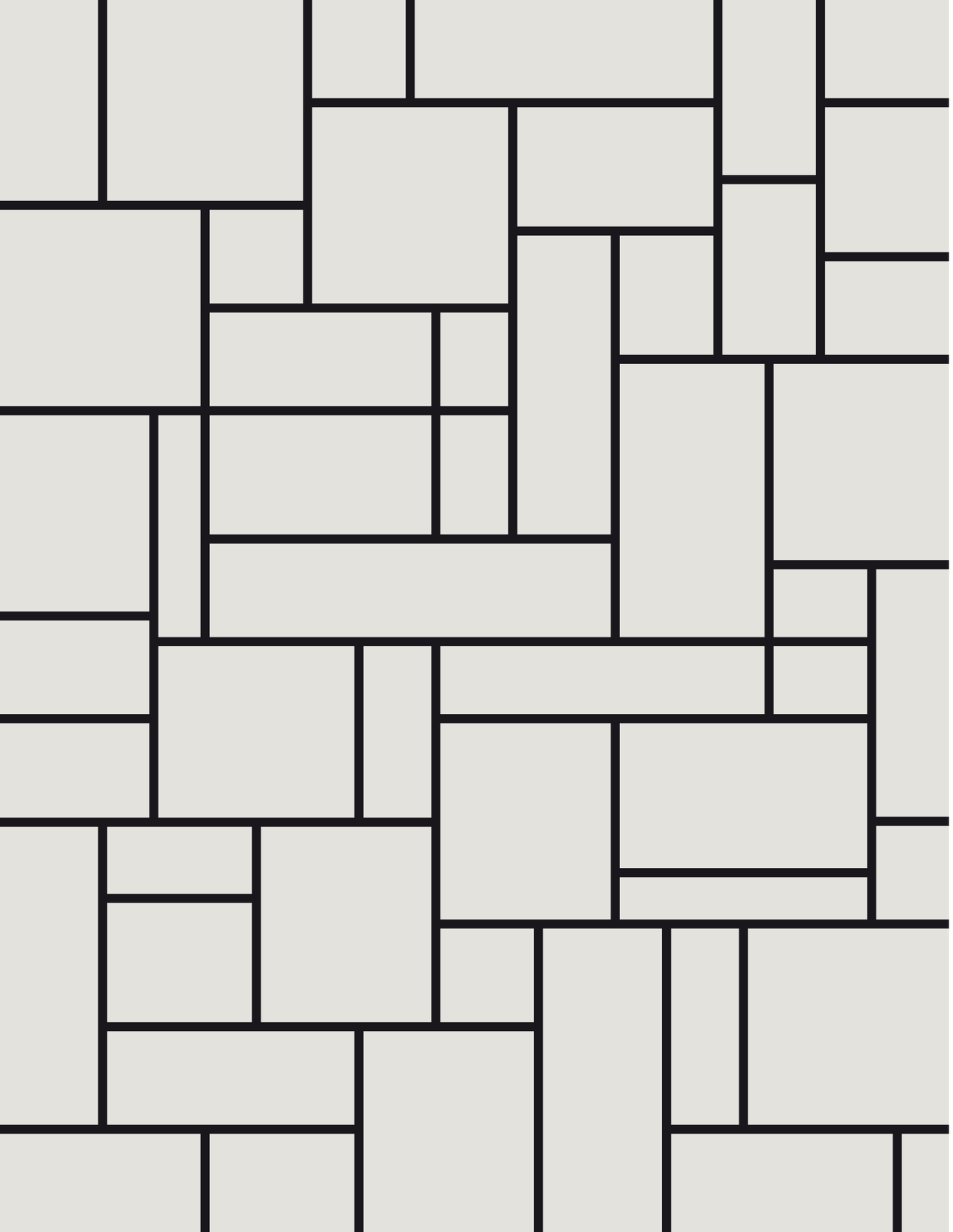
MILK LAB

LES DESIGNERS RÉINVENTENT LE LAIT

5.5 DESIGNSTUDIO
SEBASTIAN BERGNE
BETC DESIGN
MARC BRETILLOT
STÉPHANE BUREAUX
NODESIGN
ELIUMSTUDIO
MARTÍ GUIXÉ
FRANÇOIS MANGEOL
SISMO

ÉCOLE NATIONALE
SUPÉRIEURE D'ART
ET DE DESIGN
DE NANCY

ÉCOLE SUPÉRIEURE
D'ART ET DE DESIGN
DE REIMS



Quel futur pour le lait et les produits laitiers ? C'est à cette question que répondent des designers reconnus (indépendants ou agences) et des étudiants en écoles d'art. La variété de ces profils, des designers aguerris et aux expertises différentes côtoyant des designers en herbe, contribue à la grande diversité des propositions.

Les vingt projets de « Milk Lab » ont été spécialement conçus et développés pour l'exposition. Ils traitent de nouvelles manières de transformer, vendre ou consommer le lait et les produits laitiers à travers des recettes originales, de nouveaux objets, dispositifs ou lieux jusqu'à repenser toute la chaîne, depuis l'élevage des vaches jusqu'à la transformation du lait. Certains s'intéressent à l'utilisation du lait comme matière première pour mieux le sublimer ou mettre en valeur ses potentialités. D'autres créations s'apparentent à des œuvres artistiques, voire des manifestes. Quoi qu'il en soit, la grande majorité des réponses, ludiques, généreuses, gourmandes, partagent la notion de plaisir. Et celles qui utilisent les techniques les plus actuelles, les combinent harmonieusement avec le respect du savoir-faire traditionnel. C'est l'ère numérique : le lait est connecté et il est imprimé en 3D. Il élargit son territoire, les univers s'entrecroisent. Au-delà, ces projets pour un futur plus ou moins proche témoignent également, pour la plupart, de préoccupations contemporaines : écologie, sauvegarde du terroir, développement des circuits courts, reconnexion du monde urbain avec le monde agricole… Hommages à une matière riche de son pouvoir nutritif, de sa valeur symbolique, des savoir-faire qui lui sont attachés, les vingt propositions inédites de « Milk lab » invitent à sortir des sentiers battus et à porter un nouveau regard sur le lait. Elles ouvrent de nouvelles pistes, révèlent le potentiel qui s'offre à des entrepreneurs audacieux. Surtout, elles montrent à quel point le lait se prête au jeu de la création et combien l'imagination peut enrichir l'image d'un produit ou d'une matière. Le lait a de l'avenir. Claire Fayolle

Claire Fayolle est journaliste – chargée de rubrique design à Beaux-Arts magazine – et enseignante à l'École nationale supérieure d'art et design de Nancy. Elle est l'auteur de plusieurs livres sur le design. Entre autres : « Le design » (éditions Scala), « C'est quoi le design ? » (éditions Autrement), « Le design en France » (AFAA)… Elle a collaboré aux catalogues de nombreuses expositions et à des monographies de designers (So Watt, Martin Szekely, François Bauchet, Sismo, Totem…).

