

ethno- design

Fanny Parise

Réinventer l'innovation
pour (sur)vivre au XXI^e siècle

DBS

ethno- design

Fanny Parise

Réinventer l'innovation
pour (sur)vivre au XXI^e siècle

DBS

Pour toute information sur notre fonds et les nouveautés
dans votre domaine de spécialisation, consultez notre site web :

www.deboecksuperieur.com

© De Boeck Supérieur s.a., 2026
Rue du Bosquet, 7 – B-1348 Louvain-la-Neuve

Tous droits réservés pour tous pays.

Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

Dépôt légal :

Bibliothèque nationale, Paris : mars 2026

Bibliothèque royale de Belgique, Bruxelles : 2026/13647/052 ISBN : 978-2-8073-7271-9

Sommaire

Préface	5
Remerciements	9
Note d'intention	11
Avant-propos	15
Introduction	19
1. Rétrospective de l'ethno-design	37
2. Terra incognita – débarquer	59
3. Déconstruire – autopsies méthodiques	84
4. Expérimenter – laboratoires post-naturels	116
5. Composer – design cannibale	178
6. Affronter – controverses et diffusion	240
7. Boucler – retour du terrain	281
Conclusion	323
Glossaire de terrain	325
Bibliographie	331

*À tous ceux qui veulent faire vaciller le système de l'intérieur.
Aux Stratos d'aujourd'hui et à ceux de demain.*

Préface

En 2019, lorsque Strate, École de Design – Lyon s’est installée dans une ancienne halle industrielle du quartier de la Confluence, le quartier ressemblait davantage à la surface d’une planète isolée qu’à une zone urbaine porteuse. Autour de l’école : des friches, des chantiers à venir, des perspectives incertaines. Une école de design volontairement exposée au vide.

Avec le recul, j’aime à penser que cette école incarne parfaitement ce qu’est la création : se tenir dans l’indéterminé, au bord d’un territoire encore flou, et accepter de ne pas savoir exactement ce qui va pousser là, ni comment, ni avec qui. Aujourd’hui, le quartier est devenu l’un des épicentres du dynamisme lyonnais. Strate, École de Design, elle, est restée fidèle à cet état originel : non pas un lieu figé, mais un grand laboratoire, un bac à sable géant où l’on expérimente, où l’on ose, où l’on construit, teste et itère des formes nouvelles pour participer à la transformation du monde.

C’est la définition du design que nous enseignons à Strate, École de Design – Lyon et que je m’efforce de défendre : une posture généreuse, curieuse, attentive, qui observe, écoute et donne forme. Une posture avant d’être une méthode, qui accepte de se remettre en question à mesure que les contextes sociaux, économiques, culturels et technologiques se transforment.

Fondée sur l’enquête, l’expérimentation, le prototypage et l’itération, cette méthode sait rester en mouvement : pour limiter ses angles morts, s’affranchir de ses biais, se nourrir des écosystèmes qu’elle traverse. Le design n’est pas une simple affaire d’esthétique. Il engage des arbitrages, clarifie des intentions, rend les choix lisibles et discutables. Il assume des responsabilités.

Plus qu’une discipline, le design est aussi un cadre de valeurs et de pensée : une boussole professionnelle et personnelle pour envisager le monde et les êtres qui le peuplent autrement, avec lucidité, empathie et respect. C’est cette exigence-là que nous portons à Strate, École de Design – Lyon.

C’est depuis cette halle industrielle devenue école, que je prends plaisir à observer au quotidien, que j’écris ces lignes. Et c’est dans ce paysage que Fanny Parise est arrivée.

Difficile de la ranger dans une case : anthropologue, chercheuse, consultante, pédagogue, stratège des imaginaires – Fanny Parise est avant tout un électron libre. Une force intellectuelle qui, lorsqu'elle traverse une promotion d'étudiants, laisse rarement les choses en l'état. Pour une école c'est une chance précieuse : elle bouscule les évidences, déplace les regards, installe une tension fertile. Les étudiant-es en ressortent souvent dérangés, toujours déplacés, mais profondément transformés.

À Strate, École de Design – Lyon, Fanny Parise a trouvé un terrain à sa mesure : une école conçue comme un dispositif d'expérimentation à grande échelle. Un lieu où l'ethnographie n'est pas un outil de plus dans une boîte à méthodes, mais un véritable mode d'existence de la pédagogie. Cet ouvrage est directement issu de ces années d'allers-retours entre cours, terrains d'enquête, studios de projet et recherche appliquée. J'en ai suivi la maturation pas à pas, voyant cette approche se préciser, s'affirmer et gagner en puissance, jusqu'à infuser durablement la méthodologie et les projets portés par nos étudiantes et étudiants.

Le livre que vous tenez entre les mains n'est pas un manuel de méthodologie comme les autres.

Il s'ouvre sur un geste fondateur : une scène inaugurale, presque performative, où apparaît « Madame l'Anthropologue ». Puis vient ce que Fanny Parise nomme le Magical Thinking : un principe pédagogique assumé, non pas une pensée magique au sens naïf du terme, mais une manière volontairement décalée d'entrer sur le terrain, en acceptant l'incertitude, l'intuition informée et la surprise, plutôt que l'application mécanique d'une check-list rassurante. Très vite, on comprend que nous ne sommes pas dans la répétition d'un design thinking édulcoré, mais dans la construction d'une autre manière de penser le design : par l'enquête, la controverse et l'exigence scientifique. C'est cette rupture méthodologique que je trouve décisive. Il ne s'agit pas d'ajouter un vernis anthropologique à des méthodes existantes, mais de refonder la posture même du designer.

La première partie pose les fondations de l'ethno-design : une rétrospective critique montrant la manière dont les utopies industrielles, apports anthropologiques et pratiques de terrain ont convergé vers une discipline hybride, où enquêter et concevoir relèvent d'un même geste. Le terrain n'y sert pas à valider une intuition, mais à accepter que le réel transforme la commande. Cette inversion est loin d'être anodine pour celles et ceux qui conçoivent, enseignent ou pilotent des projets.

Le livre entraîne ensuite le lecteur en terra incognita : apprendre à choisir un sujet, repérer les imaginaires qui saturent un brief, identifier une zone de friction, distinguer curiosité superficielle et véritable enjeu de recherche. Fanny Parise y interroge aussi la facilité trompeuse des outils algorithmiques et l'illusion de maîtrise qu'ils produisent, plaidant pour une pédagogie de la lenteur, de la nuance et de la distance critique à l'ère de l'IAG. Un point que je juge essentiel pour la formation contemporaine des designers.

Vient alors le temps de la déconstruction : faire de la bibliographie une cartographie des controverses, transformer des concepts en outils opératoires, accepter l'inconfort intellectuel comme condition d'une pensée rigoureuse et située.

