

## L'orange

L'orange est constituée par une série de containers modulés en forme de quartiers disposés circulairement autour d'un axe central sur lequel chaque quartier appuie par son arête rectiligne, tandis que toutes les arêtes courbes tournées vers l'extérieur proposent comme forme globale une sorte de sphère.

L'ensemble de ces quartiers est recueilli dans un emballage très caractérisé tant sur le plan de la matière que sur celui de la couleur : assez dur sur la surface extérieure et revêtu d'un rembourrage souple intérieurement qui sert de protection entre l'extérieur et l'ensemble des containers. Le matériau est partout de même nature mais se différencie opportunément au niveau de la fonction. Chaque container est à son tour constitué par une pellicule plastique nécessaire pour contenir le jus et facilement détachable de l'ensemble. Chaque quartier est maintenu par un très faible adhésif. L'emballage selon l'habitude actuelle n'est pas à rendre au fabricant et peut être jeté. Chaque quartier épouse exactement la forme de la dentition humaine, ce qui fait qu'une fois sorti de l'emballage on peut l'appuyer entre les dents et en extraire le jus par une légère pression.

D'habitude les quartiers contiennent en plus du jus une petite graine de la plante qui a produit le fruit. Un petit cadeau que la production offre au consommateur pour le cas où celui-ci désirerait avoir une production personnelle de ces objets. Il faut remarquer le désintéret économique d'une telle idée, et par contre le lien psychologique qui s'établit ainsi entre le consommateur et la production. Personne ou en tous cas très peu de gens commenceront alors à semer des orangers, mais l'offre de ce cadeau hautement altruiste, l'idée de pouvoir le faire, libère le consommateur du complexe de castration et établit un rapport de confiance autonome et réciproque.

L'orange est donc un objet presque parfait où l'on retrouve l'absolue cohérence entre la forme, la fonction et la consommation. Seule concession décorative si l'on peut dire : la recherche de la matière à la surface de l'emballage, traitée en "épluchure d'orange", peut-être pour rappeler la pulpe à l'intérieur des containers. De toute façon, c'est un minimum de décoration parfaitement justifié, il faut bien le reconnaître.

Bruno Munari

In *Good Design*, coraini editore, 1963

## Le petit pois

Des pilules alimentaires de différents diamètres, emballées dans un étui bivalve, de forme, de couleurs et de matière très élégantes, translucide et facile à ouvrir.

L'étui, tout comme le produit même, ainsi que l'adhésif viennent tous du même centre de production. Par conséquent, il ne s'agit pas de différentes méthodes de travail sur chacun des matériaux assemblés ensuite dans une ultime phase de finition, mais d'un programme de travail très précis qui est certainement le fruit d'un travail d'équipe hautement qualifié. Cet objet est monochrome, avec cependant quelques variations de tons sensibles qui lui donnent une allure légèrement sophistiquée, ce qui est très apprécié, même par ces consommateurs dont les goûts sont les plus éloignés de la culture actuelle. Cette couleur est le vert – un certain vert très connu sous le nom vulgaire de « vert petit pois ». Cette couleur fût bien choisie, dès le début de la production, et n'a pas évolué jusqu'à aujourd'hui. Cette couleur a déterminé les influences chromatiques dans la mode et la décoration d'intérieur des années 1920, et 1930.

La forme des pilules est relativement normale, même si l'on s'est préoccupé d'en varier le diamètre. Ce qui, en revanche, lui donne son originalité et en même temps la simplicité de sa conception est son étui : sa structure prend forme en deux éléments égaux et symétriques, comme ce qui se pratique aujourd'hui dans le dessin de tout objet pour des raisons d'économie productive, ils sont suffisamment concaves pour contenir les pilules dont la forme, le nombre et la disposition s'adaptent parfaitement à cet étui. Les deux moitiés sont unies, et parfaitement associées par un adhésif qui possède une double fonction – en tant que fermeture éclair sur le côté court, et comme simple colle sur côté le plus long. En prenant l'étui comme s'il s'agissait d'un couteau, entre l'index et le pouce, en le pinçant légèrement entre les ongles, l'étui s'ouvre d'un coup et montre les pilules, toutes bien alignées en ordre de grandeur. Les pilules pourraient tomber par terre, s'il n'y avait pas un filet de colle qui les maintenait en place, de manière à pouvoir les détacher lorsqu'on le souhaite simplement par le bout du doigt.

