

Thèse pour l'obtention du doctorat
de l'**ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES EN SCIENCES SOCIALES**

Discipline : **Histoire**

Présentée et soutenue publiquement par **Claire LEYMONERIE**
le 14 décembre 2010

DES FORMES A CONSOMMER
PENSEES ET PRATIQUES DU DESIGN INDUSTRIEL EN FRANCE
(1945-1980)

sous la codirection de
Franck COCHOY & Patrick FRIDENSON

Jury :

Marie-Emmanuelle CHESSEL, directrice de recherche au CNRS (CRH, EHESS)

Franck COCHOY, Professeur à l'Université Toulouse II – Le Mirail

Jean-Pierre DAVIET, professeur émérite à l'Université de Caen

Patrick FRIDENSON, Directeur d'études à l'EHESS

Armand HATCHUEL, professeur à Mines ParisTech

Danièle VOLDMAN, directrice de recherche au CNRS (CHS, Université Paris 1-
Panthéon-Sorbonne)

École doctorale des sciences sociales
Centre de recherches historiques

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	3
<u>INTRODUCTION</u>	<u>5</u>
LE DESIGN FRANÇAIS A-T-IL UNE HISTOIRE ?	5
LE POIDS DU MODELE DES ARTS DECORATIFS	9
UNE HISTOIRE DU DESIGN INDUSTRIEL FRANÇAIS ENTRE THEORIES ET PRATIQUES	12
LES MODELES ETRANGERS : COMPARATISME ET DIFFUSIONNISME	17
FRONTIERES DES ENTREPRISES, STRUCTURES DE MARCHES	18
MEDIATION MARCHANDE ET DISPOSITIFS DE JUGEMENT	22
LA PROFESSIONNALISATION, ENTRE INSTITUTIONS, MOTS ET PRATIQUES	25
UNE NECESSAIRE DIVERSITE DES SOURCES	28
PLAN DE LA THESE	28
<u>PREMIERE PARTIE. FORMES UTILES OU ESTHETIQUE INDUSTRIELLE : FAIRE ADVENIR</u>	
<u>LE DESIGN EN FRANCE (1945-1960)</u>	<u>31</u>
CHAPITRE 1. ENTRE NATURE ET ESPRIT : L'ETRANGE FONCTIONNALISME DE FORMES UTILES	33
L'HERITAGE DE L'UAM : DE L'ART MODERNE AU BAZAR	35
DES THEORICIENS ARCHITECTES	42
UNE APPREHENSION INQUIETE DE L'INDUSTRIALISATION	46
UN FONCTIONNALISME DEBORDE	53
LE REJET DE L'ESTHETIQUE COMMERCIALE	61
LE RAPPORT AMBIVALENT A LA MACHINE	67
CONCLUSION	77
CHAPITRE 2. L'ACTION DE FORMES UTILES : DESIGNER PLUTOT QUE DESSINER	79
LE SALON DES ARTS MENAGERS, UNE CHAMBRE D'ECHO POUR L'UAM	79
DE LA DIFFICULTE D'ETRE ACHETEUR AU SALON DES ARTS MENAGERS	84
LES EXPOSITIONS FORMES UTILES : L'AMENAGEMENT D'UNE ENCLAVE PROTEGEE AU CŒUR DU MARCHÉ	88
COMMENT JUGER LES APPAREILS MENAGERS ?	94
LES ORIGINES DE L'EXPERTISE MENAGERE	96
VERS UNE SCIENCE DE L'ACHAT	100
	629