Mais l'un des apports majeurs de ce livre se trouve, à mes yeux, dans les sections consacrées à l'expérimentation et à la composition. C'est là que la pédagogie rejoint pleinement la pratique.

« Laboratoires post-naturels », « machines à foutre le doute », « cabinet de curiosités STRATOS-phérique », « totems critiques » : derrière ces expressions savoureuses se cache une conviction forte, que je partage pleinement avec Fanny Parise. Former des designers utiles à la société suppose moins de leur transmettre des outils que de leur apprendre à fabriquer des terrains, à mettre en scène des situations, à matérialiser des controverses.

Le terrain n'est plus alors un moment périphérique, coincé entre un brief et un brainstorming, mais un véritable espace de production. On y apprend à écouter, observer, cartographier, documenter. On y développe aussi une éthique : respecter la parole recueillie, reconnaître les asymétries de pouvoir, assumer la responsabilité du regard porté sur les autres. C'est précisément cette éthique que nous cherchons à installer durablement à Strate.

Dans les ateliers de Strate, École de Design – Lyon, j'ai vu Fanny Parise orchestrer ces laboratoires grandeur nature. Les étudiant-es devenaient enquêteurs, cartographes, dramaturges du réel. Le bac à sable de l'école se remplissait de cartes, de totems, de journaux d'arbitrage, de jeux de tarot ethnographique bricolés. Peu à peu, les sujets les plus convenus se transformaient en récits d'attachements, de tensions, de mythologies contemporaines. L'ordinaire redevenait étrange, donc à nouveau pensable et transformable. Pour une école, ces bascules sont structurantes. Du point de vue de la stratégie pédagogique, elles redéfinissent durablement ce que signifie former des designers.

La dernière partie prolonge ce mouvement : comment revenir du terrain sans le trahir ? Comment produire des artefacts, des scènes ou des dispositifs qui ne clôturent pas la discussion mais la déplacent ? Fanny Parise y revendique un design « cannibale », capable d'absorber le réel, de le digérer et de le restituer sous une forme à la fois intelligible et dérangeante. Une posture que je considère aujourd'hui indispensable.

Ce livre n'est pas seulement un livre. C'est un manuel de dénormalisation.

Il s'adresse aux designers, aux étudiants, aux chercheurs, aux responsables innovation, à toutes celles et ceux qui sentent que quelque chose ne fonctionne plus dans les récits d'une innovation lisse et d'une créativité sans conséquences. Il propose une autre voie : celle d'un design qui accepte de se confronter au terrain, aux contradictions, aux asymétries de pouvoir et aux imaginaires qui gouvernent nos vies quotidiennes.

En acceptant avec plaisir la proposition de Fanny Parise d'écrire cette préface, je pense aux générations d'étudiantes et d'étudiants qui ont croisé son chemin dans les couloirs de notre halle industrielle devenue école. Beaucoup savent aujourd'hui que leur regard sur le design, sur les briefs, sur les concepts et sur le terrain a durablement changé.

C'est exactement ce que ce livre rend possible à plus grande échelle.

Qu'il soit pour vous un tarot du terrain, un guide d'arpentage, un sismographe lexical, une machine à douter mieux. Qu'il vous donne envie de transformer vos projets en enquêtes et vos enquêtes en leviers de transformation. Qu'il vous rappelle surtout que la création commence souvent dans un terrain vague : un espace inconfortable où l'on accepte de ne pas savoir et de se laisser déplacer.

Bienvenue dans ce bac à sable géant qu'est l'ethno-design selon Fanny Parise. Prenez une pelle, une loupe, un carnet de terrain : pour le reste, faites confiance au terrain.

Paul Colombat
Directeur Strate Lyon

Remerciements

Merci d'abord aux usagers, consommateurs, citoyens et activistes qui, parfois même sans le savoir, m'ont offert un laboratoire grandeur nature de mondes post-naturels pendant toutes ces années. Vous avez prêté vos gestes, vos paroles, vos contradictions : matière brute et vivante de l'ethno-design.

Merci aux étudiants qui jouent le jeu – parfois à fond, parfois à contre-courant – et qui font confiance à la méthode, même quand elle commence par un « vous allez observer... et ne rien faire pendant un moment ».

Ma reconnaissance va aussi à Paul Colombat, directeur de Strate École de Design Lyon, et à Lucas Lorigeon, responsable pédagogique, pour avoir cru dans ma manière (parfois iconoclaste) d'enseigner la méthodologie de la recherche et du mémoire. Merci à mes collègues et à toute l'équipe pédagogique : cette matière grise collective nourrit aussi mes terrains.

Merci à mes consœurs, confrères et « partenaires de crime » en anthropologie, en design et en journalisme, avec qui, depuis des années, on débat, on prototype et on refait le monde – sur de vrais projets, autour d'un verre, ou au fil de collaborations croisées qui ont fait évoluer ma démarche. Je pense notamment à Séverine Enjolras, Loïc Quénault, au réseau Anthropik et à la team Ballad, ainsi qu'aux journalistes Guillaume Ledit, Laure Coromines et Marina Fabre, dont les échanges ont affûté ma vision de la recherche créative et des grands sujets de société.

Mes pensées et mes remerciements vont également aux designers qui ont contribué, parfois de manière tous azimuts, aux recherches d'ethno-design menées au nom du collectif Magical Thinking, agence de recherche que j'ai fondée lorsque j'étais encore étudiante. Plus particulièrement à Manon Ambibard, Hélène Revat-Dontenwill, Louise Laborde, Chloé Cavillon, Éléonore Sala et Max Boulay, qui m'ont aidée à penser une autre voie pour la recherche créative.

Merci également à Managia, plus précisément à Cyril de Sousa Cardoso et à Polaria, pour m'avoir donné un cadre où la recherche créative contemporaine n'est pas un slogan mais une pratique quotidienne.

Un salut respectueux à mes maîtres d'enquête et de terrain : Lionel Obadia et Dominique Desjeux. Vous m'avez appris à voir, à écouter, à douter – et à ne pas confondre vitesse et précipitation intellectuelle.

Merci enfin aux partenaires industriels et de l'innovation qui m'ouvrent leurs portes et acceptent de se laisser observer, questionner, bousculer : ShakeUp Factory, Imprudence L'ADN Studio, Somfy, Chanel, Renault, Sensinnov, BETC, Savencia, N&S, et bien d'autres.

Et surtout... merci aux prochains qui oseront jouer le jeu de l'ethno-design. On vous attend sur le terrain.

Note d'intention

Magical Thinking : sortir une carte du terrain
de sa manche

Magical Thinking¹ est le nom de mon collectif.

L'expression vient d'un paradigme anthropologique : celui de la *pensée magique* comme forme d'efficacité symbolique – cette manière qu'ont les signes, les gestes et les récits d'agir sur le réel.

Mais ici, la *pensée magique* n'est pas seulement un clin d'œil disciplinaire : c'est le principe de cohérence de tout l'ouvrage.

