

L'enjeu épistémologique de la citoyenneté dans la pratique identitaire du Co-design The epistemological issue of citizenship in the identity practice of Co-design

Khouloud Bouassida

Institut supérieur des arts et métiers de Sfax – Université de Sfax,

Email: Khouloud.bouassida@gmail.com

Reçu : 02 Octobre 2022

Accepter: XX January 20XX

Résumé: (pas plus de 10 lignes)	informations sur l'article
<i>Le Co-design consiste à redéfinir la manière et les disciplines déterminant les clients, les communautés ... dans le processus de la conception, en dégageant la créativité des designers... À l'ère de la mondialisation, la société nous engage dans une ère de Co - design, où le designer en tant qu'un citoyen actif développe la phase de conception, selon une vision de marketing participatif.</i> <i>Le Co- design dévoile la notion de la citoyenneté dans un contexte épistémologique. La citoyenneté engage la notion de la quête d'identité, de collaboration et d'attachement social en rapport avec le monde du Co- design.</i>	Reçu 02/...10./2022 Acceptation 26/12./2022 Mots clés: ✓ Co-design ✓ créativité ✓ société ✓ citoyenneté ✓ marketing participatif
Abstract :(not more than 10 Lines)	Article info
<i>The Co-design consists in redefining the way and the disciplines determining the customers, the communities... in the process of the design, by releasing the creativity of the designers... In the era of globalization, society engages us in an era of Co-design. - design, where the designer as an active citizen develops the design phase, according to a participatory marketing vision.</i> <i>The Co-design reveals the notion of citizenship in an epistemological context. The Citizenship engages the notion of the quest for identity, collaboration and social attachment in relation to the world of Co-design.</i>	Received ..02...../.....10..../2022 Accepted/...../2022 Keywords: ✓ Co-design ✓ creativity ✓ society ✓ citizenship ✓ participatory marketing

1. INTRODUCTION

Le Co-design reste un témoin emblématique de la révolution technologique et sociale. Aussi, il prend sa puissance pour façonner nos pensées et nos idées pour le monde qui nous

entoure. La technologie ne cesse pas de progresser en rapport avec la communication participative à travers le Co design qui a rapproché les individus pour avoir la possibilité de partager leurs opinions et de créer des nouveaux concepts.

Une vision épistémologique de l'innovation dans le Co-design montre une vraie philosophie basée sur les stratégies de communication et de marketing participatif. Le développement de la société nous montre des options inédites et des produits Co-design qui peuvent résoudre les problèmes de la société. Les défis de la société dépassent toute notre imagination humaine afin d'élaborer une stratégie d'avant-garde, en tenant compte des aspects culturels de la société, de la citoyenneté et des individus. En effet, le Co-design dévoile un discours épistémologique engagé, répondant aux problèmes de la société. Le processus de Co-design vise à trouver des solutions créatives et innovantes autour des applications de l'objet design, par des moyens consacrés. Le Co-design fait interagir des nouvelles opportunités offertes par la société pour chercher des solutions transversales aux problèmes de la société moderne. Il permet aussi d'adopter des outils et des méthodes participatives issues du marketing.

Le rapport du Co- design à la citoyenneté se manifeste par des liens sociaux attachant le designer à sa société. Le Co- design prévoit un métissage harmonieux entre les valeurs culturelles et les valeurs sociales. C'est un mode de pensée et de création. Le designer citoyen joue un rôle d'un acteur dans la construction et la décision des projets design en coopération avec les besoins sociaux. On aperçoit le rôle participatif du Co-design dans l'apparition d'une hiérarchie communicationnelle et créative. Cette perception apporte de nouvelles indices de recherche qui pourront progresser encore l'approche du Co-design en interaction avec la notion de la citoyenneté. Donc, le Co-design est très engagé dans la désignation de l'idée de la citoyenneté et c'est au cœur des débats sur le développement de la société qu'il est apparu. On remarque que les premières expériences du Co-design sont apparues au début des années quatre-vingt en Norvège, Suède et Finlande.