Une des caractéristiques typiques de cette production est la variation des séries. Le problème qui a été longuement discuté à de nombreux congrès internationaux des designers : doit-on concevoir un objet de grande production en tenant compte des goûts du public et proposer des variations possibles du modèle afin d'augmenter les ventes et satisfaire un plus grand nombre de clients ? Dans le cas de la production de petits pois, on rencontre peut-être une variété

excessive : même en conservant rigoureusement la forme et la couleur, il est possible de trouver dans le commerce des emballages d'un nombre de pilules variant de 10, 9, 8,... jusqu'à une seule pilule par étui. Une variation excessive, et en un certain sens un certain gaspillage. Après tout, qui souhaite acheter un seul petit pois, et encore le voudrait dans son propre emballage individuel ? Et pourtant, depuis des milliers d'années cet objet continue de se produire ainsi. Le consommateur ne remarque pas ces détails. Il est probable, que cette variation excessive soit le résultat d'une erreur d'étude de marché, sûrement proposée avant de décider une telle énorme production, et reste d'actualité encore aujourd'hui par négligence administrative. Ici également, nulle concession stylistique n'a été faite pour le goût désuet des canons classiques ou modernes des dernières tendances artistiques, nulle complaisance sculpturale, aucun anthropomorphisme facile, mais de belles proportions dans le jeu dosé des dimensions entre les parties singulières. L'objet s'inscrit avec honneur dans la tradition technologique de production qui a été calculée avec une extrême rigueur, mais non pas sans une certaine chaleur humaine et sociale, voir même avec un soupçon d'humour.

Bruno Munari

In *Good Design*, coraini editore, 1963

Une conception rationnelle de la fonction sociale du design industriel ne peut que renier cette forme de production, malheureusement très répandue, de ces objets qui n'ont absolument aucune utilité pour l'homme.

Ces objets sont le résultat d'un ensemble d'hypothèses dont les finalités s'orientent uniquement vers le sens le plus banal de la décoration, sont gratuits et injustifiés, même si quelques fois, ils sont formellement cohérents. Chacun sait pourtant la cohérence formelle, à elle seule ne suffit pas à justifier les objets produits sans faire au préalable l'analyse des possibilités du marché, et même favorise une dynamique sociale de type émulative, au lieu de susciter un intérêt direct pour le produit qualifié.

Un de ces objets est la rose. C'est un objet produit à très grande échelle (production en vérité chaotique et désordonnée, dans laquelle tout sens de l'économie a été ignoré) formellement cohérent et de couleur agréable, avec des canaux d'irrigation diffusant la lymphe qui sont calculés et distribués avec une excessive précision, même aux endroits que l'on ne voit pas. Le système nerveux s'observe dans la coupe d'une feuille. Les pétales ont une courbure élégante qui rappelle celles de Pininfarina, tandis que le calice évoque la ligne de Venini en 1935, cependant la clarté de l'arrangement des feuilles et leur organisation rationnelle le long de la tige ne sont pas des éléments suffisamment intéressants pour le qualifier d'objet dont l'usage est étendu.

Comment un consommateur dont les goûts ne sont pas encore définis peut-il apprécier un tel objet ? Et quelle est la raison de ces épines ? Peut-être donnent-elles une certaine touche de suspens, ou alors, est-ce pour marquer le contraste entre la douceur du parfum et l'agressivité de ces griffes ? Dans ce cas, un tel contraste ne peut être apprécié des classes de consommateurs aux goûts non qualifiés.

C'est donc un objet inutile pour l'homme. Un objet fait uniquement pour le regard, et tout au mieux, pour l'odorat, un objet qui tout simplement, ne peut pas se justifier. Un objet qui invite le travailleur à rêvasser, un objet qui peut presque être qualifié d'immoral.