Commissaire d'exposition, elle a conçu les quatre éditions de « Demain c'est aujourd'hui », exposition internationale de design prospectif dans le cadre de la Biennale Internationale Design de Saint-Étienne, de 2006 à 2013. Elle a également été commissaire de l'exposition « La Fabrique des idées. ENSCI-Les Ateliers - trente ans de design », au Lieu du Design, à Paris.

VACHE À LAIT

S'approvisionner directement au pis de la vache pour renouer avec la nature est la vision de 5.5 designstudio du futur des produits laitiers. Changement d'habitude oblige, le citadin doit apprendre un geste spécifique, celui de la traite, et redécouvrir le goût du lait, celui qui sort directement du pis de la vache.

Le projet « Vache à lait » propose de reconnecter les consommateurs avec les producteurs dans une logique de valorisation du circuit court et de retour au goût des produits naturels. Ce retour aux sources a conduit les designers à imaginer un nouveau scénario de consommation et les objets qui l'incarnent.

5.5 designstudio a dessiné une fontaine à lait, « La Vache domestique », et un petit contenant, « Le Verre à traire ». Fusion entre deux archétypes, ceux du verre et du pot à lait de nos ancêtres, celui-ci nous rappelle qu'avant d'être un produit transformé, le lait est le produit d'un animal vivant. Il nous encourage à aller à la rencontre des producteurs et à créer de nouveaux liens sociaux. Dans le scénario des designers, le consommateur se sert du lait au pis de « La Vache domestique » à l'aide du « Verre à traire ». La fontaine est approvisionnée tous les matins par du lait entier.

Au-delà de la valorisation de l'acte d'achat, le consommateur se procure un produit frais, à un tarif raisonné, en connaissant son origine. Ce système contribue au développement d'une consommation durable et responsable, au maintien et à la promotion de pratiques favorables à l'environnement.

Projet manifeste, « Vache à lait » soulève également la question de l'influence de ce que nous achetons sur la formation de notre goût, de notre rapport à la nature et par conséquent de notre capacité à apprécier les produits naturels. Comparativement au lait communément répandu, le lait directement sorti du pis de la vache a un goût puissant devenu inhabituel pour la plupart d'entre nous. Sommes-nous capables de l'apprécier à nouveau ? La nature est-elle bonne par nature ?

Au public de le dire en venant vivre l'expérience du lait directement au pis de la vache !

En 2003, leur génial projet de fin d'études « Réanim », présentant une série de pansements graphiques, sutures esthétiques et autres soins cliniques pour objets à l'abandon, propulse les 5.5 designers sur le devant de la scène design et donne le ton : l'insolence créative animera désormais chacun des projets du jeune collectif pour mieux remettre en question notre rapport aux choses. Renommé à l'occasion de ses dix années d'existence, le 5.5 designstudio, installé à Paris se compose aujourd'hui de Vincent Baranger, Jean-Sébastien Blanc, Anthony Lebossé et Claire Renard, et joue avec brio, humour et poésie sur les codes du détournement pour mieux exprimer son engagement. Prônant un design accessible et citoyen, le studio déride des pièces de luxe, en collaborant avec de grandes maisons telles que Bernardaud, Baccarat ou Veuve Clicquot, comme des objets de consommation courante, pour de grands groupes comme Scotch-Brite, Oberflex ou encore Moulinex, afin de redessiner un quotidien joyeux, pratique où leurs (ré)inventions percutantes s'inscrivent comme des évidences.

SEBASTIAN BERGNE

HOT MILK LAB

« Hot milk lab » est un mini laboratoire destiné à expérimenter des boissons au lait chaud, en ajoutant des arômes, épices ou autres pour approfondir l'expérience de consommation. Il est constitué de deux plateaux et de plusieurs contenants permettant de chauffer le lait, de le mélanger avec divers ingrédients et de le servir.

La teneur nutritionnelle du lait garantit son statut de boisson quotidienne depuis des siècles. Ses apports en eau, protéines et matières grasses en font le produit idéal à mélanger avec une variété de saveurs. « Hot milk lab » se fonde sur la capacité du lait délicatement chauffé à absorber les arômes et à se lier à d'autres ingrédients. Le projet s'inspire également de la tradition du chocolat chaud, boisson populaire aux qualités mythiques, dont l'existence remonte au milieu du XVIIIe siècle.

L'expérimentation et la consommation de boissons de lait avec « Hot milk lab » peuvent avoir lieu à la maison, mais aussi entre amis et en famille dans des lieux publics tels que des restaurants ou des bars à lait.

Diplômé du Royal College of Art, Sebastian Bergne ouvre son studio à Londres en 1990. Designer industriel dont le travail est reconnu aujourd'hui internationalement, Sebastian Bergne développe un style qui se lit à travers une approche de l'objet à la fois très personnelle et mûrement réfléchie. Plutôt que de tenter d'imposer une signature formelle à ses créations, le designer se plaît à proposer des solutions simples mais originales, inspirées de son regard particulier et nourries du monde qui l'entoure. Doté d'un œil acéré et de références multiculturelles – le designer, fils de diplomate a été élevé dans plusieurs pays et a été initié très tôt à l'art et à l'artisanat – Sebastian Bergne privilégie toujours la fonction et le plaisir de l'utilisateur. Il collabore avec de nombreuses marques telles que Authentics, Tefal, Muji, Habitat, De Beers, Moulinex, Gaia & Gino, Vitra sur des projets extrêmement variés, qui vont du tire-bouchon à la bouilloire, en passant par du mobilier et du luminaire. Primée de nombreuses fois, une partie de son travail est exposée dans les collections permanentes du centre Pompidou.