On va traiter dans cet article, le premier exemple de la nouvelle bibliothèque centrale d'Helsinki en Finlande. Cette bibliothèque a été ouverte en 2017 pour le centenaire de l'indépendance finlandaise. Elle a été créée par des méthodes participatives à travers le concept du Co-design. Cet exemple implique bien la notion du Co- design et son intervention dans la citoyenneté et l'aménagement des espaces publics. De plus, on va analyser le deuxième exemple, celui de la campagne de communication nommée « Unel-Moi » (« Bonjour les rêves ») en Finlande, afin d'inciter les habitants d'Helsinki à présenter leurs idées en ligne et même sur des « arbres à rêves. ». Ces deux exemples peuvent nous donner une idée sur les projets design qui se rapportent aux valeurs de la citoyenneté. Comment le Co-design contribue-t-il à nous rendre citoyen ? Comment le Co- design élabore t-il des nouvelles méthodes pour changer le statut du citoyen ? Comment la Co-créativité joue t-elle un rôle important dans la mise en valeur d'un designer citoyen ? Peut-on parler de la responsabilité citoyenne du designer envers sa société ? Quel est l'apport épistémologique du Co- design dans la société ? Est-ce que la citoyenneté met des limites

dans la pratique du Co-design ? Peut-on parler des perspectives de renouvellement du Co-design en rapport avec la citoyenneté ?

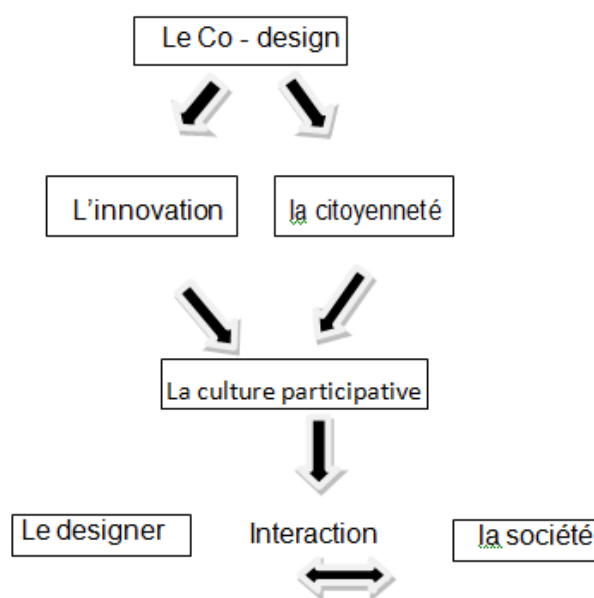
2. Le Co-design : une culture participative de l'innovation

2.1 La pensée Co-design comme culture participative

La pensée Co-design pousse la créativité du designer par la libération de son imagination. On peut apercevoir le travail du Co-designer dans un environnement social interdisciplinaire afin de contribuer à la conception finale. Le Co-design dans sa définition générale, correspond à l'activité de suivre un processus de conception d'un produit ou d'un service, le plus souvent innovant. Toutes les tentatives de l'innovation dans le travail collectif nécessitent un partage et un stockage des données. La culture participative du Co-design nécessite la collaboration et l'interaction entre le designer et la société. Cette culture est déterminée par l'espace physique (la société) et l'état psychologique (les sentiments). La pensée Co-design reste multidisciplinaire et manipulée par les équipes de travail. Le Co-design dévoile une méthode d'un projet guidé permettant de développer des services qui répondent aux besoins des clients.

Le Co-design permet d'aboutir à une connaissance du public car il offre la possibilité aux clients d'exprimer ce qu'ils réfléchissent. La culture participative favorise le processus exploratoire et interactif de l'activité créatrice du Co-design. La culture participative se base sur un processus créatif mais aussi sur le marketing partagé appelé aussi le « crowdsourcing » pour solliciter les clients internautes à participer à la création de nouveaux prototypes pour une marque. Aussi, le marketing participatif dans le Co-design permet de valoriser des sphères d'innovation et de proposer une stratégie d'avenir.

Figure N° 1. Schéma montrant le rapport du Co-design avec la culture participative



Source : interprétation personnelle.

On aperçoit une profonde satisfaction pour générer des idées nouvelles dans les produits Co-design. De nos jours, la recherche de solutions innovatrices permet au Co-designer d'acquérir un ensemble de moyens pour s'investir dans l'inspiration, la conceptualisation et la réalisation des projets. Donc, tout ce processus montre que le Co-designer est un artiste engagé et citoyen dans sa société à travers l'innovation. C'est une conception focalisée qui prend un aspect social, économique et technique : c'est la problématique innovatrice de Co – design « *Pour que le design participatif fonctionne, il importe tout d'abord de créer une ambiance coopérative propice à l'émergence du génie collectif. Certaines conditions préliminaires doivent être réunies pour que toutes les parties prenantes participent, contribuent, communiquent et s'approprient le projet*¹ ».