- Comme posture épistémique, elle garantit la rigueur (trace, contre-don, réflexivité).
- Comme grammaire de conception, elle donne des formes aux idées (les cartes) et des règles aux gestes (les rituels).
- Comme dispositif de restitution, elle fait circuler les résultats : du terrain vers les cartes, des cartes vers les prototypes, des prototypes vers un savoir transmissible.

La *pensée magique* articule en continu observer → cadrer → fabriquer → rendre, ce qui fait tenir l'ensemble sans jamais perdre le contact avec le réel.

Le tarot comme outil anthropologique

Le tarot n'est pas seulement un jeu divinatoire : c'est une machine symbolique. Chaque carte y condense une représentation du monde, une tension, une figure d'expérience. Pour l'anthropologue, il fonctionne comme une grammaire visuelle de la pensée humaine : un système d'archétypes, d'associations, de narrations codées qui permet de lire la société à travers ses images.

Sur le plan sémiotique, le tarot est une structure ouverte : un langage de signes qui ne prédit pas, mais met en relation ; il articule la contingence

¹ Traduction en français : pensée magique.

(le tirage) et la signification (l'interprétation). Autrement dit, il ne dit pas l'avenir, il donne du sens à ce qui advient. C'est précisément ce que fait l'ethno-design : il part de ce qui arrive – du quotidien, de la pratique, du sensible – pour produire des lectures, des interprétations et des prototypes.

Pourquoi lui emprunter sa symbolique ?

Parce qu'en design comme en anthropologie, nous travaillons avec des signes qui font agir. Le tarot devient alors une métaphore méthodologique : chaque carte représente une situation de recherche, un protocole d'observation, un acte de conception. Il ne s'agit pas de « jouer », mais de rendre visible la logique symbolique qui sous-tend toute enquête : celle qui transforme un fait ordinaire en hypothèse, une observation en concept, une pratique en savoir.

Ainsi, ce tarot du terrain n'est pas un folklore graphique : c'est un artefact de recherche. Les cartes sont des outils réflexifs : elles posent une contrainte, orientent une observation, déclenchent une expérimentation, et exigent une trace. Elles permettent de penser la recherche comme un système de signes agissants : rigoureux, situé, et transmissible. Ce dispositif est une manière de rendre au terrain ce qu'il m'a appris : un outil clair, activable, partageable – une grammaire visuelle de la recherche-crédation. À la fin de l'ouvrage, vous pourrez fabriquer votre propre tarot, que j'appelle le *Tirage contraint*, adapté à vos contextes, vos doutes et vos terrains. Non pas pour « prédire » mais pour interpréter – et agir autrement.

Les engagements du tarot du terrain

- **Rigueur** – Aucune carte sans trace (verbatim, observation, modèle, photo).
- **Contrainte** – Pas d'idée sans règle : la limite est un moteur.
- **Contre-don** – Toute création rend quelque chose au terrain (savoir, usage, objet, récit).
- **Enchantement méthodique** – La *pensée magique* sert à voir et à faire : elle révèle les affects, les imaginaires et les morales incorporées sans exotiser.

Ce tarot du terrain est un dispositif réflexif. Un espace où l'observation devient interprétation, et où le symbole devient méthode.

C'est un outil pour penser, comparer, détourner, et restituer – autrement.

Bienvenue dans l'univers de l'ethno-design. Ici, on ne « croit » pas à la magie : on l'étudie, on la pratique, et on s'en sert pour penser.

Tarot du Terrain – Journal d'arbitrage

Penser avec des contraintes, pas avec des slogans.

Tirer une carte, faire le rituel, laisser une preuve, questionner l'effet.

La rigueur : pas de carte sans trace.

Les familles du jeu

⊙ **Sorts fondateurs.** Les principes invisibles. Ceux qui ouvrent la voie et obligent à changer de regard. → *Là où tout commence, et parfois se renverse.*

● **Gestes du terrain.** Les actions brutes. Marcher, observer, bricoler, écouter. → *Ce qu'on apprend par les mains avant la tête.*

□ **Systèmes d'analyse.** Les grilles, carnets, schémas et modèles qu'on tord pour comprendre. → *Ce qui donne forme au chaos.*

▲ **Alliances du sensible.** Les relations, les émotions, les micro-rituels du quotidien. → *Ce qu'on ne mesure pas mais qu'on ressent.*

○ **Lames du doute.** Les cartes qui coupent, tranchent, déstabilisent. → *Elles rappellent que toute idée doit être mise à l'épreuve.*

★ **Sorts instables.** Les accidents heureux, les erreurs utiles, les renaissances. → *Quand la contrainte devient révélation.*

∞ **Jokers.** Les cartes imprévues, transversales, qui déplacent le cadre du jeu. Elles suspendent la règle, provoquent le hasard ou ouvrent une piste nouvelle. → *Quand rien ne fonctionne, tirez un Joker : il vous fera voir autrement.*

Le format des cartes : A6, stylo Bic et bleu de travail

Chaque carte du *Tarot du Terrain* est pensée comme une fiche Bristol / carnet de terrain au format A6. Petite, dense, transportable : elle tient dans une poche de jean, un tote bag d'étudiant-e ou un bleu de travail d'usine.

Tout se joue sur le recto : titre de la carte, famille (*Gestes du terrain*, *Lames du doute*, etc.), dessin façon croquis au stylo Bic², et triptyque

² Bic est une marque déposée du groupe Société Bic (France).

RITUEL / TRACE / EFFET. C'est une mini-scène de terrain mise à plat : on comprend en une seconde ce qu'il faut faire, observer, garder.

Le verso reste volontairement nu. C'est l'espace du vrai terrain : là où l'on note un verbatim, un détail de trajet, un croquis de situation, une micro-hypothèse. Une carte sans écriture au dos, c'est un protocole; une carte griffonnée, c'est déjà un morceau d'enquête.

Le bleu qui structure le jeu n'est pas décoratif :

- c'est le bleu de travail des ateliers et des usines, celui des mains qui fabriquent;
- c'est aussi le bleu de Strate École de Design Lyon, l'école où ce tarot a été prototypé.

Chaque carte fait le lien entre le terrain industriel et la salle de cours : un objet A6, cheap, noté au stylo, qui circule entre usine, transports en commun et école de design.

Avant-propos

Je m'appelle « Madame l'Anthropologue » – surnom attribué, il y a quinze ans, par un comité exécutif hilare qui me prenait pour la caution exotique avant de réaliser que j'allais m'incruster pour de bon dans leurs réunions d'innovation.

À vingt ans, j'étais convaincue qu'avec un carnet de terrain et deux pamphlets situationnistes je ferais vaciller les multinationales : il suffisait de décrire leurs coulisses, de lever le voile – *paf*, chute du taux de profit, révolution. J'imaginais l'anthropologie comme un lance-flammes épistémologique ; j'allais vivre de riz complet, dormir dans une ZAD et publier des brûlots sous licence *Creative Commons*.