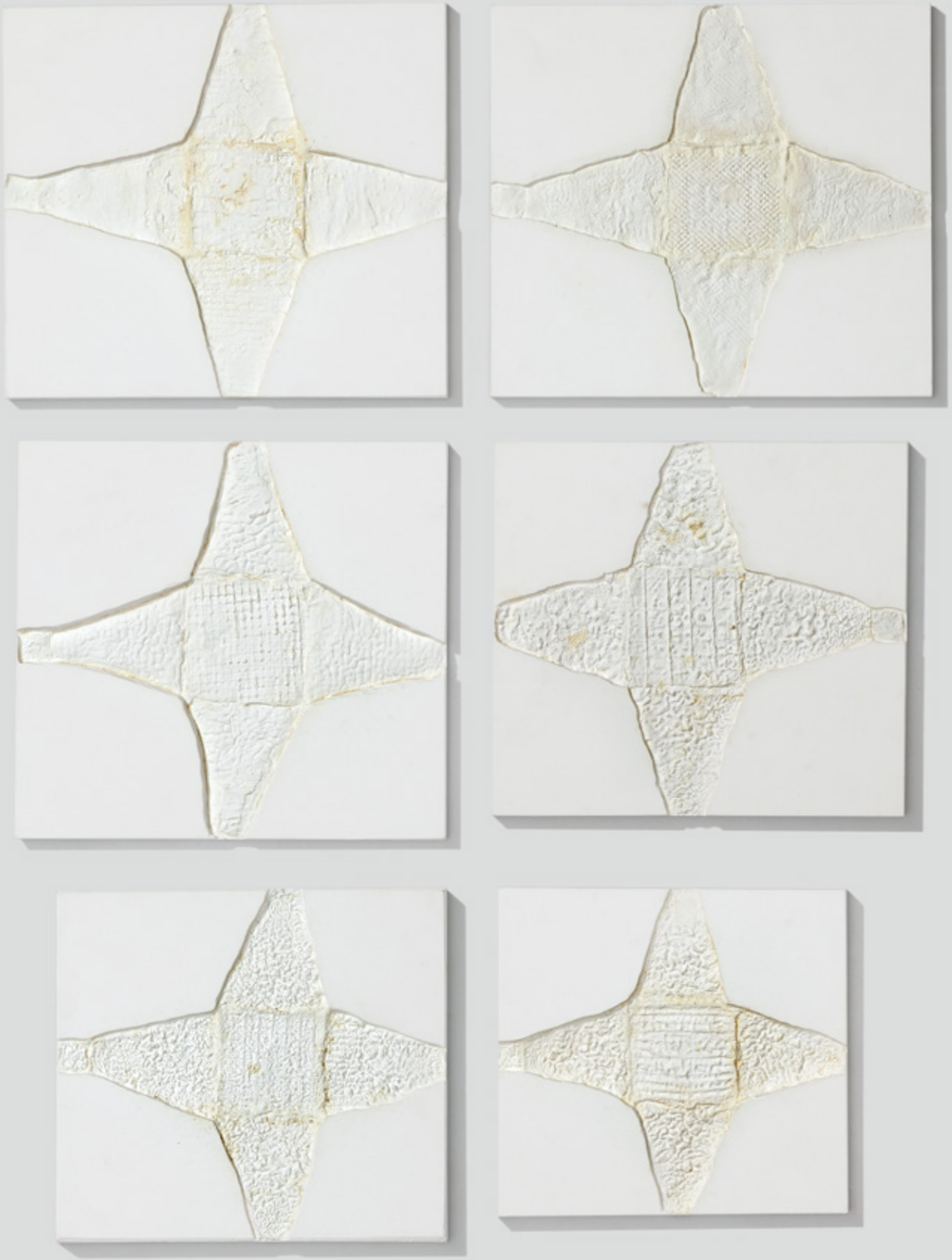
3D MILK MACHINE

La « 3D Milk Machine » est un nouvel appareil électroménager pour consommer le lait d'une manière ludique. Via un procédé unique, inspiré de la technologie des imprimantes 3D, il permet de réaliser de mini-sculptures comestibles en lait à partir d'une application on line disponible sur tablette, smartphone et ordinateur.

Une fois sur l'application, l'utilisateur choisit une forme parmi des dizaines de propositions ou en invente une nouvelle. Puis il sélectionne un arôme salé ou sucré. Il peut aussi, en activant la fonction « Blend », mélanger deux goûts différents. Sa forme est ensuite enregistrée automatiquement en fichiers numériques puis transmis à la « 3D Milk Machine ». Celle-ci va transformer le lait en une pâte pour construire la sculpture comestible désirée.

À terme, un site collaboratif créé par le fabricant de l'appareil permettra aux consommateurs d'échanger les fichiers 3D de leurs créations et de partager leurs plus belles réalisations. La « 3D Milk Machine » propose une expérience innovante et rassembleuse, qui amène à repenser notre rapport au lait et à sa consommation.

Créée à la fin de l'an 2000 par Christophe Pradère au sein du grand groupe de communication éponyme, l'agence BETC design se caractérise par une approche globale du design allant de la réflexion stratégique, pour travailler en amont des projets, jusqu'au design créatif. Concevant le design comme un des modes d'expression privilégiés des marques, BETC design se donne d'abord pour objectif de maîtriser les clés d'un langage actuel, avant d'imaginer des formulations adaptées et pertinentes qui expriment une histoire de marque accessible à tous les usagers. Autoproclamée « Tribu », l'agence, vivier fédérateur de talents complémentaires, réunit une trentaine de consultants, designers, architectes, sémiologues et autres experts autour de projets communs pour des clients aussi divers que Louis Vuitton, L'Oréal, Orange ou encore Air France.



MARC
BRETILLOT

PEAUX

Intrigué par le fromage dans un double rapport d'attirance répulsion, Marc Bretillot s'est mis à observer, dessiner et mouler différentes variétés. Il en est arrivé à la conclusion qu'il s'agit de matières au potentiel expressif fort. Il a poursuivi son exploration en imaginant ce que pourrait être la production de fromage dans un futur essentiellement urbain.

Nos sociétés auront envie d'une proximité plus grande avec la production alimentaire. C'est alors que se développeront des fermes urbaines, exploitant les moindres recoins de l'espace disponible. Ces nouveaux territoires verticaux sur et sous terre seront cultivés grâce à des technologies agricoles innovantes. Des micro-unités de production fromagère à l'échelle d'un immeuble, d'une école, d'une famille verront le jour. Tout en utilisant la technique ancestrale du caillage, ces unités de production seront plus modernes, les moules étant remplacés par l'impression 3D. Les formes des fromages imprimés seront fonction des usages, des symboliques et des textures choisies. Revisitées, ces formes garderont l'empreinte du savoir-faire fromager, l'affinage, dont la croûte est l'expression sensible apparente. Le lait animal futur sera transformé avec sensibilité ou ne sera pas !