Le Co-design va-t-il un rôle à jouer dans l'évolution de la vie sociale des individus ?

2.2 Le Co-design et l'implication de l'innovation

Marquant une et une conviction sociale, le Co-design, renvoie à l'essence des produits, des institutions et des sociétés. Porteur d'ingéniosité et d'inventivité, il met en valeur les besoins de l'être humain et la société. Ainsi, le Co-design contribue à la représentation de la normalisation de la vie sociétale. Se montrant comme étant une approche vitaliste du design contemporain, le Co-design se met au cœur de la société confrontée au temps et à l'espace. Le Co-design permet d'appréhender des espaces individuels et publics conduisant le designer à préférer une attitude écologique et morale. Cette attitude s'articule autour de l'équilibre des formes de vie et les richesses sensorielles de l'inventivité .selon une expérience personnelle partagée « *Ce Co-design fait appel à différentes compétences, en interne et/ou en externe. Participatif, le design collaboratif favorise la communication et l'adhésion à un projet. Cette démarche débouche aussi sur une compréhension partagée de l'expérience utilisateur.*² »

Ainsi, sous l'impulsion du développement numérique on observe situations de replis identitaires ainsi que des phénomènes de saturation informationnelle qui standardisent les représentations de la citoyenneté en rapport avec le Co-design. En rapport avec la citoyenneté, le Co-design dévoile un discours engagé, porteur d'objectifs et interagissant avec les problèmes de société.

3. Le Co-design et l'enjeu épistémologique de la citoyenneté

Les changements de la société, les études du terrain et les informations sur le marché traditionnel peuvent servir à prouver des améliorations progressives à tous les projets du Co-design. Ce dernier donne de l'importance à la notion de la citoyenneté car il répond à une expression et à un besoin déterminatif. On parle d'un design centré sur l'être humain, sur la société et sur la notion de la citoyenneté. Le Co-designer doit fournir des informations pertinentes et des études de marché. Son objectif, c'est de satisfaire des besoins car son travail est ergonomique. Mais qu'est on veut dire par le mot citoyen d'une manière générale et d'une manière plus spécifique dans le Co-design ?

¹Darras Bernard, *Design du Co-design : le rôle de la communication dans le design participatif*, Université Paris 1 Panthéon- Sorbonne, P. 148.

² <https://www.usabilis.com/design-collaboratif-codesign/>

Le mot citoyen dérivé du latin *civitas*, présente les droits et les devoirs. En effet, la citoyenneté implique une composante fondamentale dans le rapport social de l'individu avec sa société. La citoyenneté est intimement liée à la vie sociale et politique. Dans ce cadre, Jean-Jacques Rousseau affirme que « *Le citoyen est un être éminemment politique (la cité) qui exprime non pas son intérêt individuel mais l'intérêt général. Cet intérêt général ne se résume pas à la somme des volontés particulières mais la dépasse.*³ ». Donc, la notion de la citoyenneté dévoile un intérêt général de la communauté sociale par une volonté civile loin des revenus individuels. Alors, on constate la notion de partage et d'engagement participatif dans le rapport de l'individu avec sa société. Elle prend un contenu et une signification réunissant l'ensemble des individus pour réaliser un projet commun en se basant sur l'égalité et la liberté loin des intérêts personnels. Est-ce qu'on peut parler d'une sociologie du Co-design en rapport avec la notion de la citoyenneté dans la création des projets ?

Être un citoyen et un Co-designer en même temps dévoile une activité fondamentale de la pensée dans le domaine de design. Le but n'est pas la récolte des données quantitatives pour observer bien la société, mais pour bien réfléchir les problèmes de la vie sociale. Depuis ces dernières années, les Co-designers s'occupent aux problématiques sociales et comportementales. L'évolution du Co-designer est créée pour la société et par elle-même à travers la notion de la citoyenneté, donc, on voit une implication et une participation du Co-designer dans la progression de la vie sociale. La notion de la citoyenneté en rapport avec le Co-design montre un changement de dialogue avec toutes les parties de la société pour proposer des alternatives qui produisent des idées et des pensées communicatives. Ainsi, le Co-design est une responsabilité sociale et citoyenne montrant un travail hégémonique. La citoyenneté se présente comme concept impliquant des sentiments d'identité, d'appartenance, de participation et d'engagement social. Il s'agit encore d'étudier les approches méthodologiques intervenant à faire du Co-design un projet citoyen et les perspectives d'évolution des relations entre les citoyens et le Co-design.

