

MEHOUS
CLÉMENT
DSAA DG2 MARSEILLE

LA SOCIAL- ISATION PAR LE TRAVAIL

RAPPORT DE STAGE EN ENTREPRISE /
LA (RÉ)APPROPRIATION DE L'ESPACE PUBLIC /
RENDU AU 28/02/19 /

01.	Besoin de quitter le nid.	P. 03-04
02.	Undartground (Marseille)	P. 05-10
03.	Le spot (Nîmes)	P. 11-16
04.	Apocalypse draw design (Jausiers)	P. 11-20
05.	Ce qu'on retiendra de ces expériences.	P. 21-22

BESOIN DE QUITTER LE NID

01

Durant cet été j'ai effectué plusieurs stages sur un total de 13 semaines. Ceux-ci sont d'ailleurs loin d'être les premiers puisqu'ils font partie de la longue série qui a jalonné ma scolarité... Et pour tout dire j'aimerais qu'il ne soient pas non plus les derniers. Bien que mes études tendent à toucher à leur fin, c'est avec regret que je constate ô combien les possibles sont grands à ce stade là de ma vie. Si ces expériences m'ont donné à voir quelque-chose, c'est à quel point l'activité de designer graphique peut être variée. Bien que je ne sache toujours pas dans quoi je me lancerai plus tard, toutes ces expériences m'ont permis de faire un tri quant aux voix que je voudrais (ou non d'ailleurs) emprunter.

Ainsi donc, j'ai eu accès à tout un panel d'activités aussi diverses que variées qui m'ont permis de toucher du doigt certaines réalités du milieu professionnel et tout particulièrement du métier d'indépendant. Toutes ces expériences ont eu pour dénominateur commun de prendre place dans des lieux, des conditions où la «débrouille» et «l'entraide» sont maître mot. Dans la majeure partie des cas les gens se sont formés et/ou se forment encore par eux même ce qui donne à voir une vision du graphisme aussi vernaculaire que rafraîchissante. Mais plus que l'activité de designer graphique elle même, ce qui m'intéresse dans ces différents lieux est ce qui gravite autour, les expériences humaines qui s'y jouent.



Soir de vernissage dans la rue devant le Spot à Nîmes

UNDARTGROUND (MARSEILLE) (25 JUIN AU 06 JUILLET)

Undartground est né en 2009 de l'impulsion d'un artiste autodidacte marseillais dénommé Julien Cassar. Initialement, le projet se résumait seulement à réunir une dizaine d'artistes de la cité phocéenne dans le cadre d'une exposition temporaire dans un garage rue Grignan, non loin du palais de justice de Marseille. Devant le franc succès de l'événement, Julien et son équipe décide de pérenniser l'initiative en proposant un concept store qui puisse à la fois servir de dépôt/vente pour des produits « locaux » (représentatifs d'une vision du sud) mais aussi de vitrine aux jeunes talents de la scène « artistique » alternative marseillaise. En 2012, le magasin/galerie ouvre enfin ses portes au panier à l'endroit qu'on lui connaît; à mi-chemin entre la cathédrale de la Major et la Vieille Charité.

Depuis, la boutique n'a eu de cesse de se réinventer au travers de nouvelles déco, de nouveaux produits, faisant venir toujours plus de nouveaux artistes (incluant des marseillais d'adoption). Elle s'est distinguée à maintes reprises par son soutien, voir pour l'organisation d'événements participant à la vie au sein du quartier. C'est entre autre grâce à ces initiatives et à force d'efforts, de médiations auprès des habitants et des pouvoirs publics marseillais, que s'est si bien implanté « l'art urbain » dans cette zone. Ce lieu est donc à l'origine de bon nombres des fresques (réalisés pour des jams ou des ateliers) qui jalonnent le panier, fresques qui attirent toujours plus de monde chaque année dans cet endroit de la ville. Il a donc bien entendu sa part de responsabilité dans la tournure que prennent les choses quant au regard porté sur le panier aujourd'hui. Le quartier initialement très populaire a évolué doucement, avec la mise en avant d'un patrimoine dit classique (major/vieille charité) mais aussi d'un patrimoine plus « alternatif », si bien que le niveau de vie y a progressivement évolué aussi. La question qui se pose est de savoir si nous n'allons pas à terme vers une **gentrification**¹ de cet espace.