Alors qu'il enseigne le bois, les résines, le métal à l'ESAD de Reims, Marc Bretillot a l'idée d'introduire dans ses cours la notion d'aliment traité comme matière première d'un design dont l'utilisateur quotidien serait le mangeur. En 1999, il est ainsi l'un des fondateurs du design culinaire, dont il est depuis devenu l'un des chefs de file et qu'il continue d'enseigner aujourd'hui. Gastronome visionnaire, Marc Bretillot ne travaille jamais sans l'expertise d'un cuisinier pour mettre la table à l'épreuve afin d'en sublimer l'essentiel : le plaisir des cinq sens qui y sont conviés. Conseil pour l'industrie agroalimentaire, organisateur d'événements internationaux et de performances culinaires aux frontières de l'art contemporain, Marc Bretillot cultive avec l'art de la belle bouffe, un esprit joueur et responsable, pour bousculer les idées trop souvent reçues des consommateurs.

STÉPHANE BUREAUX

HYPERBOL

Transformer le contenant en contenu, le plein en creux, le liquide en solide, jouer à l'alchimiste, combiner les matières et les mots pour faire d'un innocent « bol de lait » un « Hyperbol ».

Il s'agit de renouer avec l'histoire des premières matières plastiques, penser débouchés agroalimentaires et ready-made mais surtout, s'amuser de la polysémie d'un « bol de lait » : telles sont les idées qui sous-tendent le projet.

« Hyperbol » consiste à produire un bol de lait en partant… d'un bol de lait !

C'est la technique ancienne de la caséine durcie - ou Galalithe - qui est ici utilisée. Pour l'obtenir, il faut d'abord extraire la caséine du lait, la purifier et la transformer en une pâte prête à être moulée. Celle-ci sera ensuite trempée dans une solution aqueuse formolée et enfin séchée. On obtient alors une matière dure - un polymère - qui peut être poncée et polie. Comble de modernité, cette matière est biodégradable !

Le projet s'inscrit dans une continuité de jeu *sur* et *avec* les mots de la cuisine. Derrière l'apparente simplicité d'un bol enfantin, on convoque les débuts de la révolution industrielle autant qu'un fab lab organique qui recompose le mot et la chose.

Designer d'objets, scénographe, enseignant, Stéphane Bureaux prône, depuis la création de son agence en 1989, un design sans frontière ni cloisonnement. Dès 1997, alors qu'il dessine l'architecture d'intérieur du magasin d'un ami devenu pâtissier, il dépasse la demande initiale de son client pour se proposer d'intervenir directement sur le produit lui-même. Il devient ainsi l'un des pionniers en matière de design culinaire. Se heurtant par la suite à une certaine indifférence pour la nouvelle discipline de la part du monde de la cuisine, Stéphane Bureaux n'a de cesse d'affirmer l'utilité comme les bienfaits d'une collaboration créative entre cuisiniers et designers. Depuis lors, les assiettes sont devenues des terrains conquis par le design que Stéphane Bureaux se plaît à investir avec humour, ingéniosité et brio. Ses objets gustatifs innovants remarqués — tels que son entremets « hommage à Jean Prouvé » qui est récompensé en 2005 par l'APCI (Agence pour la Promotion de la Création Industrielle) — contribuent aujourd'hui grandement à la reconnaissance générale et au développement du design culinaire.

EPHEMILK

Eliumstudio propose une vaisselle non plus jetable mais hydrosoluble. Imprimée en 3D, elle est constituée d'une nouvelle matière plastique issue du lait. Avec ce projet, l'agence répond aux enjeux écologiques et économiques liés au cycle de vie des produits tout en profitant de la révolution numérique.

Eliumstudio s'est particulièrement intéressée aux objets en matière plastique issus des hydrocarbures. Leur production a explosé ces dernières décennies, engendrant une grave pollution à cause de leur durée de décomposition (entre 100 et 500 ans).
Aujourd'hui, grâce notamment à de nouveaux matériaux et modes de fabrication, on commence à envisager différemment la fin de vie des produits. Dans ce contexte, le lait offre des possibilités d'utilisation intéressantes. Il contient une protéine, la caséine, à partir de laquelle une jeune société lyonnaise, Lactips, a mis au point une matière plastique aux remarquables caractéristiques. Ce matériau nécessite moins d'énergie pour sa transformation que les matières plastiques traditionnelles. Il est adapté à tous les procédés classiques de transformation de l'industrie plastique. Il est surtout 100% compostable et biodégradable.

Eliumstudio fait appel à l'impression 3D plutôt qu'à la production en série, traditionnellement liée à la plasturgie. L'agence optimise ainsi la quantité de matière utilisée en proposant un produit fabriqué « à la demande », potentiellement personnalisable. Son image résolument sophistiquée l'ancre dans l'univers des arts de la table. Et comme cette vaisselle est constituée d'une matière 100% hydrosoluble, elle se dissout sous l'eau après utilisation. Avec « Ephemilk », eliumstudio donne à voir le produit, de sa conception… à sa disparition.

Équipe éclectique et multigénérationnelle basée à Paris, eliumstudio est composé de 7 designers animés par le même credo. « Less is More » : quel que soit le champ d'application de leur design commun – qui va des accessoires domestiques aux objets connectés en passant par l'aménagement ou la scénographie – le studio se débarrasse du superflu pour toujours s'attacher à l'essentiel qu'il reconnaît dans les besoins fondamentaux de ses utilisateurs. Récompensé de nombreuses fois pour ses créations innovantes, le studio a l'art d'intégrer la technologie la plus pointue dans l'usage quotidien, au point de la rendre aussi invisible qu'élémentaire. Depuis 2002, date de sa création, le studio collabore avec des start-up - Withings, Invoxia, des grands groupes - Seb, Rowenta, des marques de luxe - Bell&Ross, Seiko, et des maisons d'éditions - Lexon, Magis pour produire un design novateur dédié à l'humain.

MARTÍ
GUIXÉ

COLLABORATIVE BUTTER

Voici une collection de beurres réunis sous la forme d'une motte : c'est un objet alimentaire expérientiel. Il vise à mettre en évidence les petites différences entre chaque beurre, leur caractère spécifique pour amener à percevoir cet aliment comme un ingrédient et objet de grande valeur.