Spoiler. Au lieu de ça, je me suis littéralement perdue dans le labyrinthe du métro parisien. Une anthropologue ne conduit pas, voyons ; elle anticipe élégamment la mort de la voiture individuelle – pas pour demain, peut-être pour après-demain, mais autant prendre de l'avance. Assise sur un strapontin de la ligne 13, j'observe les gens coincés dans le tunnel quand mon téléphone vibre. Au bout du fil : « On cherche un profil ethno, ça en jette dans un rapport RSE. Salaire correct, tickets-resto, et – promis – on adore la créativité dissidente. » Dissidente subventionnée ? Banco ! Au pire, je piraterai leurs photocopieuses pour imprimer la révolution.

● GESTES DU TERRAIN

Ligne 13 —
Observer en transit.



RITUEL : Carnet dans la poche.
TRACE : Croquis de trajet.
EFFET : Mobilité comme méthode.

Cette trajectoire est, somme toute, banale dans la « communauté innovation » : beaucoup s'imaginent qu'ils pirateront le système de l'intérieur, quand la réalité ressemble plutôt à un compromis permanent entre idéaux grandioses et échéances EDF. Les entreprises prêchent le *change the world* pendant que les tableurs exigent le *margin first*. Mes étudiants – apprentis anthropologues qui s'ignorent, mais surtout futurs designers – connaissent la même dissonance : beaucoup d'entre eux rêvent d'objets qui sauvent la planète mais se retrouvent à plancher sur le futur du rasoir jetable. Et c'est précisément ce paradoxe qui devient intéressant : la tension ouvre des failles, des interstices où quelque chose peut vraiment bouger.

J'ai arpenté les open-spaces d'industriels qui jurent qu'ils vont « changer le monde » à coups de capteurs Bluetooth, j'ai vidé des litres de mauvais café dans des labos R&D coulés dans le formica, et j'ai compris que l'on peut se perdre sur un brief comme on se perd dans le métro : en croyant aller tout droit.

De ces errances *corporate*, j'ai tiré une méthodologie bricolée puis affinée – un peu comme on affine un miso : doucement, en laissant les microbes faire le travail. Cette méthode, je l'ai baptisée « ethno-design » par provocation et par fidélité à mes terrains. Elle consiste à greffer l'ethnographie la plus rustique (ouvrir les placards, flairer les poubelles, écouter les silences) sur le design industriel le plus pressé (Gantt, ROI, release). Contre toute attente, ça fonctionne plutôt bien : les prototypes arrêtent parfois de mentir et les PowerPoint apprennent à rougir.

Depuis 2020, j'enseigne cette approche à Strate École de Design Lyon. Le campus, baigné de lumière et presque sans cloisons, accueille les étudiants, les chiens³ et les carnets de terrain avec la même bienveillance. Le lit-mezzanine sert de refuge pour penser, et les Salomon⁴, Veja⁵ et

3 Nachos, le chien de chasse du directeur de Strate, École de Design Lyon, est un personnage à part entière : on le croise en permanence à l'école, parmi les étudiants et les équipes pédagogiques. Socquette, le chien du chargé de la planification pédagogique, patrouille entre salles et open-spaces : gardien officieux des agendas, mascotte anti-burnout et déclencheur de micro-rituels (pauses, salutations, caresses) qui huilent la vie de l'école.

4 Héritage alpin/Annecy, chaussures de trail devenues signe gorpcore (tech-outdoor qui infiltre la ville). Les modèles XT-4/XT-6 s'affichent comme uniforme discret des studios : utilitaire, endurant, « terrain ». Indice social : on revendique une attention aux matériaux et à la fonction plus qu'au logo – un *utility chic* compatible atelier/résine.

5 Sneaker éco-consciente (filières visibles, coton bio, caoutchouc sauvage), esthétique minimaliste. Signal d'éthique affichée plutôt que de hype : *quiet sustainability* (l'alter ego durable du *quiet luxury*). En école, ça code « valeurs + sobriété » : tote bag, denim brut, et discussion supply chain entre deux maquettes.

Air Max⁶ côtoient les vestes d'atelier tachées de résine. Ici, tout le monde fabrique, raconte, bricole. C'est très anthropo-friendly.

Au sein de cette école, l'ethno-design sert de fil rouge aux mémoires de recherche de nos étudiants en design industriel et structure leurs projets de diplôme : pas de planche tendance sans cahier de terrain, pas de rendu 3D sans cartographie des contraintes sociales, pas de storytelling sans audit des imaginaires.

Je fais même le pari que la bascule viendra de ces zones hybrides – écoles privées, hacklabs, fablabs pédagogiques – plutôt que des amphithéâtres universitaires traditionnels. J'entends déjà les gardiens du temple anthropo me classer « hérétique » ; soit. L'essentiel est ailleurs : nous maintenons une enclave où l'esprit critique n'a pas (encore) été mis sous franchise. Si l'innovation doit un jour apprendre à douter d'elle-même, la première fissure naîtra sans doute ici – ou dans une école sœur qui partage le même grain de sable dans l'engrenage.

Si vous lisez ces pages, c'est sans doute que vous soupçonnez – comme moi – qu'il n'y a plus beaucoup de temps pour bricoler un futur habitable, et que cette tâche ne peut pas rester l'affaire des seuls designers gourous ou des seuls anthropologues grincheux. La transition exigera une alliance ouverte, accessible, et largement collective.

Je vous propose donc cette méthode, non comme une formule occulte, mais comme une grammaire commune :

- pour observer sans folkloriser ;
- pour concevoir sans solutionnisme ;
- et pour négocier, artefact après artefact, la cohabitation de mondes qui refusent de tenir ensemble.

Prenez-la, testez-la, détournez-la ; revenez-y quand le prototype se mettra à boiter. L'ethno-design n'a rien d'un passe-partout magique ; c'est un pied-de-biche épistémologique. Car, pour forcer les portes du système et les ouvrir sur un horizon un peu moins étroit, un pied-de-biche vaut mieux qu'une baguette.

6 Icône streetwear (bulle d'air visible, 1987) revenue avec la vague newstalgia 90s/Y2K. Mix performance pop et confort ; références rap/rave. Dans l'atelier, ça signale une culture grand public assumée qui cohabite avec l'outillage – passerelle entre imaginaires populaires et prototypage.

Introduction

Penser comme un-e anthropologue, agir comme un-e designer et innover comme un-e anarchiste : trois gestes pour infiltrer le système et le faire dérailler, ne serait-ce qu'un instant.

Trois postures, trois armes, trois façons de fissurer les évidences.

