ces deux premiers exégètes, qui constataient quant à eux le caractère fécond de croiser science-fiction et faits de science pour spéculer sur le monde et le réfléchir.

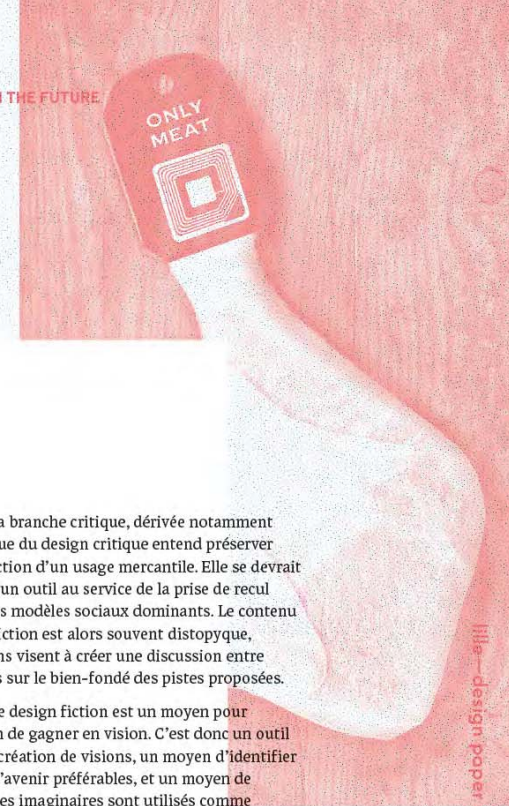
Au milieu du fourmillement actuel, une ligne de tension divise aujourd'hui les praticiens qui s'en réclament. On le constate sur les réseaux sociaux dédiés, lors des journées de travail collectif ou encore dans les premières conférences et publications spécialisées où les positions, étrangement, tendent à se montrer en certains points dogmatiques. Cela est dû en partie au fait que la plupart des acteurs du domaine sont consultants – et à ce titre cherchent une légitimité discutable dans l'antériorité de leur pratique ou dans la définition d'une « pureté » théorique – mais pas uniquement. La nature même du design fiction – qui invite à s'interroger sur la raison d'être des choses – porte ainsi en son sein un fort sens critique.

D'un côté, la branche critique, dérivée notamment de la pratique du design critique entend préserver le design fiction d'un usage mercantile. Elle se devrait ainsi d'être un outil au service de la prise de recul vis-à-vis des modèles sociaux dominants. Le contenu du design fiction est alors souvent distopique, et les fictions visent à créer une discussion entre participants sur le bien-fondé des pistes proposées.

De l'autre, le design fiction est un moyen pour l'innovation de gagner en vision. C'est donc un outil à la fois de création de visions, un moyen d'identifier des pistes d'avenir préférables, et un moyen de les initier. Les imaginaires sont utilisés comme ressources de travail, et leur créativité sert de terreau de départ à la démarche. Le design fiction crée alors de la conviction, il peut être positif, et s'il génère des échanges et des questionnements, il vise une résolution pratique dans la perspective du projet.

Le collectif Making Tomorrow que nous avons cofondé avec Martin Lauquin, et qui réunit aujourd'hui une dizaine de « makers » et chercheurs (designers, vidéastes, graphistes, comédiens, économistes, anthropologues ou consultants en entreprise), s'inscrit clairement dans ce deuxième axe. Nous jouons avec les futurs pour amener les organisations à éclairer leur(s) futur(s) et à déterminer ceux qui sont les plus préférables pour elles. Ceci se fait en cartographiant les imaginaires d'une thématique, en générant des scénarios sur la base de ce travail, puis en formalisant des fictions. Ces dernières sont simplement des maquettes de demain, qui permettent de s'immerger dans des futurs pour procéder à des choix.

Dans cette perspective que nous défendons, une parmi d'autres, le design fiction est ainsi un moyen qui permet au design et à la prospective de se parler, et non une nouvelle école « à la design thinking » ou un « dogme » issu du design critique. À ce titre, il a vocation à continuer à se transformer, réaliser sa mue et quitter les racines de ses créateurs pour exprimer son potentiel d'adulte.



Journal design fiction : l'agriculture en 2030, diffusé au Salon de l'agriculture de Paris.
 Design fiction journal : Agriculture in 2030, broadcast at the Paris Agricultural Show.
 © Making Tomorrow.



EN Playing with the future to accelerate creation

At the crossroads of foresight as a prospective process and design as a creative practice, design fiction upsets beliefs.

Two hundred people gathered at the Conference Centre in Mons, Belgium, before speaker to find out about the last project of the evening. OnlyMeat is the outcome of three years of joint research as part of a European programme dedicated to cross-sector innovation. On the left of the two scientists who led the project lies an elegant fridge, showcasing half a dozen pieces of meat wrapped in biosynthetic film, serving as packaging. Its unusual feature is that it contains no plastic components, and almost entirely disintegrates on cooking. The audience - political representatives, economic partners and investors - is invited to express their views on the viability and relevance of this project, compared to two other models and promotional films from the same programme that had been presented earlier on in the evening.

None of the innovations presented were actually real. They are all "design fiction", or believable and realistic representations of possible future items designed, for the purpose of the performance, to shake up the audience's ideas about the future, with a view to triggering some action leading towards a better vision for the future. Faced with these realistic models, the audience played the game without even realising it, by watching future possible scenarios and publicly reacting to them.