Le projet repose sur deux points essentiels : d'une part, la fabrication du beurre à l'aide d'une imprimante 3D, d'autre part, la mise en forme de la motte par la juxtaposition de différents éléments géométriques qui correspondent à divers types de beurre.

Ceux-ci peuvent être consommés individuellement ou utilisés ensemble. Réunis, ils forment un bloc de beurre standard. La variété des goûts en présence est due à l'origine du lait, à la race bovine, au système de production, à l'ajout ou non d'ingrédients, etc. L'impression 3D permet d'obtenir des surfaces, des volumes et des textures qui faciliteront la manipulation des différents beurres, à table comme en cuisine. L'emballage présente un motif discret figurant l'accouplement entre une vache et un taureau, puisque manifestement la production de lait est une conséquence de la grossesse.

Après des études de design industriel et design d'intérieur à Barcelone, puis à Milan, Marti Guixé, designer catalan, travaille comme consultant à Séoul avant d'entamer une longue collaboration avec la marque Camper. En 2001, il s'autoproclame « Ex-designer » pour s'affranchir d'une vision restrictive d'un design formel, onéreux et trop éloigné de sa fonction première qui est de rendre service à ses utilisateurs. Investi d'une mission claire, Martí Guixé tente de résoudre les problématiques contemporaines de consommation en se concentrant sur des idées, plutôt que sur des objets. Subversif, rebelle et engagé Martí Guixé séduit par son anticonformisme et collabore avec de nombreuses maisons telles que Authentics, B-Sign, Camper, Cha-cha, Desigual ou Droog Design. S'il se dit peu gastronome et incapable de cuisiner, Marti Guixé s'intéresse à la nourriture comme produit de consommation courante qu'il tente de réconcilier avec nos modes de vie contemporains : ses timbres assaisonnés, Post it Chips ou autres techno Tapas, interrogent notre mode de consommation quotidien et suggèrent d'autres façons de se nourrir.

FRANÇOIS MANGEOL

LUXE LAIT

« Luxe Lait » est une campagne publicitaire. Elle vise à bousculer l'image des produits laitiers en s'appuyant sur les codes visuels propres au monde du luxe.

François Mangeol s'attache à proposer une nouvelle représentation du lait en le considérant comme une matière première précieuse, en considérant ses dérivés comme des produits luxueux, fruits d'expertises, d'efforts et d'excellence.

Il imagine une campagne publicitaire initiée par un organisme œuvrant à la valorisation du lait et des produits laitiers. Les affiches qui en résultent transmettent le caractère précieux du lait et de ses dérivés en magnifiant matières et textures.

Diplômé de l'école supérieure d'art et de design de Saint-Étienne, François Mangeol, né en France en 1984, produit un design narratif, catalyseur d'émotions et matière à réflexions. Multiples et éclectiques, ses projets, pour des institutions culturelles, des particuliers ou des marques internationales telles que Kvadrat, Boffi ou encore Ikéa, sont autant d'interprétations du monde qui l'entoure. Directeur Artistique, il cofonde en 2010 la maison d'édition ÉSÉ – Édition sous étiquette avec Valérie Gonot, pour laquelle il signe aussi un certain nombre de produits. En quête d'authenticité, ÉSÉ, fruit d'une vision poétique et d'un engagement strict, mise sur les talents émergents du design pour proposer des objets chargés de sens et d'histoires fortes. Le travail de François Mangeol a déjà été présenté dans de nombreuses expositions à travers l'Europe et est présent dans les collections du CNAP et du MAMCO de Genève.

LECCE HOMO

« Lecce homo » consiste en une imprimante papier utilisant le lait comme une encre. De l'encre noire au lait blanc, la conception et l'expérimentation de ce procédé rendent ici hommage à un produit qu'il faut réapprendre à regarder et à aimer.

En consultant les statistiques relatives à la production de lait, Nodesign observe qu'une certaine quantité n'ést pas utilisée pour l'alimentation. L'est-elle pour fabriquer un plastique, un textile ou une autre matière à partir de la fameuse caséine, ancêtre des colles ?

C'est sur cette part de la production laitière que le studio a souhaité réfléchir. Autant symbolique que pratique, le projet utilise ce lait pour valoriser *Le Lait*, défendre les exploitations de qualité et dynamiser les savoir-faire techniques autour de cette matière.

Nodesign – spécialisé dans l'innovation, le design numérique et les objets connectés – est un pionnier reconnu du « nouveau design ».
Fondée par Jean-Louis Fréchin, l'agence accompagne ses clients dans la définition de stratégies, produits ou services intégrant pleinement les opportunités du numérique. Avec une méthode de travail basée sur le dialogue et l'observation, l'agence confronte et assimile les nouvelles technologies dans la vie réelle, en visant l'humain comme interlocuteur principal et non comme cible. Nodesign s'est illustré notamment dans des applications et services innovants – pour des groupes comme Orange ou des musées comme Le Louvre – dans des objets connectés – avec Parrot par exemple – enfin dans des services urbains et de nombreuses start-up.

ANGELO CHIACCHIO
JANIQUE FAVREL
LAURENT FRANCOIS
JEAN-LOUIS FRECHIN
UROS PETREVSKI
BENJAMIN POILVÉ

LITTLE *M*ILKY *A*NGEL

« Little milky angel » est une application pour smartphone qui a pour but de mettre en lumière un matériau biodégradable, antiallergique et antistatique, le lait, dont les qualités sont particulièrement prisées aujourd'hui. Ce projet est inspiré par la simplicité de fabrication de la Galalithe mais aussi par l'important gaspillage qu'engendre la consommation domestique du lait.

La première fonction de « Little milky angel » est de permettre une consommation responsable des produits laitiers. L'application offre des informations sur les valeurs énergétiques et nutritives des différents laits et de leurs dérivés. Elle alerte également sur les dates de péremption des produits laitiers présents dans son réfrigérateur. La seconde fonction vise à donner une nouvelle vie au lait lorsque celui-ci n'est plus consommable. L'application propose des tutoriels et un catalogue d'objets à réaliser soi-même avec de la Galalithe. Ce polymère naturel s'obtient à partir d'un mélange de lait et de vinaigre. Cette partie est open source et participative. Chacun peut y contribuer.