1. De l'anglais *gentrification* venant de *gentry*, petite noblesse. Le terme « gentrification » est un néologisme et un anglicisme qui désigne le processus de transformation du profil économique et social d'un quartier urbain ancien au profit d'une classe sociale supérieure.

RÔLE À JOUER

Le but de ce stage résidait dans le fait de réaliser un objet éditorial qui compile les cinq dernières années de graffiti sur le territoire du panier. La structure n'ayant pas d'énormes moyens financiers et voulant prétendre à une micro-édition de facture soigné mais toutefois amatrice. Nos intentions se sont donc rapidement portés sur un fanzine. L'idée était de produire un maximum de choses par eux même afin de réduire certains coûts de production afin que cet ouvrage reste accessible au budgets les plus modeste. Le principe n'était pas d'être rentable mais bien de s'inscrire dans une démarche de médiation culturelle afin de faire découvrir le «off» du panier. Sur cet unique projet, je cumulais donc les postes de designer graphique, de photographe, voir aussi de rédacteur, l'action de mes tuteurs de stage relevant de la direction artistique et de me fournir les antériorités nécessaires à la compréhension du cadre et de la direction qu'il voulait donner au projet.

C'était pour moi une aubaine car cela me permettait d'approcher certains acteurs (très prolifique) de la scène marseillaise (tels que NHOBI, DIFUZ, GAMO et j'en passe). De plus, c'était l'occasion de mieux connaître la zone que je ne connaissais que de nom et surtout de m'y sociabiliser. Le fait de sortir dans la rue, d'arrêter les passants curieux, de flâner, voir de me perdre contrastait beaucoup avec le travail sédentaire de mise en page que j'avais à fournir. En effet, j'avais le sentiment de sortir enrichie de chacun des ces échanges (amicaux pour la plupart), de sentir une certaine cohésion chez la population du quartier.

Un détail intéressant dans ce coin-ci de Marseille est que la majeure partie des rues sont piétonnes et donc que l'espace viaire, (public) devient une excroissance des habitations les rendant ainsi en apparence plus poreuse. Cela donne une impression de petit village où la population cultive une réelle vie de voisinage. On peut d'ailleurs noter que ces comportements étaient monnaies courantes par le passé puisque Marseille est à la base un agglomérat de petits villages . À terme, et au prix de nombreux va et vient à travers le quartier pour documenter mon travail, j'ai pu constater que le tourisme (et tout particulièrement aux périodes où je m'y trouvais) est un point névralgique de l'économie du panier. Cependant, bien que cela permette au quartier de se développer et de le rendre plus sécuritaire, cela tend aussi à gommer la mixité sociale qui en faisait la marque de fabrication.