L'anthropologue observe, décode, relie les gestes aux mythes et les usages aux structures invisibles⁷. Le designer matérialise ces éclats de sens, les transforme en objets, services ou expériences qui bousculent. L'anarchiste, lui, ne prêche pas le désordre gratuit : il refuse les hiérarchies imposées, contourne les dominations invisibles et imagine des systèmes horizontaux où la coopération se substitue au contrôle⁸.

C'est dans cet esprit que s'inscrit cet ouvrage. Et pour comprendre ce que cela implique, rien de mieux que de revenir là où tout a commencé.

LE BAPTÊME : scène façon Barbie – Naître « Madame l'Anthropologue »

Imaginez un aquarium XXL au 21^e étage d'une tour de La Défense, à Paris – mais qui pourrait tout aussi bien se trouver à Londres ou dans n'importe quelle grande capitale occidentale : parois vitrées, moquette gris requin, lumière bleue clinique. Au centre, une table ovale si brillante qu'on pourrait y faire des coloscopies de miroirs. Autour, la tribu des costards sombre :

- Didier, directeur Supply, cravate bleu pétrole parfaitement centrée sur un ventre de logisticien rassuré par les prévisions SAP.

7 Par « structures invisibles », on entend l'armature qui oriente les conduites sans se dire : habitus et champs (Bourdieu, *La Distinction*, 1979) ; régimes d'énonciation et dispositifs (Foucault, *L'Ordre du discours*, 1971) ; ordres symboliques (Douglas, *Purity and Danger*, 1966) ; associations humains/non-humains (Latour, *Changer de société. Refaire de la sociologie*, 2006). Ces cadres, repérés au terrain, permettent de relier gestes, récits et infrastructures – autrement dit, d'objectiver « ce qui fait tenir » les usages.

8 « Innover comme un-e anarchiste » ne renvoie pas au chaos, mais à une éthique de l'organisation : décisions distribuées, entraide, refus des hiérarchies imposées, et dispositifs qui rendent la coopération plus probable que le contrôle. Repères : Graeber, *Fragments of an Anarchist Anthropology* (2004) ; Papanek, *Design for the Real World* (1971) ; Escobar, *Designs for the Pluriverse* (2018) ; Haraway, *Staying with the Trouble* (2016).

Penser comme
un·e *anthropologue*,
agir comme
un·e *designer*
et **innover** comme
un·e *anarchiste*.

Introduction

- Gérard, VP Ops, cou large, Rolex qui clignote à chaque mouvement : on jurerait qu'il synchronise l'écoulement du temps à son cash-flow.
- Jean-Michel, gourou Lean Six Sigma, chemise blanche amidonnée au fer nucléaire ; il tient un feutre comme un sabre laser.

On entame le tour de table. Chacun présente sa diapositive comme on brandirait un trophée à la foire aux bestiaux : « augmentation de l'OEE de trois points », « synergie poste-usinage », « pilotage capacitaire sous contrainte ». La salle hoche la tête en cadence. Puis vient mon moment.

Didier se racle la gorge ; on perçoit les relents d'ego dans les volutes d'expresso brûlé :

– « Alors... euh... Madame... l'Anthropologue ? Vous pouvez peut-être nous dire où en est... votre... petit terrain ? »

Le « Madame » traîne, appuyé d'un sourire carnassier ; l'« Anthropologue » s'étire comme un chewing-gum qu'on n'oserait pas jeter sous la table. Dans sa bouche, le mot ressemble à un bibelot artisanal ramené d'aéroport et qu'on place sur l'étagère « divers ».

Instant de lucidité : je me retrouve soudain dans le remake corporate de la scène de *Barbie* – celle où « Barbie stéréotypée »⁹ se heurte au board Mattel, un bataillon de quinquas qui se congratulent d'avoir « pensé l'émancipation féminine » pendant que la principale intéressée sert de décor, et doit « entrer dans sa boîte » (aka « entrer dans le moule »). Ici, c'est pareil : l'innovation est mijotée par une caste de stratèges hors-sol – le genre à confondre « terrain » et « data lake », à parler d'« insight consommateur » sans jamais faire leurs courses eux-mêmes, et surtout à ne pas vouloir comprendre ce réel qui désorganiserait leur roadmap.

Me voilà donc Barbie en Air Jordan 1 *Brooklyn*¹⁰, carnet Moleskine¹¹ à la main, face à une ribambelle de Ken en costard gris persuadés de tenir le kit complet pour sauver la planète – emballage recyclable en option. Ils élaborent un plan

9 Référence explicite au film *Barbie* (réal. Greta Gerwig, prod. Warner Bros., 2023).

10 Sneaker-statement mêlant héritage NBA (mythe Jordan), streetwear et luxe accessible : elle signale à la fois capital culturel/subculturel (maîtrise des codes, scènes urbaines), distinction (édition et colorway identifiables) et participation au marché de la rareté (drops, raffles, revente). Anthropologiquement, c'est un marqueur d'appartenance et un objet-conversation : on affiche un récit (sport/hip-hop), une éthique de l'usage (confort, performance quotidienne) et une position dans l'économie des signes de la société capitaliste.

11 Pour l'anthropologue, le Moleskine sert d'appareil d'inscription (verbatim, croquis, horodagage, index) et de chaîne de preuve portable. Mais son aura relève d'un storytelling marketing : la marque a reconstruit un héritage d'« artistes voyageurs » (Hemingway, Picasso, Chatwin) pour vendre un mythe d'auteur, alors que cette filiation est largement apocryphe et issue d'une relance commerciale des années 1990 (voir « *Le Moleskine d'Hemingway, ou la magie du marketing* », *Rue89 / Nouvel Obs*, 28 mars 2009).

© SORTS FONDATEURS

Le Baptême Barbie —
naître "*Madame l'Anthropologue*"



RITUEL : Assumer la mise en scène de soi.
TRACE : Autoportrait de posture + note de biais.
EFFET : Entrée de jeu située.

Image générée par IA — à des fins de recherche scientifique et pédagogique.
Référence descriptive à la marque Barbie, sans affiliation ni usage commercial.

marketing pour un produit qu'ils n'utiliseront jamais, tout en ironisant sur la «voix de l'utilisateur» (c'est-à-dire moi). Je hoche poliment la tête quand l'un d'eux digresse dix minutes sur «la puissance émotionnelle d'une Porsche rouge¹²», comme Barbie feint l'admiration devant la guitare de Ken : *oui, bien sûr, la virilité carburant Super 98, quelle révélation...*

Mais, comme dans le film, la révolution gronde toujours du côté de celles et ceux qu'on ne compte pas : l'assistante qui connaît les vraies galères logistiques, le junior UX qui a compris que «durable» rime avec «réparable», la stagiaire qui ose demander pourquoi on appelle encore cela «l'innovation» quand personne ne veut entendre le début d'un retour d'usage. C'est de là – jamais de la tribune des experts Porsche – que jailliront les fissures capables d'engloutir la mascarade.