Tirant son nom du grec « secousse », l'agence Sismo est née en 1996 de la volonté d'ouvrir une brèche dans un design industriel traditionnel souvent trop figé. Caractérisée par une approche de travail tournée vers le client et l'usager, l'agence, fondée par Antoine Fenoglio et Frédéric Lecourt, développe à l'occasion de ses projets nombreux et variés une méthodologie pointilleuse intégrant pleinement les enjeux, aspirations et interrogations des marques pour lesquelles elle travaille. Basés sur le dialogue et l'interaction, les projets des Sismo pour Saint Gobain, Bébé Confort, RATP ou encore Adidas, explorent le quotidien des marques à l'aide de cartographies originales afin d'en extraire des projets créatifs allant au-delà du simple « style » pour se rendre lisibles, efficaces et accessibles à tous les usagers.

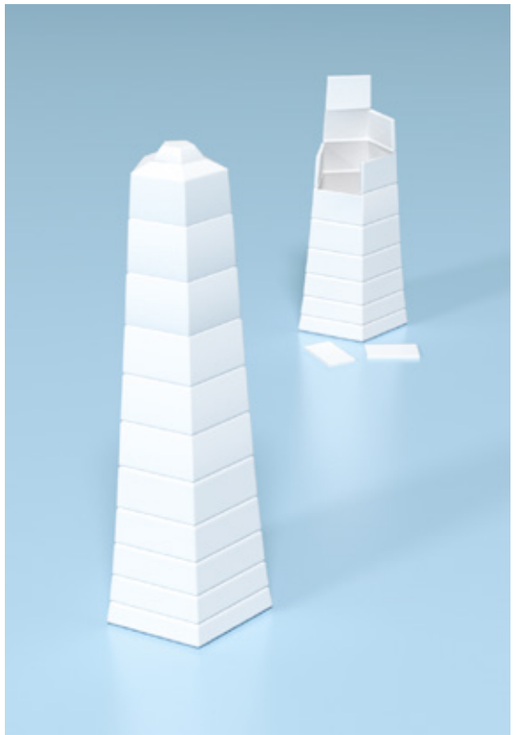
PROJETS ÉTUDIANTS

ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE D'ART ET DE DESIGN DE NANCY

L'option design de l'ENSAD Nancy est un espace d'émancipation où le « souci de soi » engendre le « souci de l'autre », où l'individu rencontre le collectif, où le design apporte des réponses aux problèmes du monde actuel.

Il s'agit de développer un design de terrain protéiforme, procédant par adaptation à un contexte. La méthode est celle d'une exploration de milieux variés et d'un diagnostic de leurs écosystèmes, de la production d'outils adéquats au développement de cette capacité d'adaptation à la complexité. Les champs de recherche de l'option regroupés sous l'intitulé « Design des nouveaux milieux - Design des relations » portent sur la relation entre individu(s) et milieu(x), la création par le design de nouvelles relations, de nouvelles médiances, de nouveaux milieux.

Au sein de l'Alliance ARTEM réunissant l'ENSAD Nancy, l'École nationale supérieure des Mines de Nancy et ICN Business School, les disciplines créatives croisent les disciplines de l'ingénierie et du management. L'option design concourt à faire d'ARTEM le centre d'un décloisonnement disciplinaire et d'une ouverture sur la vie de la cité (les hommes et les entreprises).

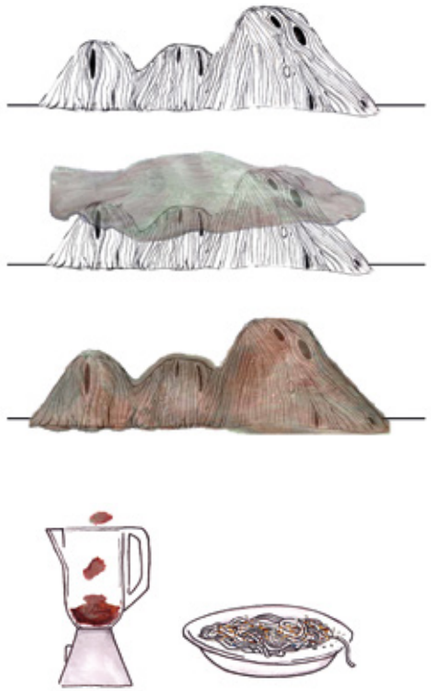


BOUTEILLE 2 LAITS

COLIN BAUMEISTER

« Bouteille 2 laits » est une bouteille comestible de 1,5 litre de lait recouverte d'un film protecteur en caséine.

Constituée de 220 grammes de lait en poudre compressé et moulé, elle se caractérise par une surface à carreaux sécables. Chacun pèse 4 grammes, soit une dose de lait pour un café. Une fois la bouteille vide, on détache les carreaux pour les diluer dans de l'eau chaude afin d'obtenir à nouveau du lait liquide. Il est possible de reconstituer deux litres de lait à partir d'une « Bouteille 2 laits ». Vendue en supermarché, la bouteille comestible n'est pas stockée en rayon avec les autres produits laitiers. Elle est fabriquée sur place dans un stand indépendant.

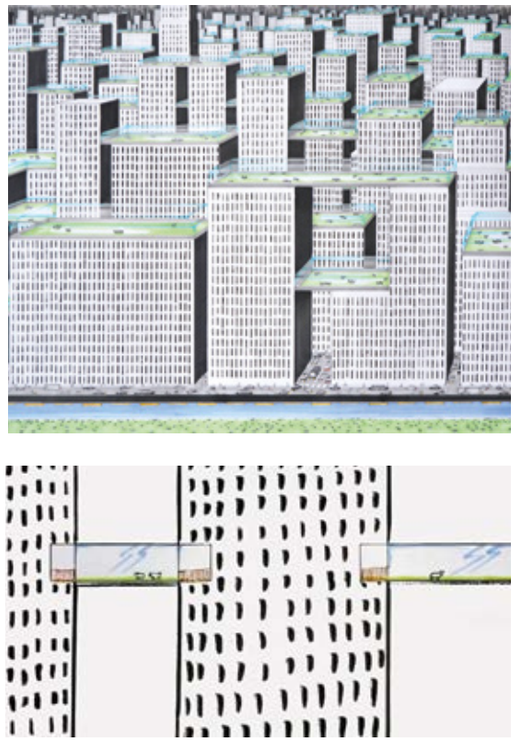


CLOCHES AFFINÉES

MARIANNE FRANCLET

Dans un futur plus ou moins proche, des cloches protectrices inspirées de la croûte de fromage auront leur place dans nos cuisines.