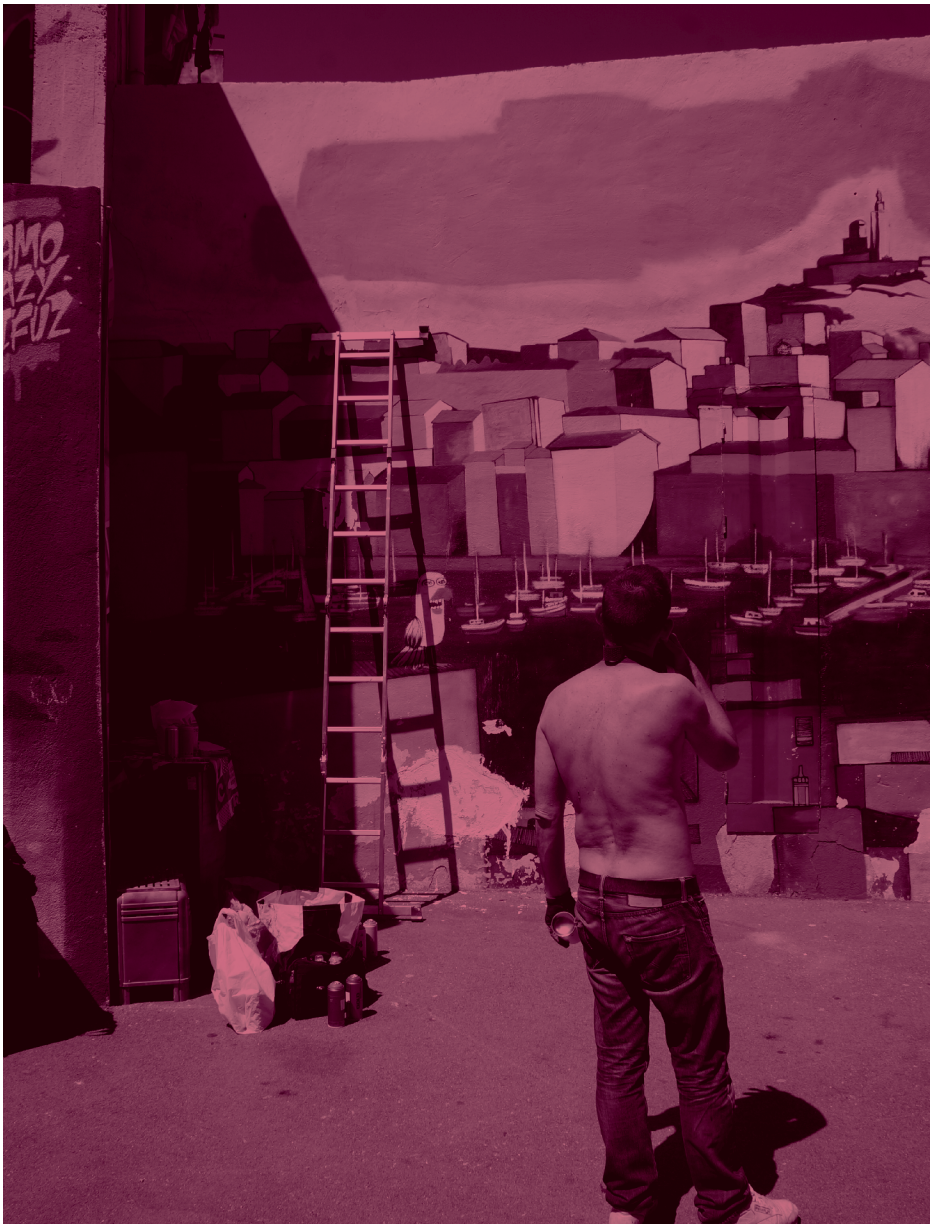
Deventure de la boutique réalisé il y a quelque mois par NHOBI, un artiste brésilien .



Atelier de découverte du graffiti réalisé en mai dernier avec des enfants du quartier.



Traditionnelle «jam» de juillet sur la placette qui borde la rue des Repenties.



Restauration de la fresque en face de la vieille charité.



Atelier de découverte du graffiti réalisé en mai dernier avec des enfants du quartier.



Le quatorze juillet devant la boutique.