The fictitious nature was revealed only at the end of the presentations, which sparked discussions about the European programme in question, eliciting mixed feelings: deception in terms of the presented technology which doesn't actually exist, or commitment towards turning it into a reality. Ultimately, the ideas gain momentum, with a call to action triggered.

Design fiction is a speculative and creative practice as well as a performance, as can be witnessed by this brief overview of the experience. It is the meeting point between foresight as a proactive process to support decision-making, and design, as a creative practice aiming to see the tangible realisation of possible worlds. In terms of foresight (sometimes the term "futurology" is used), it offers a strong dose of creativity and the power of "doing" to conceptualise, rest, convince. In design, it offers the opportunity to think far back in time, to venture beyond the increasingly recognised limits of design thinking, which is to offer solutions to local problems, but not to adequately address deeper issues (ethical issues for example) or to work into the long term process of social and economic change. It presupposes that it doesn't serve to predict the future, but contributes towards clarifying the challenges lying ahead. It offers creative means of expanding the realm of possibility and envisaging the implementation of preferable versions.

Design fiction is still a practice in its infancy. The term, invented in the 2000s, both by a science fiction creator and a designer, actually covers a diverse range of practices drawing on this

speculation-design duality. The diversity of current practices goes far beyond what had been imagined by these first two exegeses who themselves had seen potential of combining science fiction and scientific facts as a means to speculate about the world and reflect on it.

In the midst of the current buzz runs a line dividing proponents into two camps. We see it on dedicated social networks, at shared work days and in initial papers and specialised publications where positions, strangely enough, tend to be revealed as certain dogmatic points. This is partly due to the fact that most of the stakeholders in the field are consultants - as a result of which they seek a questionable "legitimacy" in the past history of their practice or in the definition of a certain theoretical "purity" - but not only that. The very nature of design fiction - which encourages questioning the reasoning behind the existence of things - sees a strong critical aspect to it.

On the one hand, the purpose of the critical branch, derived in particular from the practice of critical design, is to protect design fiction from commercial use. In this way, it should serve as a tool allowing us to take a step back from the dominant social models. The content of design fiction is often dystopian, with the fictitious events intended to spark discussions between participants based on the merits of the proposed approaches.

On the other hand, design fiction is a way for innovation to gain in terms of future perspectives. It therefore serves simultaneously as a tool for the conceptualisation of new outlooks, a means to identify preferable future routes to take, and a means to initiate them. Imaginations are used as work resources, and their creativity serves as a springboard for the process. In this way, design fiction creates conviction, it can be positive, and if it elicits discussions and questioning, it can aim to achieve practical resolutions within the project scope.

The Making Tomorrow community that we co-founded with Martin Lauquin, and which today unites a dozen "makers" and researchers (designers, videographers, graphic designers, comedians, economists, anthropologists and business consultants), clearly aligns with this second approach. We play with future scenarios to get organisations to shed light on these future scenarios and determine which ones are the most preferable for them. This is done by mapping out the ideas behind a certain theme, generating scenarios based on this work, and then formalising fictitious events around them. The latter are simply templates for the future which allow for immersion in future scenarios to allow choices to be made.

Within this view, amongst others that we champion, design fiction is a means allowing design and foresight to speak, and not a new school "in design thinking" or a "dogma" arising from critical design. To this end, its purpose is to continue to grow, come of age and finally break away from its creators to express its potential in its own right.

Jewel. Un kit de bijou d'automédication: résultat final et séance de conception préalable en atelier.
 Jewel. A self-medication jewel kit: final result and preliminary design session as a workshop.
 © Making Tomorrow.



Only Meat, ou les enjeux de l'emballage de la viande mis en fiction.
 Only Meat, where meat packaging challenges are fictionalised.
 © Making Tomorrow.



+

Le livre écrit par Olivier Wathelet, Nicolas Minvielle et Anthony Masson www.amazon.fr/Jouer-avec-futurs-Utilisez-entreprise/dp/274406646X

Douze posts sur le design fiction publiés sur Usbek & Rica www.usbeketrica.com/auteur/nicolasminvielle-olivierwathelet

Un article dans la revue Futuribles www.futuribles.com/fr/revue/421/le-design-fiction-une-methode-pour-explorer-les-fu/

La contribution de Olivier Wathelet et Nicolas Minvielle à l'ouvrage *Rétrofutur, une contre-histoire des innovations énergétiques* www.buchetchastel.fr/retrofutur-collectif-9782283031919

EN

Book written by Olivier Wathelet, Nicolas Minvielle et Anthony Masson www.amazon.fr/Jouer-avec-futurs-Utilisez-entreprise/dp/274406646X

Twelve posts on design fiction published on Usbek & Rica www.usbeketrica.com/auteur/nicolasminvielle-olivierwathelet

An article in the Futuribles journal www.futuribles.com/fr/revue/421/le-design-fiction-une-methode-pour-explorer-les-fu/

Contributions from Olivier Wathelet and Nicolas Minvielle to the work *Rétrofutur, une contre-histoire des innovations énergétiques* (Rétrofutur, an opposed history of energy innovation) www.buchetchastel.fr/retrofutur-collectif-9782283031919