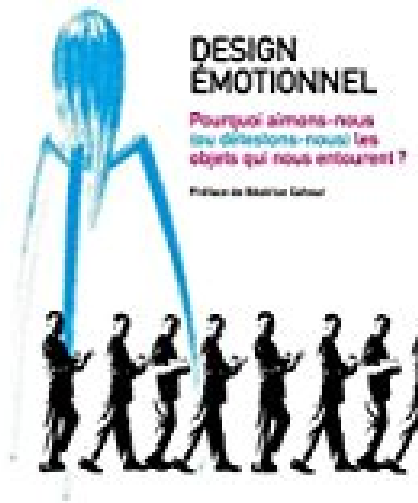




MultiMediale uitgeverij voor de markt in Nederland

Donald A. Norman
Traducteur et adaptateur français de
Karel Van Nieuwen
Ecrit et illustré par
Norman O. Brown



de boeck
MultiMediale uitgeverij voor de markt in Nederland

Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent



Télécharger



Lire En Ligne

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent

*Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero,
Préface : Béatrice Cahour*

Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour

 [Télécharger Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Deteston ...pdf](#)

 [Lire en ligne Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detest ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour

248 pages

Extrait

Prologue : Trois théières

«Si vous voulez une règle d'or valable pour tous, la voici : n'ayez rien dans vos maisons dont vous doutiez de l'utilité ou dont vous remettiez en question la beauté.»

William Morris, La beauté de la vie, 1880

J'AI UNE COLLECTION DE THÉIÈRES. L'une d'elles est complètement inutilisable : la poignée est du même côté que le bec verseur. Elle a été inventée par l'artiste français Jacques Carelman, pour lequel il s'agissait d'une «théière pour masochistes». Je possède une copie de l'original, et je l'ai mise en couverture de mon livre *The Design of Everyday Things*.

Le deuxième article de ma collection est la théière appelée Nanna, dont la forme aplatie et potelée unique en son genre est particulièrement évocatrice. La dernière est une théière «à bascule», une petite réussite technique de la firme allemande Ronnefeldt.

Le pot de Carelman est volontairement impossible à utiliser. La théière Nanna, imaginée par le célèbre architecte-designer Michael Graves, semble maladroitement conçue mais fonctionne en fait plutôt bien. La théière basculante, découverte à l'hôtel Four Seasons de Chicago, a été conçue pour reproduire les différentes étapes de l'infusion du thé. À l'usage, je place les feuilles de thé sur une petite tirette (dissimulée à l'intérieur du pot) et je renverse le pot tandis que les feuilles infusent. Quand le bouillon arrive à maturation, je replace l'objet vers le haut avec une inclinaison qui laisse les feuilles de thé partiellement à découvert. Quand le thé est prêt, je remets la théière toute droite, de sorte que les feuilles ne soient plus en contact avec le thé. Et voilà.

Alors, laquelle de ces théières est-ce que j'emploie habituellement ? Aucune.

Je bois du thé chaque matin. Tôt dans la matinée, c'est surtout l'efficacité qui compte en premier lieu. Ainsi, en me réveillant, j'investis la cuisine et appuie sur le bouton d'une bouilloire japonaise qui me chauffe l'eau tandis que je remplis ma petite boule à thé en métal. Je dépose la boule dans ma tasse, la remplis d'eau bouillante, attends quelques minutes que les feuilles aient fini de tremper, et mon thé est prêt à boire. Rapide, efficace, facile à nettoyer.

Pourquoi donc fais-je une fixation sur mes théières ? Pourquoi les laissé-je en exposition dans ma cuisine sur le rebord de ma fenêtre ? Quoiqu' inutiles, elles sont là, en évidence, même lorsque je fais du thé sans elles.

J'attache une valeur à mes théières non seulement pour leur fonction, mais surtout parce qu'elles sont des objets artistiques, pour ainsi dire des oeuvres d'art. J'aime rester devant la fenêtre, appréciant le contraste de leurs formes si différentes, observant le jeu de la lumière sur leurs surfaces si variées. Quand je suis avec des invités ou que j'ai du temps, j'infuse mon thé dans la théière Nanna pour son charme ou dans celle qui bascule pour son ingéniosité.

Le design est important pour moi, mais l'objet designé qui me séduira dépendra du contexte, de la situation

et, surtout, de mon humeur. Ces objets sont bien plus que simplement utilitaires. Objets d'art, ils illuminent ma journée. Et, peut-être plus important encore, chacun m'évoque quelque chose de particulier, chacun a sa propre histoire. L'un me rappelle mon passé, ma croisade contre les objets inutilisables. L'autre représente mon avenir, ma campagne pour la beauté. Et le dernier se présente comme un mélange fascinant du beau et du fonctionnel.