LE SPOT

(30000 NÎMES) (27 AOÛT AU 30 SEPTEMBRE)

03

Le projet du «spot» naît en 2013 de la volonté de toute une équipe d'organiser un événement s'inscrivant sous le signe des cultures alternatives (et tout particulièrement de l'art de rue). La chose prendrait la forme d'une exposition invitant des artistes de tous bords, le tout dans l'appartement d'un particulier. «L'expo de ouf» était née. Après des mois de préparation à se saigner pour que tout soit prêt dans les délais, l'expo ouvre enfin ses portes. C'est un franc succès puisque qu'un propriétaire du quartier propose de mettre à leur disposition un local afin de renouveler l'expérience. La seconde exposition passe et de fil en aiguille, un nouveau projet se monte. L'équipe, avec l'accord du propriétaire, décide de ne plus se limiter à une exposition temporaire mais bien de pérenniser le projet en proposant un tiers-lieu¹ qui fasse la promotion de toutes ces particules de la culture alternative qui leur sont chères.

Aujourd'hui, le spot a bien changé. Il est devenu au fil du temps, à la fois une galerie d'exposition, une salle de concert, un lieu de travail locatif pour les professionnels, un skateshop, une cantine, un bar et une brasserie. Il y réside de nombreux profils artistiques/professionnels car on peut y croiser des designer graphiques, des couturières/joillières, des peintres, des paysagistes, des journalistes et j'en passe. Ce lieu fourmille de vie, d'idées créatives, d'initiatives de groupe. A l'heure d'aujourd'hui, le leitmotiv du spot est d'essayer de développer une économie sociale et solidaire en menant des actions ponctuelles au sein des quartiers défavorisés, laissés en friche par la municipalité nîmoise (On peut citer en exemple l'organisation d'une monnaie locale complémentaire; le krôkô, dont la visée est de rééquilibrer l'économie à petite échelle). On peut noter que le spot fonctionne en synergie avec deux autres lieux atypiques de Nîmes, d'une part: «Chez mémé», un café associatif et atelier de réparation de vélos; et d'autre part: «L'archipel», un lieu de location d'espace pour les professionnels et les organismes associatifs. L'équipe du spot comptant très peu de membres dans son effectifs, elle a constamment besoin de petites mains bénévoles afin d'assurer l'entretien et la maintenance des trois lieux.

1. Le tiers-lieu est un terme traduit de l'anglais faisant référence aux environnements sociaux qui viennent après la maison et le travail. Ray Oldenburg nous dit dans son livre publié en 1989 : *The Great Good Place*, que Les tiers-lieux sont importants pour la société civile, la démocratie, l'engagement civique et instaurent d'autres appropriations et partages de l'espace. Il se rapporte à des espaces où les individus peuvent se rencontrer, se réunir et échanger de façon informelle. Il considère que ce lieux ont entamé une phase de déclin depuis la généralisation des voitures individuelles, qui a eu un impact sur les rites de socialisation au quotidien. Dans sa thèse de sociologie consacrée au sujet, Antoine Burret étudie les usages, les comportements, les réflexions et les pratiques que le tiers-lieu fait apparaître. Il tire de son travail une définition conceptuelle du tiers-lieu qui insiste sur « une configuration sociale où la rencontre entre des entités individuelles engage intentionnellement à la conception de représentations communes ».

Parmi ces gens, on trouve «de tout», des habitants du quartier, des étudiants, des médiateurs socio-culturels, des adultes en reconversion professionnelle... Cela en fait un lieu où les conversations ne sont jamais les mêmes d'un jour à l'autre ce qui est très stimulant au quotidien.

RÔLE À JOUER

Je suis arrivé début septembre, en plein dans la préparation de l'exposition annuelle: «l'expo de ouf». L'événement s'étalant sur une semaine consiste à inviter en résidence une dizaine d'artistes pour qu'ils réalisent une fresque sur différents murs des quartiers environnants (Gambetta et Richelieu) et exposent une sélection de leurs œuvres au spot. À cette occasion le quartier prends des airs de fête de village, les gens font des allées-retours incessant entre les murs et le spot. Chacun est en perpétuel mouvement que ce soit parce qu'il aide au rouleaux pour un artiste où qu'il apporte de l'eau, de la nourriture, de la peinture ou quoi que ce soit d'autre à l'un d'eux. L'événement et d'ailleurs plutôt bien accueilli en général par les principaux intéressés; les habitants, pour qui c'est l'occasion de discuter avec les invités au détour d'un verre bien frais (il faut le rappeler mais en septembre à Nîmes, les normales saisonnières sont souvent caniculaires).