LA FORMALISATION DES ESSAIS COMPARATIFS	110
FORMES UTILES ET LA FORMULATION D'UN JUGEMENT AUTONOME SUR LES FORMES	114
UNE POSITION DE PRESCRIPTEUR SUR LE MARCHÉ	119
L'IMPOSSIBLE TRANSITION VERS LA CRÉATION	122
L'IMPASSE DES MODÈLES PROFESSIONNELS	124
CONCLUSION	133
CHAPITRE 3. LES SOURCES INTELLECTUELLES DE L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE	137
LE PARCOURS DE JACQUES VIENOT : DES ARTS DÉCORATIFS À L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE	137
L'HÉRITAGE ENCOMBRANT DE L'« ART SOCIAL »	143
UNE ORGANISATION SCIENTIFIQUE DU TRAVAIL ESTHÉTIQUE	151
LA RÉPUBLIQUE DE L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE	157
DES LOIS POUR L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE	160
NOMMER UN SPÉCIALISTE DE L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE	170
LES COMPÉTENCES DU STYLISTE INDUSTRIEL	175
CONCLUSION	179
CHAPITRE 4. LA PROMOTION DE L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE : INFILTRER LE MARCHÉ ET S'IMMISER	
DANS L'ENTREPRISE	181
LE FANTASME D'UN MARCHÉ PURIFIÉ	181
UN « VISA » POUR L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE	184
LE LABEL BEAUTE FRANCE	189
UN MÉCANISME DE COOPTATION	195
LA BEAUTE DANS L'ÉCLECTISME	198
L'INSTITUT PARLE AUX CADRES	203
REVELER LES STYLISTES QUI S'IGNORENT	216
FORMER UN SPÉCIALISTE DE L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE	220
LES BANCS D'ESSAI : UN LIEU D'EXPÉRIMENTATION POUR L'EXERCICE DE LA PROFESSION	223
LE MODÈLE DES INGÉNIEURS-CONSEILS	227
CONCLUSION	234
ÉTUDE DE CAS. L'ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE EN PRATIQUE : LA COLLABORATION ENTRE CALOR ET	
TECHNES (1954-1959)	237
ESTHÉTIQUE INDUSTRIELLE, RENOUVELLEMENT TECHNIQUE ET EXPORTATIONS	237
L'AJUSTEMENT DE DEUX ORGANISATIONS	244
L'INVENTION DE MÉTHODES ET LA NÉGOCIATION D'UN STATUT PROFESSIONNEL	251
LES FERS À REPASSER ÉLECTRIQUES : UN OBJET STABILISÉ ET UN MARCHÉ HOMOGÈNE	262
LA NOUVELLE GAMME DE FERS PROPOSÉE PAR CALOR : EFFET DE RUPTURE ET COHÉRENCE VISUELLE	264
DIFFUSION DES FORMES ET DÉFINITION D'UN STYLE	270

CONCLUSION	275
<u>INTERMEDE. LE BASCULEMENT DES ANNEES 1960</u>	277
1963, L'ANNEE D'UN BILAN FRAGILE POUR L'ESTHETIQUE INDUSTRIELLE	279
L'EXPOSITION « ANTAGONISME 2. L'OBJET » : RESURGENCE DES ARTS DECORATIFS OU NOUVELLE CRITIQUE DU DESIGN ?	282
GEORGES COMBET ET LA LEVEE DES TABOUS FONCTIONNALISTES	285
JEUX DE MIROIR : LE NOUVEAU VISAGE DU DESIGN EN FRANCE A LA FIN DES ANNEES 1960	287
DE L' « ESTHETIQUE INDUSTRIELLE » AU « DESIGN »	290
REVUES, SYNDICATS : DE NOUVEAUX LIEUX POUR LE DESIGN FRANÇAIS	293
CCI ET CSCEI : DE NOUVEAUX ORGANISMES DE PROMOTION	296
L'EXPOSITION « DESIGN FRANÇAIS », UN PORTRAIT DE LA PROFESSION	305
<u>PARTIE 2. THEORIE DES OBJETS ET "NEO-FONCTIONNALISME" : L'ANCRAGE INCERTAIN DU DESIGN FRANÇAIS (1960-1980)</u>	309
CHAPITRE 5. ROLAND BARTHES, JEAN BAUDRILLARD. LE DESIGN A L'EPREUVE DE PENSEES CRITIQUES	311
ROLAND BARTHES ET LA NAISSANCE D'UNE SEMANTIQUE DES OBJETS	312
<i>LE SYSTEME DES OBJETS</i> DE JEAN BAUDRILLARD : UN MONDE DESENCHANTE	323
DE L'OBJET MARCHANDISE A L'OBJET SIGNE	330
LA SOCIOLOGIE DE JEAN BAUDRILLARD	339
LA CRITIQUE DU FONCTIONNALISME	349
JEAN BAUDRILLARD SUR LA SCENE DU DESIGN	358
LA CRITIQUE PENETRE LES INSTITUTIONS	363
CONCLUSION	368
CHAPITRE 6. ABRAHAM MOLES OU L'ENDURANCE DE LA PENSEE FONCTIONNALISTE	371
LE PARCOURS D'ABRAHAM MOLES : DE LA PHYSIQUE AU DESIGN	372
FORMALISME MATHEMATIQUE ET REVE QUANTITATIF	378
STRUCTURALISME, PHENOMENOLOGIE ET CYBERNETIQUE	382
DE LA SOCIETE A L'ENVIRONNEMENT	389
LA FONCTION PASSE AVANT LE SIGNE	394
KITSCH ET GADGET : LES TERRITOIRES LIMITES DE LA FONCTIONNALITE	398
UNE HISTOIRE DU DESIGN ENTRE KITSCH ET FONCTIONNALISME	402
LA GRANDE DISTRIBUTION ENNEMIE DU FONCTIONNALISME	409
ASSORTIMENT, BESOINS ET CARTE DES CIVILISATIONS	411
MOLES, PENSEUR CRITIQUE OU « CYBERNETICIEN TECHNOCRATIQUE » ?	415
	631