Dans cette vision, le Co-design se confirme comme une recherche par le projet citoyen. La jonction entre la citoyenneté et le Co-design nous donne ainsi un second axe de détournement pour situer la pragmatique du Co-design comme une sociologie des alliances entre le design et le social. Être un designer citoyen, c'est faire preuve de l'aptitude de s'arracher de ses appartenances idéologiques, pour s'intégrer dans une communauté plus large. Ainsi, le Co-designer se trouve dans un espace neutre dans lequel on s'engage, avec les autres, pour devenir un citoyen responsable. En outre, Le designer, grâce à des outils de conception graphique et de visualisation peut participer à diffuser ces données, à les rendre plus tangibles au monde réel. Il s'agit d'inventer un langage sémiotique et engagé autour du projet. Ainsi, le designer se plonge dans le débat public et la participation citoyenne, pour agir face aux problèmes de la communauté civile. Il se met en empathie avec la société et

³De Boisdeffre Martine, *la citoyenneté, être (un) citoyen aujourd'hui*, Collection « Les rapports du Conseil d'État », P.

les clients pour aider les citoyens à prendre des décisions avec lui dans les projets qui les intéressent.

On peut définir le Co-design comme un design de service, car il est à l'intersection des différentes pratiques du design touchant l'ensemble des aspects d'un service lié à la vie sociale. Sa pratique se réalise à partir du discernement adéquat de l'expérience du citoyen, grâce à des méthodes d'analyse variées. Cette approche sert à expliquer les étapes qui doivent être suivies par le designer dans le projet. Il s'agit donc de normaliser l'expérience humaine d'un service. Cette normalisation se fait à travers plusieurs techniques qu'on appelle les parcours-usagers. Le but de cette expérience est d'identifier les éléments fondamentaux afin de diriger les démarches à entamer pour rénover l'expérience du service Co-design.

4. Les applications du Co-design dans la vie sociale : exemples de la nouvelle bibliothèque centrale d'Helsinki et de la campagne de communication nommée « Unel-Moi » en Finlande

4.1. La nouvelle bibliothèque centrale d'Helsinki en Finlande : un modèle concret du concept Co-design

On va traiter le premier exemple de la nouvelle bibliothèque centrale d'Helsinki en Finlande. Cette bibliothèque a été ouverte en 2017 pour le centenaire de l'indépendance finlandaise et conçue par le cabinet ALA Architects. Elle a été créée par des méthodes participatives à travers le concept du Co-design. Cet exemple implique bien la notion du Co-design et son intervention dans la citoyenneté et l'aménagement des espaces publics. Les bibliothécaires finlandais ont recours depuis des années au Co-design dans leurs aménagements pour créer de nouveaux services. Cette approche a commencé en 2009 par des projets conçus par l'agence Kuudes Kerro.

La nouvelle bibliothèque centrale d'Helsinki supporte bien le concept de « living room ». Ce concept démontre bien l'interaction de visiteur avec l'espace extérieur et la vie sociale. C'est une nouvelle tendance qui a été testé à Oulunkylä au nord du pays. On perçoit une évolution accentuée de la démarche de conception centrée sur le visiteur. Dans ce projet, le public occupait une place capitale comme étant un objet d'étude et pour montrer de nouveaux services dans cette bibliothèque. L'objectif c'est d'inventer un nouveau concept de bibliothèque puisque les usagers ont acquis le statut de véritables collaborateurs citoyens, engagés dans un processus de conception participative. La façade principale de la bibliothèque, en bois de sapin rouge est conçue par la conception paramétrique en 3D. Sa forme arrondie est appuyée par une grande structure en acier. On voit une harmonie entre l'architecture et l'aménagement de l'espace extérieur de la bibliothèque. La relation des visiteurs prend une autre dimension sémiotique dans la bibliothèque afin d'offrir des services les plus adaptés aux besoins actuels. Les démarches participatives et le potentiel de créativité permettent ainsi de renouveler la culture Co-design et d'enrichir l'expérience des visiteurs.