Cette histoire des théières illustre plusieurs aspects du design industriel : le caractère utilitaire (ou non), l'esthétisme, l'aspect pratique. En créant un produit, un designer doit considérer beaucoup de facteurs : le choix du matériau, la méthode de fabrication, la manière selon laquelle le produit sera lancé sur le marché, le coût et l'intérêt pratique. Est-ce que le produit est facile d'emploi, est-il intuitif ? Mais ce que beaucoup de personnes ne voient pas, c'est qu'il y a également un fort aspect émotionnel, affectif qui intervient dans la façon dont des produits sont conçus et soumis au jugement du public. Dans ce livre, je défends la thèse que l'aspect émotionnel et affectif du design participe davantage au succès d'un produit que son caractère pratique.

(...) Présentation de l'éditeur

Le mot "émotion" est plus que jamais l'un des mots clés dans l'univers de la conception et du design. Dans cet ouvrage, Don Norman - l'un des designers les plus influents du monde - met en évidence le fait que nous ne pouvons pas ignorer que les objets que nous utilisons tous les jours nous apportent ou non du plaisir et que la personnalité de chacun de nous est également déterminée par les objets qu'il utilise : nous les choisissons, les apprécions, non seulement pour le rôle qu'ils jouent pour nous, mais aussi pour les sensations qu'ils nous donnent. L'analyse de Norman est pleine d'exemples, d'éclairages, mais aussi emplie d'humour : le sérieux scientifique n'empêche pas la lisibilité et le plaisir du texte !

Biographie de l'auteur

Donald A Norman est un Scientifique cognitif et cofondateur du Groupe Nielsen Norman, cabinet de conseil qui aide les entreprises à fournir des produits et services centrés sur l'humain. Il a été professeur de Sciences cognitives à l'Université de Californie, San Diego et professeur de Sciences informatiques à l'Université Northwestern, ainsi que professeur de Design à Northwestern et au KAIST, en Corée. Il a reçu de nombreux honneurs ainsi que 2 diplômes honorifiques (de Padova, Italie et de Delft, Hollande). Il a également été Vice-président des technologies de pointe chez Apple.

Kamel Ben Youssef est Professeur Certifié d'Économie et Gestion à l'IUT de Ville d'Avray. Il enseigne le Marketing et la Stratégie d'entreprise à l'Université Paris-Ouest Nanterre La Défense. Il est également Visiting Professor de Stratégie d'entreprise à la Faculté d'Économie de l'Université de Turin et de Design stratégique à l'École Polytechnique de Milan, à l'ISD de Valenciennes et à l'IAE de Toulouse. Ses travaux portent sur le management du design et le comportement du consommateur. Ils sont menés au sein du CEROS (Centre de Recherche sur les Organisations et la Stratégie) de Paris-Ouest-Nanterre La Défense.

Cyril de Charentenay est Directeur général de Nude, l'agence de Design Management qu'il a fondé en 2000. Passionné par la communication et en particulier par les marques il est à l'origine du concept de Design Management, fruit de la confrontation entre son évolution personnelle et son regard professionnel sur le design. Grâce au Design Management, Nude construit, dans l'espace et dans le temps, l'ensemble des signes émis pour déployer une image de marque forte et cohérente. Intervenant dans des secteurs d'activités très variés pour des clients tels que Bouygues, Axa, Cadbury, Canal+, EADS, GSK, Henkel, L'Oréal, LVMH ou encore Total, il conseille les sociétés dans la construction de leur marque et dans le déploiement de leur image sur l'ensemble des supports d'expression : identité de marque, design packaging, design éditorial ou encore design digital. Il donne des cours sur la marque et le design à l'Université Paris-Ouest Nanterre La Défense et dans différentes écoles de commerce.

Saverio Sbalchiero est Directeur de la Création et du Marketing Stratégique de Brand Design Lab (Milan, Shanghai), groupe international orienté vers le développement expérientiel de marques de téléphonie mobile. Il s'occupe de la conception et du lancement de produits pour Alcatel Mobile Phones, ELLE, Vodafone, Mandarin Duck, Lollipops, Roadsign. Il co-dirige Sbalchiero & Partners, société spécialisée en design, marketing et recherche & développement, dont l'expertise porte sur les nouveaux concepts de

produit, le branding, la corporate identity, le packaging, l'image et plus généralement sur la communication par le design. Il enseigne le Brand Design à l'Université de Gênes, à l'Institut d'Administration des Entreprises de Toulouse (Université Toulouse 1), à l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense et au Politecnico de Milan comme Visiting Professor.

Download and Read Online Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour #APSC7VOIQ51

Lire Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent par Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour pour ebook en ligne Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent par Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent par Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour à lire en ligne. Online Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent par Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour ebook Téléchargement PDF Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent par Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour Doc Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent par Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour Mobipocket Design Emotionnel Pourquoi Aimons-Nous Ou Detestons-Nous les Objets Qui Nous Entourent par Donald A. Norman, Traduction : Kamel Ben Youssef, Cyril de Charentenay, Saverio Sbalchiero, Préface : Béatrice Cahour EPub

APSC7VOIQ51APSC7VOIQ51APSC7VOIQ51