LE DESIGNER MEDiateur DE LA CULTURE DE MASSE OU DEMIURGE DE L'ENVIRONNEMENT	421
CONCLUSION	431
CHAPITRE 7. METHODOLOGIES, ORGANIGRAMMES ET INFORMATION DES CONSOMMATEURS	433
LE DESIGNER REPRESENTANT DES CONSOMMATEURS	434
VERS UN RETOURNEMENT DU RAPPORT MARCHAND	439
LE DESIGN ET LES INDUSTRIELS : PROMOTION ET MALENTENDUS	442
L'AGE D'OR DES BUREAUX D'ETUDES	449
DESIGN ET « <i>PRODUCT PLANNING</i> »	455
PUBLICITE ET MARKETING : DES VOISINS ENCOMBRANTS	462
LE REJET DU MODELE ARTISTIQUE	471
LA CREATIVITE, UNE IMPORTATION AMERICAINE	476
METHODOLOGIES DE CREATION ET ORDINATEURS	482
LE CCI, NOUVELLE ORGANISATION DE DEFENSE DES CONSOMMATEURS ?	494
LE PROJET DEMESURE D'UN SYSTEME D'INFORMATION SUR LES PRODUITS	498
CONCLUSION	505
ÉTUDE DE CAS. MOULINEX / BARRAULT, SEB / SAVINEL ET ROZE : LA PLACE DU DESIGN INDUSTRIEL	
DANS L'ENTREPRISE	507
MOULINEX, DE L'ESTHETIQUE DES INGENIEURS AU DESIGN INDUSTRIEL	507
SEB, CROISSANCE EXTERNE ET DESIGN INDUSTRIEL	514
<i>PRODUCT PLANNING</i> , RECHERCHE DEVELOPPEMENT ET DESIGN CHEZ SEB	518
LE DEVELOPPEMENT DE PRODUIT CHEZ MOULINEX	521
CONCLUSION	527
L'HISTOIRE DU DESIGN INDUSTRIEL FRANÇAIS : RUPTURES ET CONTRETEMPS	527
MARCHES, INSTITUTIONS ET PROFESSIONNALISATION	531
SOURCES	535
SOURCES IMPRIMEES	535
REVUES	535
ARTICLES	535
CATALOGUES D'EXPOSITION	538
OUVRAGES	539
ARCHIVES	545
CENTRE DES ARCHIVES CONTEMPORAINES (CAC)	545
ARCHIVES DEPARTEMENTALES DU CALVADOS (ADC)	546
ARCHIVES DEPARTEMENTALES DU LOIRET	546

INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE (INPI)	546
ARCHIVES DU CENTRE POMPIDOU	546
UNION CENTRALE DES ARTS DECORATIFS (UCAD)	547
BIBLIOTHEQUE KANDINSKY	547
HAGLEY LIBRARY	547
CONSERVATOIRE SEB	548
MUSEE DE L'AVENTURE PEUGEOT	548
ARCHIVES PRIVEES	548
ENTRETIENS	550
<u>BIBLIOGRAPHIE</u>	<u>553</u>
SOCIOLOGIE ECONOMIQUE ET SOCIOLOGIE DES TECHNIQUES	553
HISTOIRE ET THEORIE DU DESIGN	554
HISTOIRE SOCIALE	560
HISTOIRE DES ENTREPRISES	563
HISTOIRE ET SOCIOLOGIE DES PROFESSIONS	566
HISTOIRE DES SCIENCES SOCIALES	568
<u>ANNEXES</u>	<u>573</u>
ANNEXE 1. PUBLICITES POUR DES PRODUITS THERMOR MENTIONNANT L'ATTRIBUTION DU LABEL BEAUTE-FRANCE	575
ANNEXE 2. LES PREMIERES ANNEES DU COURS SUPERIEUR D'ESTHETIQUE INDUSTRIELLE	577
ANNEXE 3. FORMATION D'ORIGINE DES ELEVES DES CINQ PREMIERES PROMOTIONS DU COURS SUPERIEUR D'ESTHETIQUE INDUSTRIELLE (1956-1961)	583
ANNEXE 4. L'ETUDE DU FER A REPASSER AUTOMATIQUE CALOR	585
ANNEXE 5. PUBLICITES POUR L'AGENCE TECHNES PARUES DANS LA REVUE <i>ESTHETIQUE INDUSTRIELLE</i>	597
ANNEXES 6. LES RELATIONS CONTRACTUELLES ENTRE DESIGNERS ET ENTREPRISES	603
ANNEXE 7. ANALYSE DE L'ANNUAIRE DES CONCEPTEURS EDATE PAR LE CENTRE DE CREATION INDUSTRIELLE (CCI) EN 1976	611
ANNEXE 8. DICTIONNAIRE DES BUREAUX D'ETUDES DE DESIGN INDUSTRIEL	617
<u>TABLE DES MATIERES</u>	<u>629</u>