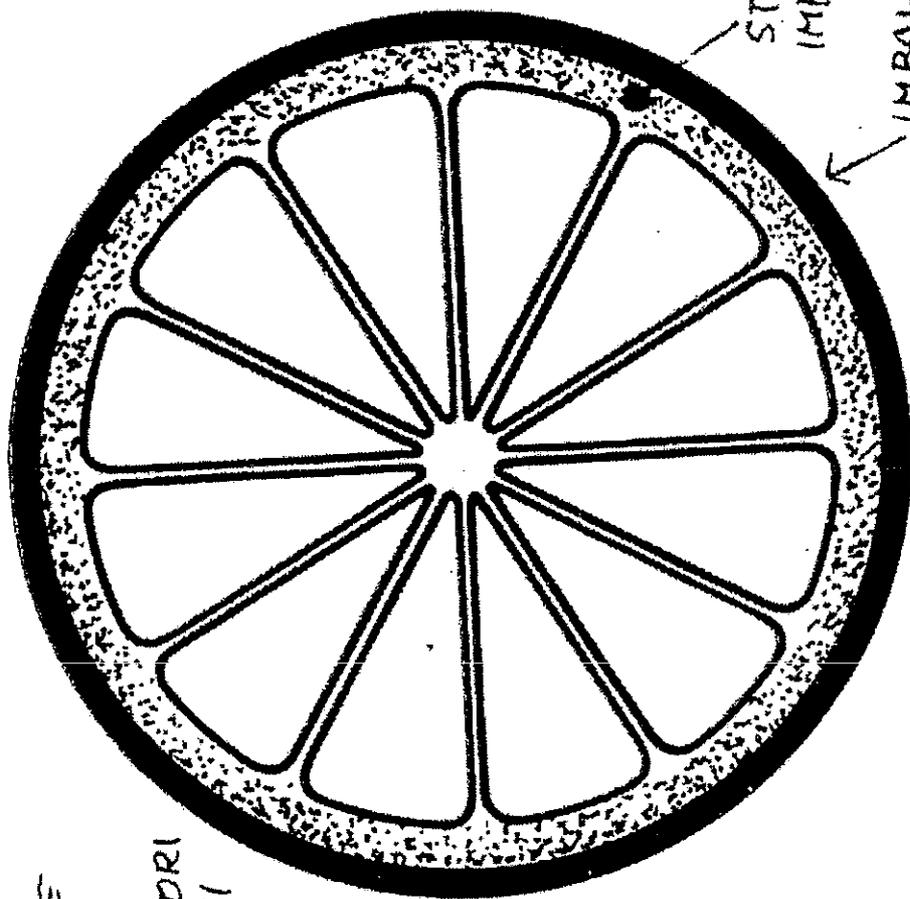
Il faut considérer comme positif qu'un tel objet ne puisse trouver facilement un marché, et encore moins un marché étendu. Quel revendeur voudra prendre en charge la difficile tâche de convaincre les consommateurs éventuels, à chaque fois depuis le début, de l'intérêt d'un tel objet dont les seuls usages sont de le regarder et de le sentir ? C'est également important de rappeler ici que l'objet en question est fragile, de courte durée, délicat, sensible au moindre courant d'air ou changement soudain de température, ne peut être mis dans la main d'un enfant à cause de ses épines, doit être manipulé

avec précaution, est cher, et doit se conserver en immergeant sa partie basse dans de l'eau, eau qui doit être changée tous les jours. Cet objet, en plus d'être complètement inutile, est compliqué à utiliser.