Elles imprégneront aussi de leurs saveurs les aliments qu'elles protègent, créant de nouvelles associations de goûts. Lorsqu'elles seront endommagées où que l'on souhaitera les remplacer, il suffira de les broyer pour créer un condiment. Il donnera du goût aux plats, évoquant la matière d'origine et le terroir dont celle-ci est issue.
Grâce à une meilleure connaissance physico-chimique des bactéries qui interviennent dans la constitution des croûtes de fromage, grâce aussi à une capacité à maîtriser les associations entre bactéries et moisissures, il sera possible de fabriquer des cloches avec des biofilms. Développés dans des boîtes de pétri, ces biofilms seront mis en forme sur des moules en bois, affinés en cave puis démoulés pour former les « Cloches Affinées ».



NEO-PRATUM

JEAN-BAPTISTE GEORGES

En 2 300, la surpopulation a entraîné une croissance incontrôlée des villes. L'habitat urbain a envahi les pâturages européens.

L'Union Européenne lance des appels à projets pour imaginer les prairies de demain. Le projet lauréat propose des prairies reposant sur d'immenses dalles de vitamétal, un acier possédant les mêmes propriétés organiques que la terre. Elles sont réalisées entre les immeubles, posées sur les toits ou placées en sous-sol où des métalampes produisent le même effet que le soleil et une ventilation filtre et purifie l'air. La campagne reprend ses droits au cœur même des villes.

MILK

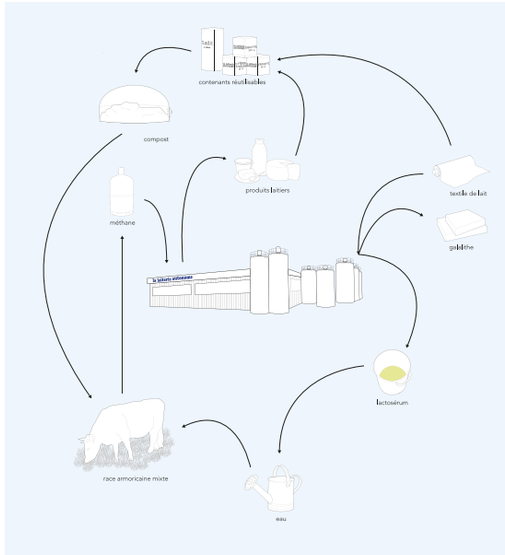
YIDE FAN

Lorsque nous apprécions un plat, nous l'apprécions dans son ensemble.

Ainsi le goût n'est pas seul à entrer en jeu ; il y a aussi l'aspect du plat, sa couleur, la présentation de la table et l'ambiance environnante, l'odeur s'échappant de la cuisine et celle que l'on perçoit pendant la dégustation. Puis il y a la texture, ce corps, cette consistance que nous ressentons en bouche, ce croquant ou ce moelleux... Rien n'échappe à notre langue, nos dents et notre palais.*

Naturellement certains préfèrent la mousse au flan au chocolat, alors que leurs ingrédients sont les mêmes. Il est indéniable que la texture des mets influe sur les préférences alimentaires. Parmi les molécules responsables de la texturation des aliments – les agents de texture – se trouvent les protéines du lait. En utilisant des additifs et en jouant sur la température pour obtenir une dénaturation protidique du lait, on pourrait produire de nouveaux aliments avec des consistances variées. En s'inspirant de la culture culinaire asiatique, une autre façon de consommer du lait est possible.

*Marc Desprairies, *des additifs pour texturer les aliments* in *La chimie et l'alimentation*, coordonné par Minh-Thu Dinh-Audouin, Rose Agnès Jacquesy, Danièle Olivier et Paul Rigny, EDP Sciences, 2010, p. 83



LA FERME AUTONOME

ALIENOR MORVAN

« La Ferme autonome » ouvrira ses portes en Bretagne. Elle générera des matières dérivées comme la Galalithe, le cuir ou la Novatein afin de raviver des savoir-faire locaux et d'en développer de nouveaux.

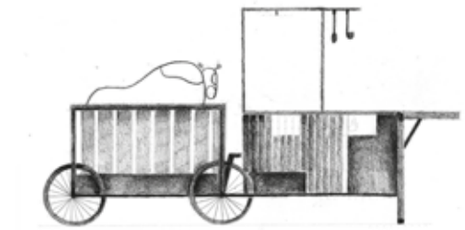
Elle se caractérise par une exploitation optimale de ses vaches de race armoricaine, une race locale mixte. Une part du lait est transformée en matières premières : Galalithe et fibre textile issues de la matière sèche du lait, minéraux résiduels issus du lactosérum filtré. La Galalithe sert à fabriquer des contenants réutilisables, le textile à confectionner des blouses pour les employés de la laiterie. Au lieu d'être jetés une fois usagés, ces objets sont compostés. L'humus ainsi produit constitue un engrais naturel pour la terre des pâturages. Cela permet d'obtenir une herbe toujours plus riche en nutriments. Les minéraux résiduels sont utilisés pour produire des protéines destinées aux sportifs et des additifs pour les poudres de lait maternisé. Lorsqu'elles ne produisent plus de lait, les vaches sont abattues pour fournir de la viande. Peau, os et sang sont également utilisés pour générer de nouvelles matières premières : cuir, os, Novatein. Enfin, plutôt que de rejeter dans l'atmosphère le méthane émis par le lisier et le fumier, la ferme l'utilise pour produire de l'énergie.

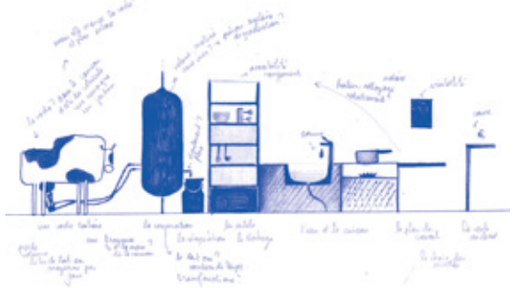
PROJETS ÉTUDIANTS

ÉCOLE SUPÉRIEURE D'ART ET DE DESIGN DE REIMS

Le design culinaire, pratiqué à l'ESAD de Reims depuis plus de quinze ans, est d'abord une pratique de design dont le matériau est l'aliment. Inscrite dans la noble tradition des Écoles des Beaux-Arts, la formation à l'ESAD de Reims tire sa singularité de la pratique plastique et de la connaissance de l'art revendiquées comme socle de la création.