Ainsi, j'ai successivement proposé mon aide pour peindre, transporter du matériel, faire le service... Autant de tache qui aurait pu me paraître ingrates mais qui dans ce cadre prenait une toute autre tournure. En effet, cette ambiance de travail et le fait qu'il n'y ait pas vraiment de hiérarchie ni même de poste défini au sein de l'équipe participait à rendre toutes sortes de travaux, même les plus complexes, tout à fait surmontables. Le spot vit donc du bénévolat mais surtout d'une forme d'intelligence collective. Les différents projet se nourrissent du partage des connaissances et des compétences techniques de chacun. Les plus assidus forment les novices (en les accompagnants dans un premier temps) pour que ceux-ci puisse à leur tour faire fonctionner la structure en l'absence de leurs mentors. Cela permet un roulement régulier, déchargeant ainsi les plannings des individus constituant le bureau de l'association comme des autres bénévoles. Un point que j'ai trouvé très intéressant durant ce stage, c'est cette capacité qu'a l'endroit de fédérer la population locale via les différentes manifestations et services qu'il propose en son sein. En effet, on peut tout à fait voir ces dernières comme autant de prétextes servant à dynamiser le tissu social du quartier et des alentours. Il n'est pas rare que certains y passent des journées entière, juste à bavarder de sujet de fond, d'actualité... Pour beaucoup de gens l'endroit leur permet de satisfaire leur soif d'appartenance à un groupe, de reconnaissance (se sentir utile, compétant, se transindividuer²), si bien qu'il est par considéré par certain comme une seconde maison.

2. Selon Bernard Stiegler, le transindividuel n'est ni le « je » (l'individuel) ni le « nous » (l'interindividuel), c'est la co-individuation du je et du nous dans un milieu préindividuel (où se produit les significations portées par les modes de vie). La transindividuation, c'est la transformation des je par le nous et du nous par le je, qui est d'emblée et d'un même mouvement la transformation du milieu symbolique à l'intérieur duquel seulement les je peuvent se rencontrer comme un nous. Le social en général est produit par transindividuation, c'est-à-dire par la participation à des milieux associés où se forment des significations (la signification est entre ou à travers les êtres).



Fixation des sculptures d'un artiste sètois sur la facade de L'Archipel.



Réalisation d'une oeuvre collective par deux artistes montpeliérains (Tina et Charlie).



Fresque de Dr Ponce rue Clérisseau.



Contest organisé par le skateshop du spot (concours de ollie (saut en hauteur/longueur).



Mise en canette de la bière brassée dans la cave après le repas.

APOCALYPSE DRAW DESIGN (04850 JAUSIERS) (09 AU 31 JUILLET)