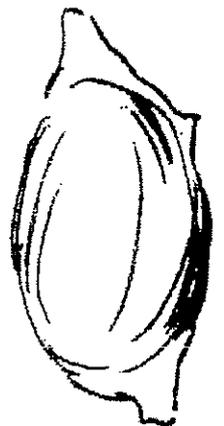
Bruno Munari

In *Good Design*, coraini editore, 1963

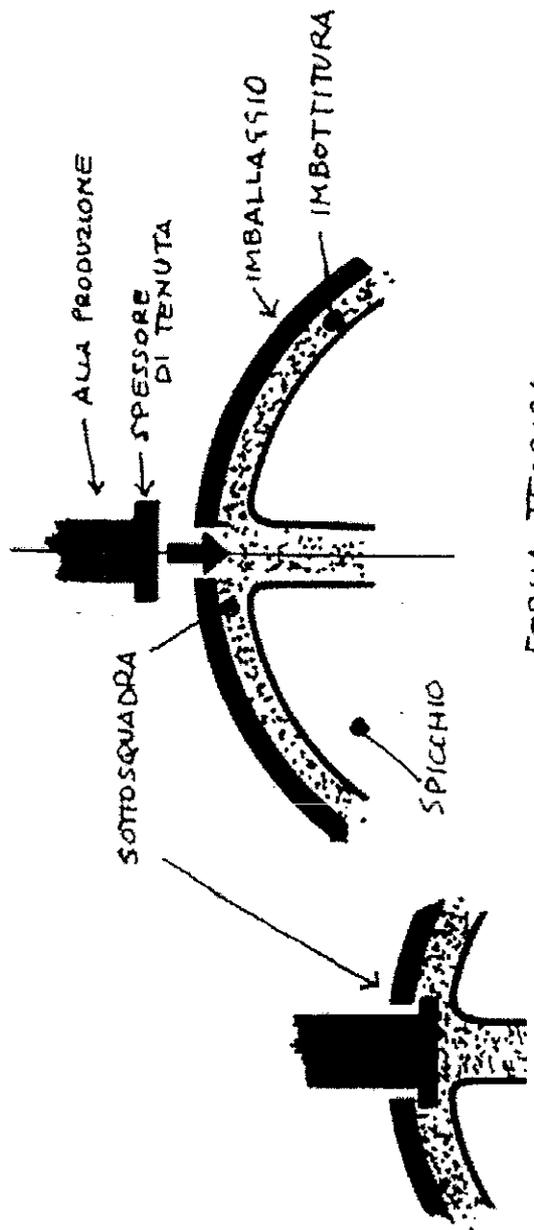
DISPOSIZIONE  
ESARTA E  
DEFINITIVA  
DEI CONTENITORI  
MODULATI



STRATO DI  
IMBOTTITURA  
IMBALLAGGIO  
ESTERNO

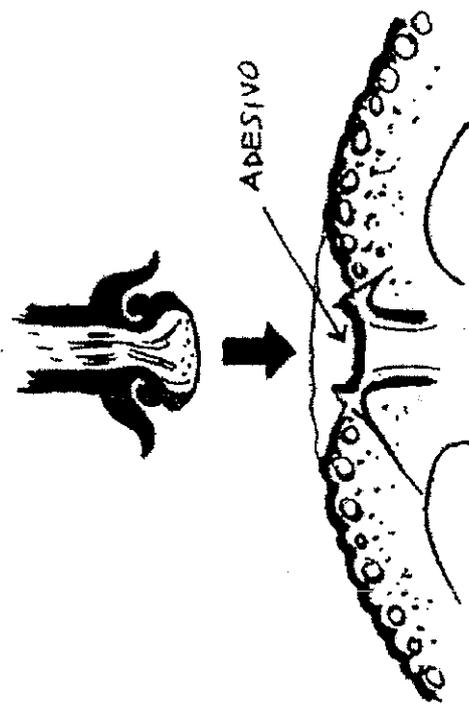


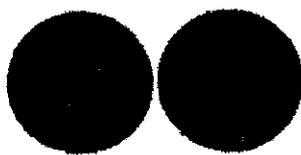
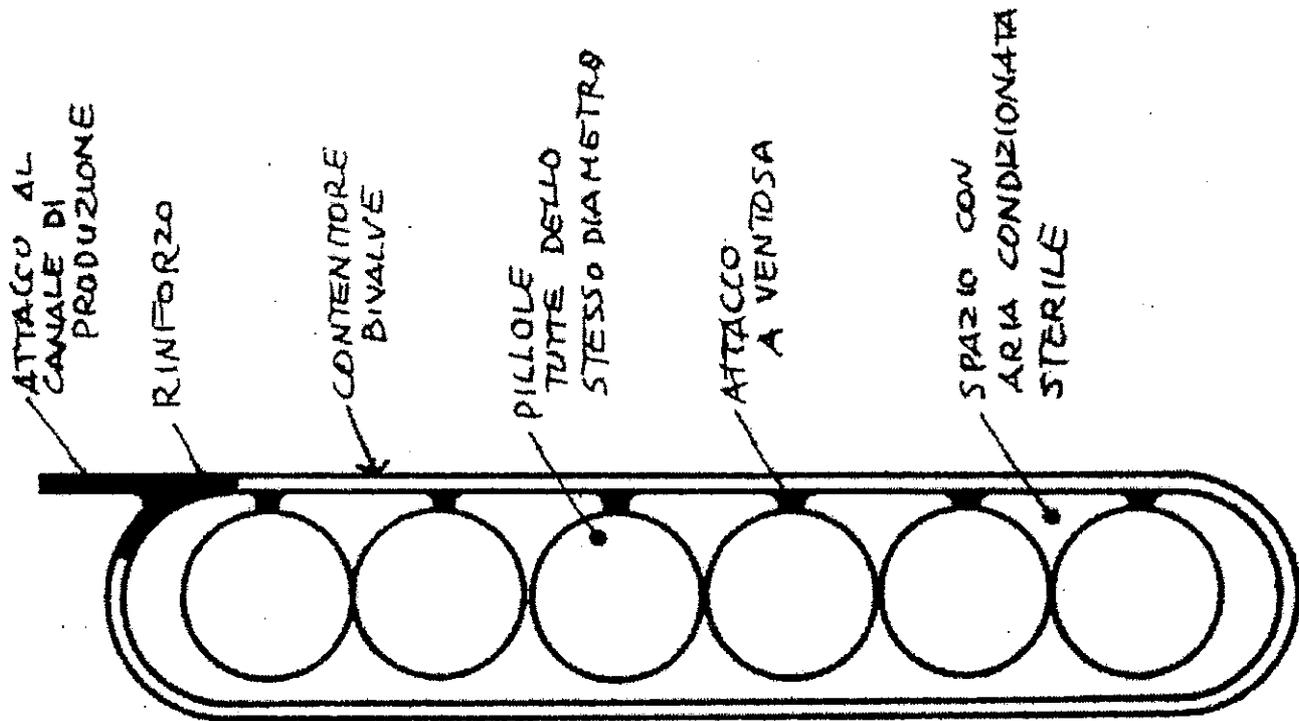
SEME  
FORMA LIBERA



FORMA TEORICA

FORMA RISULTANTE CAUSATA DA CONDIZIONI AMBIENTALI





FORMA  
TEORICA