L'alimentation est ici un nouvel espace d'expérimentation tant dans le champ de la performance artistique, de la haute cuisine que du design et de l'industrie agroalimentaire. Toute pratique vise à l'émergence pour chaque étudiant d'un travail d'auteur, positionné dans la création artistique contemporaine comme dans la société. Le design culinaire bénéficie de l'implication de designers et artistes expérimentés dans le domaine. Deux partenariats sont fortement structurants : avec l'école française de gastronomie FERRANDI (Paris) et avec l'Équipe Alimentation (LEA) de l'Université François Rabelais de Tours, pour la culture et l'histoire alimentaire.





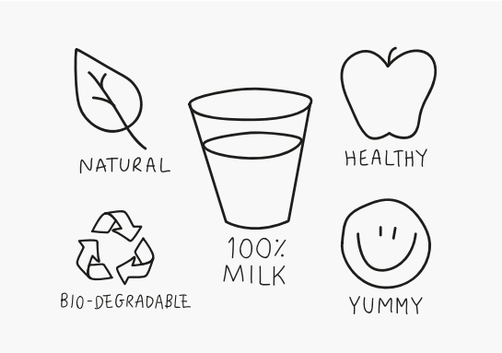
UNITÉ DE FABRICATION

LISA DAVID LAURE MANHES JAÏNA ENNEQUIN

Et si la vache était dans le camion ? Inspiré du food truck, le projet propose une unité de fabrication autonome et mobile embarquant une vache à son bord. Une attention particulière est portée au bien-être de l'animal. Afin d'assurer son confort, l'aménagement spécifique du véhicule se double d'une annexe extérieure déployée à l'arrêt.

L'« Unité de fabrication » prend en compte le cycle de conception d'un produit laitier, depuis la récupération et la transformation de la matière première jusqu'à sa commercialisation. Dans le scénario des designers, la traite est effectuée sur place. Le lait cru est transformé sous les yeux du consommateur. Ce dispositif de proximité favorise la relation entre l'agriculteur dont le travail est valorisé, le consommateur et l'animal. Traçabilité et fraîcheur des produits sont garanties. Les recettes proposées renouent avec des saveurs traditionnelles sans conservateur.

Le saviez-vous ? Sachant qu'en moyenne une vache produit 60 litres de lait par jour, que pour fabriquer un milk-shake il faut 75 millilitres de lait cru, combien de milk-shake peut-on produire par jour avec une seule vache ? Il est possible de produire 80 délicieux milk-shakes au cul de la vache et du camion.



MILK CLAY

SIJYA GUPTA

« Milk clay » est une matière non seulement comestible mais aussi nutritive et biodégradable. Parfaitement adaptée aux enfants, elle ressemble à la pâte à modeler.

Composée uniquement de lait, sans ingrédient ajouté, elle est fabriquée à l'aide d'une technique traditionnelle de la cuisine indienne. Celle-ci consiste à réduire lentement à feu doux le lait pour le solidifier.
Des recherches plus avancées, notamment sur les méthodes de séchage et sur l'adjonction de conservateurs et durcisseurs naturels, pourraient à l'avenir permettre d'utiliser cette « pâte à modeler » pour créer des jouets, voire divers produits consommables tels que des tasses, cuillères, etc. aux réelles qualités nutritives.

CRÉMEUX PRÉSENTOIR

ROMAIN KLOECKNER

Voici un présentoir au service de ce que le fromage manifeste : un fromage fait, c'est souvent un fromage qui coule.

« Crémeux présentoir » magnifie les coulures qui affluent de sa croûte, inondent le plateau et témoignent d'une vie débordante. Formant un subtil équilibre entre solide et liquide, elles sont les témoins d'une maturation en cave à une température et un taux d'humidité contrôlés, en vertu d'un savoir unique, celui de l'affineur. Tel un ostensoir, ce « Crémeux présentoir » offre un nectar. Admiré et dégusté à l'aide d'un doigt, d'une mie de pain ou d'une cuillère, il dira à chacun, fidèle ou converti, ce que le fromage exposé a vraiment dans le ventre.

PISTOLAIT

VICTOR GRENEZ PAUL LOUDA LÉO TAVONI

Le « Pistolait » permet de créer un dessin en volume avec différents types de fromages sur n'importe quelle matière ou aliment.

Il est composé d'un tube métallique intégrant une résistance, d'un poussoir et d'une buse. Une fois l'appareil branché sur secteur, le fromage inséré à l'intérieur fond au contact de la résistance. Il sort par la buse sous la forme d'un fil d'une densité variable suivant la pression que l'on exerce sur le poussoir. Le fil durcit instantanément. Le « Pistolait » s'accompagne d'un outil de carottage et d'un outil de nettoyage. Le premier sert à couper préalablement le fromage en cylindre. Le second permet d'accéder au fond de l'instrument pour en retirer les résidus.

OLD REMEDY

CLÉMENT HAHARFI ADRIAN VEYRAC

Véritable remède de grand-mère, « Old Remedy » est une gamme de gélules et pilules à base de produits laitiers associés à d'autres ingrédients naturels.

Elle est destinée à soulager tous les petits bobos du quotidien comme, par exemple, un mal de gorge ou une fatigue passagère. L'emballage et le graphisme opèrent sur deux registres à la fois : celui du produit bio-cosmétique et celui du produit alimentaire de grande consommation.

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Laurent Damiens

COORDINATION MILKFACTORY
Christophe Spotti

COMMISSARIAT
Claire Fayolle

DIRECTION ARTISTIQUE
SCÉNOGRAPHIE
Ich&Kar

BIOGRAPHIES
Juliette Le Lorier

REMERCIEMENTS

La Milk factory et Claire Fayolle
remercient chaleureusement
l'ensemble des designers et des étudiants
qui ont répondu à leur appel à projet,
Patrick Beaucé qui a co-dirigé le workshop
« Milk Lab » à l'ENSAD Nancy
et Marc Bretillot qui a assuré le suivi
des étudiants de l'ESAD Reims.

MILK
FACTORY

Catalogue édité par la Milk Factory
la Collective des Produits Laitiers

www.lamilkfactory.com
www.produits-laitiers.com

MILK
FACTORY