04

Moniteur de ski de formation, Pierrick ne se prédestinait en rien à devenir designer graphique. Cette affaire a vu le jour il y a de cela 22 ans, le 1er janvier 1996. Suite à un énième blessure au genou et se retrouvant dans l'incapacité d'exercer son métier, il entrevoit la possibilité de tirer profit de nombreuses années de dessin (qui jusqu'alors était un loisir plus qu'une vocation) et de quelques familiarités avec l'outil informatique pour envoyer son C.V à des boites de communication environnantes. Pierrick travaille deux années durant en tant que salarié dans le 05 puis au service de diverses entreprises du secteur (Formaxion/Katapulte/Alixa) en temps que graphiste intégré. Ces années sont charnières pour lui car elles correspondent à la période où il a commencé à se constituer un carnet d'adresse, qu'il n'a par la suite d'ailleurs pas cessé d'étoffer. En 2004, il crée sa propre entreprise en freelance: c'est la naissance d'Apocalypse draw design... Pierrick propose divers services allant de la création graphique (affiches, identités visuelles, logos, cartes de visites, papeterie, illustrations, animation 2D, stickers, tee-shirts, ...) à l'actualisation de l'identité d'une entreprise en passant par des travaux éditoriaux (mise en pages, plaquettes, livres, magazines, flyers...) ainsi que du web design et du conseil en terme de web mastering et de référencement (habillage site web, application). Depuis 2013, les locaux se situent Rue des écoles à Jausiers dans le 04. La vallée dans laquelle il se trouve est très petite et aussi très enclavée ce qui le pousse à privilégier le travail à distance, bien qu'il se déplace souvent à Gap (carrefour entre Marseille, Grenoble et Briançon). Son secteur d'activité s'étend donc principalement sur les hautes-alpes et les Alpes-de-Haute-Provence même si il peut grandement s'élargir voir s'internationaliser de manière ponctuelle.

Sa clientèle de prédilection est sans doute le milieu associatif. En effet, il n'est pas rare qu'il soit démarché par de petites associations gravitant autour des domaines de la culture et des sports (domaines qu'il affectionne tout particulièrement car friand d'objets culturels en tout genre est de pratiques sportives au quotidien). Depuis quelques années, Pierrick endosse aussi le rôle de médiateur socio-culturel auprès d'associations (Enfance en danger (gap), ARS (Marseille), ...) venant en aide aux enfants en difficultés dans le cadre d'ateliers. Ces travaux ne sont pas toujours très bien rémunérés mais cela lui permet de faire partager ses passions pour le dessin, l'auto-édition, le graffiti... On peut d'ailleurs noter que depuis le début de son activité en 2004, Pierrick a été amené à collaborer avec bon nombre d'organismes et d'entreprises. Cela lui a d'ailleurs permis de former de solides liens professionnels avec certaines d'entre elles. C'est le cas de «Ton Logo Partout» par exemple, un atelier spécialisée dans l'impression sérigraphique et numérique. Pierrick

entretient des rapports privilégiés avec cet atelier et les deux organismes échangent constamment. Leur relation est basé sur un renvoie d'ascenseur. D'une part Pierrick leur ramène des projets professionnels à usiner et en échange T.L.P lui propose des tarifs préférentiels, du travail autour de la communication de l'usine ou encore des tirages gratuits. Il est en quelque sorte leur caution artistique, ce qui lui permet de les accompagner aux salons auxquels ils se rendent pour exposer leurs services/produits (ispo) et accessoirement décrocher un bon nombre de ses contrats pour l'année à venir.

RÔLE À JOUER

Durant ce stage, on m'a confié toute une série de petites missions en graphisme afin que je puisse me re-familiariser avec le travail de P.A.O et que je fasse mes preuves en terme de démarche réflexive. J'ai trouvé la majeure partie des travaux stimulants puisqu'il gravitaient de près ou de loin autour d'activités qui me sont chères comme les sports de glisses, les cultures urbaines ou encore la musique. Cependant, le tout était entremêlé de petits boulots alimentaires forcément moins plaisants qui venait (inévitavelmente) parasiter mon temps de réflexion sur les commandes plus «ambitieuses» . C'est à mon sens à la fois la force mais aussi la principale faiblesse d'un indépendant (et surtout en milieu rural où la demande est moins importante). D'une part son cadre de vie lui permet de se vider la tête et d'éviter de tourner en rond «artistiquement» parlant et d'autre part, le manque cruel d'offres proposant un réel travail réflexif dans le secteur oblige à aller chercher le travail (que ce soit en répondant à des appels à projets ou tout simplement en exportant son travail lors de salon, ce qui est une perte d'énergie considérable pour une seule personne).

