

L'aventure

Rémi Caroux

◎ RÉSUMÉ

Encouragé par la pandémie, un engouement récent pour les excursions et les sorties en nature apparaît. Supporté par la diversification des formats d'activités en milieu sauvage comme les microaventures et les treks, partir à l'aventure est de plus en plus en vogue. De cet attrait s'en suit un élan du marketing pour ces nouveaux loisirs, qui entraîne dans son sillage l'apparition d'objets-gadgets en tout genre et d'agence d'aventure organisée. Le design y est alors sollicité pour fournir les objets les plus adaptés, mais le rapports aux objets dans l'aventure y semble ambigu.

En effet comme l'illustre la nouvelle de Jack London intitulée Construire un feu, partir avec peu ou pas d'équipement serait un élément initiateur de l'aventure. La multiplication des objets qui y est associée peut donc se remettre en cause, en même temps que la place du design dans ce domaine. Ce constat m'a donc poussé à m'interroger sur ce thème par la problématique : Le design de produit est-il l'antinomie de l'aventure.

À partir de la définition de l'aventure de Vladimir Jankélévitch, je m'intéresse à la posture du design dans l'aventure, en tentant de mettre en lumière par quelles façons il peut s'y positionner. Tantôt facilitateur ou tantôt confiant un rôle à l'utilisateur, si le design n'est pas complètement contraire à l'aventure ma démarche tente de définir dans quel degré et selon quelle modalité celui-ci peut s'immiscer dans l'aventure. Dans cette recherche, engager un rapport didactique avec l'utilisateur pour le guider dans l'expérience authentique de l'aventure serait une hypothèse. Cette mise en place irait de pair avec l'élaboration de scénarios d'aventure spécifiques qui emmènerait l'utilisateur vers une expérience singulière.