Je souris (réflexe de primate pacificateur), je note (réflexe de chercheuse sous matcha latte) et je survis. Ma réplique se limite à deux phrases polies, saupoudrées d'un *habitus* ici, d'une *ontologie* là. Immédiatement, la table acquiesce : «Intéressant!». En langage comex, cela signifie : «C'est abscons, donc disruptif, donc sûrement bon pour la slide de clôture.»

Panoplie, mode d'emploi : s'assumer pour enquêter

En réaction, je me suis aussi construite comme un produit – et un miroir – de mon époque : femme cisgenre, diplômée, anthropologue de milieux industriels (ni Amazonie ni banlieue), assumant parfois le cliché «Rolex en terrain hostile» pour forcer le trait ; et j'ai empilé des totems : MacBook Air rose sous le bras, tote bag collab Longchamp × Constantin Riant à l'épaule et café filtre «third wave» à la main comme boisson rituelle pour me rendre plus créative.

J'alterne coolisme¹³ (curation de signes, drops et collabs) et esthétique de la lose¹⁴ (autodérision, ratés documentés, inconfort assumé). Panoplie, oui – mais aussi instrument de mesure : une manière d'entrer, de faire parler les codes... puis de les retourner.

¹² *Ibid.*

¹³ Terme d'usage pour décrire la curation visible de signes «cool» (drops, collabs, limited, playlists, feed) comme capital de distinction à faible intensité : on collectionne des marques d'attitude plus que des statuts (proche des notions de «capital sous-culturel» chez Sarah Thornton et de l'«esprit du capitalisme» flexible décrit par Boltanski & Chiapello).

¹⁴ Autodérision assumée et mise en scène de l'échec (ratés documentés, bricolage, maladresse) comme contre-stylistique au coolisme : baisser les armes symboliques pour créer de la proximité, détourner la norme de performance et ouvrir la parole (héritages «fail culture», humour absurde, anti-branding).

J'assume mon ancrage dans les classes créatives¹⁵. C'est depuis cet endroit situé, le mien, que j'enquête; eh oui, je travaille d'abord sur les gens de mon milieu (pro comme perso). Non pour m'auto-absoudre, mais pour légitimer des critiques bienveillantes et exigeantes : l'Autre, ici, c'est d'abord soi-même. «Madame l'Anthropologue» est une mise en scène, une figure publique; ce n'est pas un masque vide : c'est réellement moi, au-delà du métier.

S'habiller « lisible », c'est payer son droit d'entrée : on gagne du temps sur la négociation initiale, on signale d'emblée une appartenance – ou, plus exactement, la version de soi que l'on accepte de jouer pour que la conversation s'ouvre. J'assume cet ethos et je tiens mes biais en laisse : je performe une identité (Pierre Bourdieu n'est jamais loin¹⁶), mais je documente tout – scènes sourcées, cas négatifs, renoncements actés. La panoplie n'est pas un camouflage, c'est un protocole.

Car les objets, en contexte d'innovation industrielle, marquent autant qu'ils ouvrent. J'emploie totems et stéréotypes (codes vestimentaires, références culturelles, rituels pro) comme outils d'analyse, et parfois comme leurres, pour faire affleurer ce que notre tribu préfère taire : luxe contre populaire, technique contre rituel, « bon goût » contre usages. Penser comme une anthropologue, agir comme une designer, innover comme une anarchiste, c'est aussi jouer de ses propres signes et en laisser une trace auditée. Étudier son monde implique l'inconfort : reconnaître ses privilèges, cartographier ses angles morts, transformer l'auto-ironie en méthode.

Règle d'or : j'assume la panoplie et j'en publie la méthode. Pas de stéréotype sans protocole. On observe, on fabrique, on se met en jeu – et l'on rend des comptes à celles et ceux dont on partage les habitudes, les contradictions et les désirs.

15 Référence au concept popularisé par Richard Florida (travailleurs de la connaissance, tech, culture, design) et à ses effets spatiaux (polarisation, gentrification). Ici, employé au sens situé : milieu professionnel urbain où circulent codes, réseaux et totems de créativité.

16 Rappel de l'*habitus* (dispositions incorporées) et des capitaux (économique, social, culturel, symbolique) : « performer une identité » n'est pas un masque improvisé mais un jeu réglé de positions et de signes (voir *La Distinction* et travaux connexes).

© SORTS FONDATEURS

Panoplie, mode d'emploi —
constituer son kit de terrain



RITUEL : Lister ses outils et leurs pouvoirs magiques.

TRACE : Photo + légende symbolique.

EFFET : Accès accéléré au terrain par ritualisation.

Twist scénaristique : quand la crise devient hotline stratégique

Puis vinrent, en rafale, un bad buzz environnemental, une chaîne logistique grippée, une IA raciste, et la découverte qu'un CFO¹⁷ peut, lui aussi, perdre le sommeil. Panique : il faut « comprendre les humains », « penser systémique », « donner du sens ». Soudain, le label *anthropologie* a l'éclat d'un NFT en 2021 : incompris mais potentiellement salvateur.

On ne m'appelle plus pour « enrichir le storytelling » ; on me convoque *avant* les décisions stratégiques. Mes questions-tampons (« À qui profite la fonctionnalité ? », « Quel imaginaire exportons-nous ? ») deviennent check-points obligatoires. Dans l'organigramme, un trait fléché relie désormais le comex à... moi. Madame l'Anthropologue n'est plus un quiproquo ou une mauvaise blague : c'est officiellement mon nom de scène.

Aujourd'hui, les mêmes directeurs me réclament un « insight anthro » en entrée de comité, avant même le bilan EBITDA¹⁸. Pourquoi ? Parce que j'ai compris qu'une anecdote bien sentie sur l'absurde est plus redoutable qu'une diapo Gartner¹⁹.

EXEMPLE 1 : l'enterrement de l'aspirateur-robot. Un mardi pluvieux, je me retrouve dans un pavillon semi-urbain pour une enquête sur l'attachement aux « assistants domestiques ». La famille enterre solennellement son Roomba HS dans le potager, entre un plant de tomates et un nain de jardin. Louange funèbre, bougie, playlist Spotify « Sad Piano ». Je rapporte la scène (émoticons inclus) au comex : choc existentiel. Le patron R&D conclut : « Nous devons prévoir un cérémonial d'adieu dans la notice. » *Bingo* : on m'a crue²⁰.

17 CFO (Chief Financial Officer), cadre dirigeant spécialisé dans la gestion financière d'une entreprise, responsable de la stratégie budgétaire, de la trésorerie et des rapports financiers.

18 EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization), indicateur anglo-saxon mesurant la capacité d'une entreprise à générer un résultat opérationnel avant charges financières, fiscales et dotations aux amortissements, souvent utilisé pour évaluer la performance courante indépendamment de la structure de capital.

19 Gartner, Inc., société d'analyse et de conseil américaine, fondée en 1979, réputée pour ses études de marché, ses « Magic Quadrants » et ses rapports prospectifs sur les technologies de l'information et l'innovation.