Chaque été, afin de faire une pause dans le graphisme, Pierrick ouvre un petit pop-up store dans la galerie marchande de sa ville. C'est l'occasion pour lui de vendre sa production «artistique» annuelle (tee-shirts/autocollants/toiles/planches de skateboard/...) Tout cela est à la fois une bonne opportunité pour lui de développer son réseau au delà de sa vallée (en se servant du tourisme qui draine beaucoup de monde chaque été chez nous) mais aussi un bon moyen de se ressourcer, de parler de son travail à de «vrais» interlocuteurs.



Teste d'un pochoir en vu d'un atelier de création graphique avec de jeunes adultes.



Control du calage des cadres sur le carousel l'or du processus d'impression sérigraphique textile.



Stand de l'atelier Ton logo partout à l'Ispo de Munich en 2018

CE QU'ON RETIENDRA DE CES EXPÉRIENCES

05

Dans tous ces stages, j'ai pu constater combien l'on avait besoin des autres pour subsister. Il n'est pas aisé de démarrer dans la vie active et tout particulièrement quand on décide de devenir son propre patron. Beaucoup des individus que j'ai pu croisé tout au long de mes stages ont montés une affaire à plusieurs, pour ne pas finir esseulés ou redoublent d'inventivité pour travailler le plus possible en compagnie d'autres personnes (que ce soit grâce à des ateliers ou des collaborations). A mon sens, ces métiers peuvent s'avérer très usant dès lors que la seule chose à laquelle on fait face est le reflet de sa tête dans son propre moniteur. C'est en se regroupant sous la bannière d'une passion (les cultures alternatives et/ou les disciplines artistico-sportives dans ces cas), que l'on peut prétendre à générer de l'en commun. Si l'on fait l'effort d'ouvrir son travail au reste du monde (le rationaliser, le décortiquer, le partager, l'expliquer), celui devient moins lourd à effectuer.

En effet, les travaux de groupes permettent un certains confort que ce soit par la mutualisation des moyens de production ou de réflexion. Je pense notamment à toutes les initiatives comme l'open-source ou les creative commons qui permettent de faire évoluer les pratiques en facilitant le partage et l'accès à des projets passés. De plus, moins le designer fonctionne en vase clos, plus il peut se réinventer et prétendre avoir du recul sur sa pratique. Le fait d'incorporer du « vernaculaire¹ », de trouver des dispositifs permettant de générer de l'aléatoire, ou tout simplement de faire appel à de tierces personne évoluant dans des milieux différents permettrait de sortir de ses propres schémas (d'une zone de confort), et ainsi de nuancer son propos, de diversifier les idées et opinions en présence dans la réflexion et la production.

1. Vernaculaire, du latin vernaculus, « indigène », désigne originellement tout ce qui est élevé, tissé, cultivé, confectionné à la maison, par opposition à ce que l'on se procure par l'échange. Une langue vernaculaire, est une langue parlée seulement à l'intérieur d'une communauté en général réduite. Elle s'oppose à la langue véhiculaire, qui est une langue de communication entre des communautés d'une même région, dont les langues vernaculaires diffèrent plus ou moins. Un nom vernaculaire est un nom usuellement donné à une espèce animale ou végétale dans une langue vernaculaire ou véhiculaire. Il s'oppose au nom scientifique, formé à partir de termes « latinisés ». Il est traditionnel et souvent utilisé sans connaissances scientifiques réelles. Il ne faut pas le confondre avec le nom français, traduction du nom scientifique latinisé, ou création d'un nom en français, dénomination par un nom inventé (souvent à partir d'une des plantes-hôtes de l'espèce).



Panneau de signalisation masqué par les autocollants de certains passants dans une des rue de Nîmes.



Détail atypique repéré lors de mes déambulation dans le quartier du panier.

POLICE DE CARACTÈRES

Big noodle titling - James Arbogast

Calibri - Lucas de Groot

IMPRIMÉ EN FÉVRIER 2018

Imprimerie - Hyper Copy Marseille