Le parcours Co-design et l'expérience des visiteurs dans la bibliothèque, se dévoilent à travers des interfaces numériques sensorielles (affiches, tablettes, panneaux signalétiques

dans l'espace commun de la bibliothèque. L'acoustique et le Co-design s'unissent pour offrir un lieu unique aux visiteurs. C'est un espace innovant pour les amoureux du livre, des événements et des activités variées. Cette bibliothèque s'étend sur trois étages avec trois concepts différents et offre, des installations traditionnelles, un café, un restaurant, un cinéma, un studio de son et une grande terrasse publique. Les normes communes sont évoquées dans la conception de l'espace avec des matériaux méticuleusement sélectionnés. Elle présente un paysage ouvert où l'acoustique se dévoile comme étant un élément indispensable du projet architectural. On peut distinguer que l'acoustique forme une partie primordiale de la planification architecturale et du Co-design. Katri Vanttinen, responsable des bibliothèques d'Helsinki indique que « *Nous sommes prêts à discuter constamment avec les usagers et le personnel pour savoir quel comportement est le bienvenu à la bibliothèque, mais c'est certainement un lieu de bruit et d'activités improvisées en tout genre.*⁴ ».

Dans cette bibliothèque, la participation est un enjeu puissant dans cette épistémologie de Co-design. L'objectif du Co-design c'est de progresser l'expérience finale des usagers. Donc, ce projet nécessite la mobilisation des équipes interdisciplinaires. On parle d'un « circuit du livre » dans cette bibliothèque. C'est un ensemble de services qui sont complètement distincts et qui s'introduisent dans l'expérience finale des usagers au sein de cette bibliothèque. Pour assister ce projet, on voit l'intervention de plusieurs experts ayant des cultures professionnelles divergentes, les Co-designers utilisent des techniques multiples qui aident la compréhension mutuelle et qui permettent d'exprimer pratiquement des idées. On peut également proposer aux usagers dans la bibliothèque de réaliser des petites activités (comme des activités de (des activités de cartographie, de dessins, de jeux interactifs...)).

Figure N° 2. *La nouvelle bibliothèque centrale d'Helsinki ouverte en 2017 pour le centenaire de l'indépendance finlandaise*



Source : Beudon N. <http://nicolas-beudon.com/2016/08/17/codesign/>

4.2. La campagne de communication « Unel-Moi »

⁴ <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1139503/arts-bibliotheque-centrale-oodi-finlande-helsinki>

Le deuxième exemple de Co- design présente une campagne de communication qui montre une stratégie de communication participative conçue par Kuudes Kerrosa. Cette campagne est nommée « Unel-Moi » (« Bonjour les rêves »). Une dizaine de personnalités connus en Finlande, ont parlé de leur bibliothèque de rêve, pour encourager les habitants d'Helsinki à fournir leurs propres idées en ligne et sur des « arbres à rêves. ». Les idées de rêve peuvent attirer l'attention du public à la vie sociale dans leur ville.

Pour inciter le public à fournir des idées, plusieurs rencontres dans les jardins d'Helsinki ont été arrangées pour les jeunes, les familles, les associations ... Le but c'est d'approcher le Co-design et la culture participative aux habitants de cette capitale. Cette campagne de communication visuelle se base sur l'esprit du marketing participatif.

Figure N° 3. *Un « arbre à rêves » dans le cadre de la campagne « Unel-Moi »*



Source : *Beudon N. (2016), <http://nicolas-beudon.com/2016/08/17/codesign/>*

L'espace public dans ce jardin semble en continuité visuelle avec les cartes de rêves écrites par les participants dans cette campagne. Toutefois, la particularité de ce lieu avec une telle activité de loisir, offre une possibilité de rêve pour viser une expérience vécue par des citoyens en favorisant la convivialité entre les habitants de Finlande. Alors, cette proposition du Co-design et la participation à l'animation de la vie sociale dans les jardins d'Helsinki répondent aux attentes des habitants. L'arbre à rêves prend plusieurs sens et significations pour s'allier aux aspirations des citoyens selon une perspective humaine. Cette campagne prend une dimension citoyenne d'ordre contemporain entrelaçant un discours esthétique, écologique et sociétale. Ce projet vise à étudier les diverses approches collaborant à rendre le Co-design un projet citoyen et activiste. C'est une initiative ouverte entre designers et citoyens, afin d'imaginer un futur une nouvelle vision des jardins publics. Le défi pour les designers est de trouver de nouvelles méthodes et de nouvelles réflexions

pour innover des nouvelles stratégies du Co-design dans le futur. Dans cette campagne, le Co-design devient l'expérience d'usage, pour construire des espaces publics plus agréables. Aujourd'hui, les designers travaillent pour être impliqués dans la société, mais aussi, ils travaillent pour les collectivités. Ils installent en avant les valeurs d'intérêt général que les valeurs de profit.