20 Ce n'est pas une blague. Des cérémonies funéraires pour robots aspirateurs existent : au Japon (prières, lettres d'adieu, temples bouddhistes : *BFMTV*, « Prières et lettres d'adieu : des Japonais organisent des funérailles pour leur aspirateur Roomba », 13 juin 2024) et, plus discrètement, en France, où nous les documentons dans le cadre de la chaire Managia : adieux écrits, dépôts « ritualisés » en déchetterie, conservation de pièces, etc. Dès le milieu des années 2010, constatant que les utilisateurs-rices donnaient un prénom à leur appareil, plusieurs marques ont intégré un « baptême » à l'unboxing et à la première mise en service, transformant l'achat en rite d'attachement.

Introduction

Ce type de scène ouvre une porte : quand ce qui peut sembler pour certains absurde est pris au sérieux, on peut tester *par la fiction* ce que la réalité n'autorise pas encore.

L'une des manières d'augmenter ce type d'observation est de pratiquer l'ethno-fiction²¹ à partir d'un *vrai terrain* : on part des faits observés, on les décale d'un cran pour en révéler la logique culturelle. C'est ce que je fais avec Dusty : le robot devient personnage, le deuil un rituel, la publicité une archive. Ce n'est pas une histoire inventée, mais une hypothèse sensible sur ce que nos objets font à nos vies.

→ **Voir carte** : « Dusty, légende domestique (2032) ».

EXEMPLE 2 : les « végétariens » au poulet quotidien. Focus-group chez un géant du fast-food. Deux participantes se proclament « veggie life » mais dévorent des nuggets sans ciller. Motif : « Le poulet ? Ce n'est pas vraiment de la viande, c'est un peu con comme animal. » Sur le moment, je baptise le phénomène carno-végétarisme pragmatique. Mais, en débrief, je pousse plus loin : on n'assiste pas à une réduction carnée, on voit surgir un nouveau cadre normatif qui reclasse les bêtes. D'un côté, les animaux mignons – vaches qui ruminent lentement, cochons au regard quasi humain – et de l'autre, les « commodités à plumes » jugées assez interchangeables pour échapper au statut de viande.

En débrief, je transforme le constat en cadre : il ne s'agit pas d'une baisse de consommation, mais d'un reclassement des bêtes. J'appelle ça la théorie des animaux mignons²² : l'assiette se règle sur l'affect. Silence perplexe, puis panique constructive – l'équipe marketing questionne en urgence sa cible « flexitarienne ».

Pour tester les limites, je pousse l'hypothèse jusqu'au bout en la jouant en film... Playmobil^{®23}. Le jeu devient un amortisseur moral. Imaginons un monde où les animaux ont des droits subjectifs et où l'on ne consomme plus que des vies complètes – vieux troupeaux morts de vieillesse, compagnons domestiques décédés, bêtes percutées et veillées au bord de la route. Dans ce cadre, manger devient un acte d'assomption : on ingère l'histoire d'un être aimé. C'est le scénario Minette : chatte de 14 ans, morte paisiblement, collectée par la

21 Ethno-fiction : anthropologie par la fiction ; on part d'un matériau réel (observations, entretiens, objets) pour en proposer un récit spéculatif qui éclaire les effets sociaux et symboliques des technologies.

22 Fanny Parise, anthropologue française, *Les Enfants gâtés. Anthropologie du mythe du capitalisme responsable*. Paris : Payot, 2022.

23 PLAYMOBIL® est une marque déposée, qui n'a ni sponsorisé ni autorisé ni approuvé ce travail.

Dusty, légende domestique (2032)

Il a nettoyé, puis il a habité.

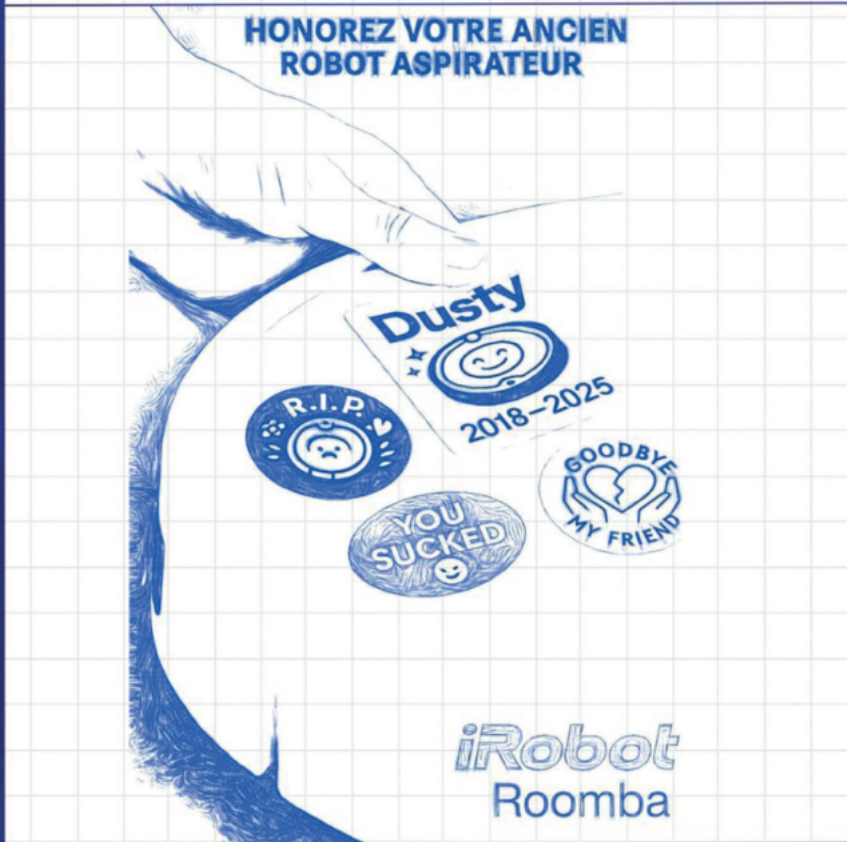
Quand il s'est éteint, la maison a retenu son souffle. On a allumé une bougie, lancé Sad Piano, et appelé le nouveau modèle Dusty II, sans jamais prononcer le « deux ».

Le bruit blanc a remplacé la prière.

Le deuil industriel est devenu une économie. *Et cette économie, une culture.*

© SORTS FONDATEURS

Dusty —
culte domestique de la machine



RITUEL : Documenter ton attachement à un robot.

TRACE : Photo d'autel + récit d'usage.