5. Conclusion:

La citoyenneté joue un rôle primordial dans la vie sociale des individus. On ne peut pas négliger sa fonction dans le Co-design qui semble attaché à cette perspective. Le co-design concerne toutes les pratiques de conception de l'image, des objets, des espaces, de l'interaction, et des services... appliqués dans des différents secteurs comme l'éducation, la santé, les infrastructures... Il s'agit de projets partagés par les individus pour trouver des solutions aux problèmes sociaux. La pratique du Co-design démontre un travail multidisciplinaire et un engagement citoyen. Avec le Co-design, on élabore des solutions adéquates à la conception, dirigées par un sens bien structuré. Le Co-design présente une démarche ajustée à tous les besoins de l'être humain. Quand a l'objectif du marketing participatif dans le Co-design, il est représenté pour renforcer les liens avec les utilisateurs. Grâce à une interaction commune, les besoins sont mis en valeur avec la conception de l'idée ou de l'espace public. Dans cet article, on a évoqué les nouvelles figures du client et sa participation dans le processus d'innovation dans les espaces publics. Cette participation est attachée à un phénomène de citoyenneté. Elle dévoile aussi de pratiques stratégiques de marketing participatif. On parle alors de la Co-crétation citoyenne en évoquant le rôle réel du client dans le processus d'innovation des espaces publics.

Alors, nous retenons des recommandations à partir de notre étude, le rôle important du Co-design dans l'amélioration et la valorisation de qualité des services publics. Aussi, nous évoquons le rapport étroit entre le Co-design en tant qu'un design de service social avec la notion de la citoyenneté. De plus, on discerne le rôle du designer en tant que citoyen engagé dans sa société. On voit aussi que le Co-design favorise la participation citoyenne du designer pour trouver des solutions et des idées. Ainsi, le métier du designer n'est pas cerné dans des ateliers ou des agences fermées, mais elle s'étend vers des horizons sociétaux en respectant la notion de la citoyenneté. Le design repense la citoyenneté de l'individu autrement pour répondre aux besoins de la société.

S'interroger d'une manière conceptuelle sur la citoyenneté nécessite un 'intérêt philosophique et épistémologique. Toujours dans un contexte participatif, le Co-design engendre des horizons assez amples pour relier la citoyenneté à l'innovation. Ce qu'on appelle le Co-design au service des citoyens. Il faudrait questionner sur le plan théorique, les enjeux que soulève le Co-design en rapport avec la société et la citoyenneté. Le but est d'apporter des réponses aux questions des approches identitaires et sociales du Co-design. La polémique autour de l'apport de la citoyenneté du Co-design doit investir dans un espace social et partagé par les approches actuelles de la communication et l'impact de l'identité.

C'est donc en s'appuyant sur ces exemples de Co-design, on peut répondre plus clairement aux besoins réels des citoyens concernés. L'objectif primordial est de fournir aux Co-

designers et aux responsables publics de nouveaux outils de conception, pour donner un sens et une autre vision à leurs apports conceptuels. Les inspirations des citoyens semblent conformes aux idées des Co-designers pour améliorer leur mode de vie sociale dans une perspective plus humaine

6. Liste Bibliographique:

- AUDIGIER F. (1998), *Education et citoyenneté*, Educations, Revue de diffusion des savoirs en éducation, n° 16
- Belkhamza, S. et Darras, B. (2009), *Design et communication*, In B. Darras & S. Belkhamza, *Objet et Communication*, Paris, L'Harmattan, p. 9 – 40.
- De Boer, J. et Chevrollier, N. (2010), *A Co-design innovation methodology: towards efficient delivery of mobile services in developing regions*, BoP Innovation center, <http://www.bopinc.org>
- De Boisdeffre Martine, *la citoyenneté, être (un) citoyen aujourd'hui*, Collection « Les rapports du Conseil d'État », P. 7.
- MÉGARD Dominique et DELJARRIE Bernard (2009), *La communication des collectivités locales*, 2ème édition, Lextenso éditions
- Steen M., Manschot M., et De Koning N. (2011), *Benefits of Co-design in service design projects*, International Journal of Design, 5(2), p. 53-60
- Beudon N. (2016), *Co-Design Et Démarches Participatives Dans Les Bibliothèques D'Helsinki*, <http://nicolas-beudon.com/2016/08/17/codesign/> (consulté le 17/Août/2016).