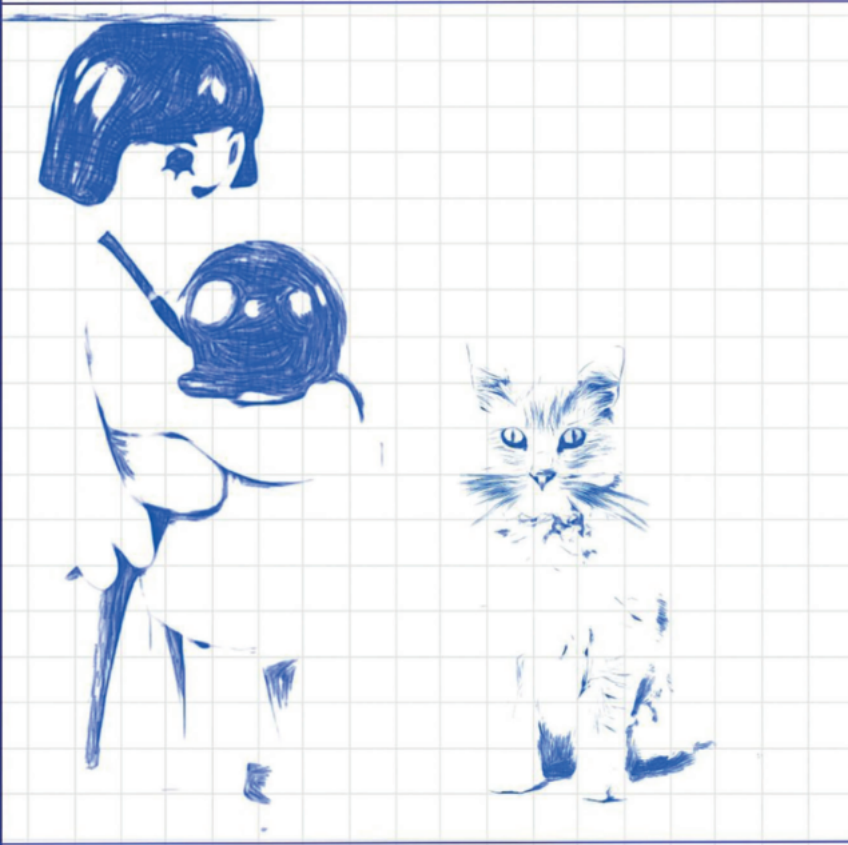
EFFET : Rituel de deuil technologique.

Manger Minette (2040)

Cuisine en Playmobil. La chatte grise s'endort : on accompagne, on ne tue plus. Formulaire tamponné : « Transformation domestique / consommation rituelle ». L'écran dit : « Manger, c'est honorer. » Les enfants apprennent la recette du deuil. Tout est traçable, propre, pédagogique. **Le deuil devient un produit.** *Le futur de la viande : l'amour digéré.*

© SORTS FONDATEURS

Manger Minette —
digérer l'éthique



RITUEL : Écrire une fiction où un tabou devient ressource.

TRACE : Storyboard.

EFFET : Déplacement moral assumé.

Mutuelle Animale Universelle, transformée en *part de reconnaissance* et partagée en famille²⁴.

→ Déployé dans une ethno-fiction et synthétisé dans la carte « Manger Minette (2040) ».

Enterrer Dusty ou manger Minette, c'est le même geste appliqué à deux matières : mettre en scène nos attachements pour pouvoir les regarder en face. Dans le premier cas, on prête une présence à la machine et on lui offre des funérailles ; dans le second, l'éthique comestible transforme un animal aimé en *part de reconnaissance* plutôt qu'en produit anonyme. La maison devient alors un laboratoire moral où propreté et repas servent de rituels de gestion de la culpabilité contemporaine.

C'est exactement ainsi que je me fais une place en industrie : je n'apporte pas « des idées », j'apporte des situations – un adieu, un partage – qui obligent les équipes à décider ce qu'elles veulent vraiment vendre : des produits, des fonctionnalités ou des formes de lien.

Résultat : mes anecdotes et mes réflexions virent en textes sacrés internes. Personne ne sait vraiment quoi en faire, mais ces textes questionnent. Mieux : ils foutent le bordel.

Copinage stratégique avec les designers

Mais j'ai compris une chose : en contexte industriel, la parole seule ne soulève pas les machines. Il faut des artefacts-électrochocs, des objets saturés d'ambiguïté qui restent coincés dans la gorge des slides. Là réside la vraie puissance de l'ethno-design : matérialiser les contradictions pour que « changer le monde » cesse d'être un slogan et devienne une obligation comptable.

J'entends ici contexte industriel dans son acception la plus large : l'industrie de la santé, de l'agroalimentaire, de l'automobile, mais aussi les grands systèmes normatifs, les cultures d'ingénierie, les chaînes de valeur. Et ce que l'on appelle *design* dans ce cadre ne se limite pas à l'objet : il s'incarne dans un design global – produit, interface, interaction, espace, mobilité, service, identité, langage, organisation. C'est là

24 À l'origine, ce scénario a été tourné en court film d'ethno-fiction avec des figurines PLAY-MOBIL® : une mise en scène volontairement naïve où les personnages racontent une nouvelle manière de consommer la viande (*part de reconnaissance*), afin d'en faire sentir la charge émotionnelle et la situation rituelle. Ce prototype narratif a ensuite été condensé en carte dans le *Tarot du Terrain* pour servir d'outil de discussion et de conception.

Mode d'emploi de la recherche créative contemporaine

Ce n'est pas une méthode de plus, mais une nouvelle façon de penser et d'agir. Entre observation et création, l'ethno-design transforme les contradictions du terrain en outils d'innovation concrets.

Assez des Post-it® et des slogans creux ? Ici, on fabrique des preuves, des artefacts, des protocoles. Découvrez le Tarot du Terrain, un jeu de cartes qui guide l'enquête, stimule la créativité et déclenche des prototypes.

Penser comme un.e anthropologue, agir comme un.e designer et innover comme un.e anarchiste : ce livre vous apprend à questionner votre milieu, à révéler ses angles morts et à inventer des solutions qui comptent. Étudiants, designers, chercheurs, acteurs publics, artistes... ce guide est pour vous.

Ni manuel miracle ni manifeste : c'est un mode d'emploi pour innover autrement — et rendre la vie plus belle, plus simple, plus juste... sans cesser de la questionner.

Fanny Parise, alias *Madame l'Anthropologue*, est docteure en anthropologie. Co-directrice de la chaire de recherche et d'enseignement Managia, enseignante à Strate École de Design Lyon et chercheuse associée à l'ILTP (Université de Lausanne), elle explore les modes de vie contemporains à l'ère des technologies.

Autrice de *Les enfants gâtés* et *No Carbon* (Payot), elle a forgé l'ethno-design, une pratique qui transforme des scènes de terrain en décisions de conception. Fondatrice de l'agence de recherche créative Magical Thinking, elle signe aussi les séries de podcasts *Madame l'Anthropologue*.

23,90 €
ISBN : 978-2-8073-7271-9



www.deboecksuperieur.com