

Dossier pédagogique

Design & Foot.

Un enjeu collectif

21 avril au 18 septembre 2011

Commissariat : les Sismo

Production : Cité du design

Sommaire

L'exposition, focus
par Elsa Francès p. 2

Introduction *Design & Foot...* p. 3

Qui sont les Sismo ? p. 4

Des exemples de leurs réalisations p. 5

Plan d'exposition
à l'exposition p. 6

Fiches thématiques

p. 7

Ressources utiles

p. 12

Bibliographie

p. 12

Visite scolaire

p. 12

Informations pratiques

p. 13

Cité
du
design



3, rue
Javelin
Pagnon
42000
Saint-
Etienne

Accès
tramway
arrêt
Cité
du
design

www.
citedu
design.com
tél. +33
(0)4 77 49
74 70

L'exposition : Focus

Design & Foot. Un enjeu collectif ancre le début de notre programmation 2011 sur notre territoire régional et nous permet de proposer une exposition qui s'adresse au plus grand nombre.

Ce thème fédérateur trouve bien entendu un écho particulier à Saint-Étienne, mais c'est aussi le rapprochement de deux disciplines en apparence éloignées : le design et le foot.

L'exposition montre bien ce qui les lie : l'esprit d'équipe, la tactique, l'innovation... Des visites-ateliers adaptées à l'âge des enfants à une offre famille ludique, tout est mis en place pour que *Design & Foot* soit vécue comme un jeu intelligent pour découvrir le design. C'est aussi une exposition intéressante pour les professionnels qui découvriront à travers un univers spécifique, l'apport du design et de la création, son rôle et ses processus. Car la Cité du design joue de cette mixité des publics à travers l'ensemble de ses programmations. Enfin, *Design & Foot*, un enjeu collectif s'inscrit au sein de l'Établissement public de coopération culturelle (EPCC), où nous développons les collaborations Cité du Design – École supérieure d'art et de design de Saint-Étienne (ESADSE) de façon régulière. Cette exposition nous donne une fois de plus une opportunité de « jouer collectif ». En effet, vous découvrirez, en fil rouge de l'exposition, des projets conçus et présentés par les étudiants de l'ESADSE. Leur réflexion, leur créativité autour du thème du football et leur participation à l'exposition est une concrétisation forte de cette riche collaboration. Que le public soit supporter de football ou non, il pourra appréhender un design investissant différents champs d'activité : de l'équipement des joueurs aux stades, en passant par des domaines plus artistiques ou numériques, avec les jeux vidéo.

C'est également le rôle de la Cité du design de sensibiliser les publics à cette diversité du design.

Elsa Francès,
directrice générale de la Cité du design

Introduction

Design & Foot. Un enjeu collectif

Commissariat : les Sismo

Production : Cité du design

Il existe de nombreux points communs entre le design et le foot. Mais il existe avant tout une ville : Saint-Étienne, qui porte haut les couleurs de ces deux passions.

Par-delà cette identité géographique, le design comme le foot sont deux univers qui ont certaines valeurs en commun : ce sont deux secteurs professionnels vecteurs de développement économique, ce sont des secteurs médiatiques tournés vers le grand public, ce sont des secteurs de passionnés, ce sont des secteurs qui influencent la société.

À ce titre là, le design et le foot ont développé une attractivité spécifique, des métiers spécifiques, des organisations, des structures, des savoir-faire, (...).

Pour se faire, l'exposition sera constituée de deux espaces principaux indépendants :

- Le premier espace est basé sur la pertinence des liens entre design & foot. On y portera un regard de professionnel du design sur les réponses que celui-ci apporte à toutes les exigences du foot moderne, dans sa pratique la plus officielle. (...) Des réponses techniques, d'usage, esthétiques, de services, de communication, de santé, etc. issues des différentes pratiques du design (produit, environnement, graphique, etc.). Ainsi l'intérêt sera porté « du sifflet de l'arbitre aux pourtours du stade ».

- Le second espace, périphérique, est basé sur l'impertinence. On s'intéressera particulièrement à la façon dont la société s'empare du foot et le décline suivant ses aspirations. Plus libre, plus divers, plus ludique, plus bouillonnant, cet espace montrera comment le design répond aux attentes de la société en terme de foot, évolue avec elle, l'accompagne dans le développement de ses envies et ses besoins. (...). Parmi les œuvres exposées seront présentés des projets créatifs, artistiques ou encore ironiques d'étudiants d'école d'art et de design (dont celle de Saint-Étienne) et d'artistes de renom comme Orlan ou Wim Delvoye.

Les Sismo



Qui sont les Sismo ?

Les commissaires de l'exposition

Créateurs industriels, commissaires d'expositions, les Sismo, Antoine Fenoglio et Frédéric Lecourt, développent depuis plus de 15 ans une approche singulière du design : un dosage adapté à chaque projet, entre leur reconnaissance de designers engagés et leur savoir-faire d'agence d'innovation par le design.

Leurs références : Adidas (recherche prospective ballon), Peugeot (poivrier), Lancel (accessoires de bureau), Legrand (concept produits), les Cafés Richard (tasse de bistrot), LaCie (cartes mémoire PC, Red Dot Design 2009), Campingaz (gourde Extrême), Delpha (Salle de bain éco-conçue, Janus de l'industrie 2008), ... mais aussi le commissariat général de l'exposition d'ouverture de la Cité du Design, un Forum de l'Innovation pour les Mousquetaires, de la prospective réaliste pour le groupe Legrand, un accompagnement de la politique d'innovation de St Gobain, ou la mise au point de Vanité High Tech, performance aux frontières de l'art et du design.

Avec un nom qui signifie « secousse », les Sismo n'hésitent pas à bousculer les codes pour faire évoluer ce que peut le design auprès des publics et des usagers. Leur logo, un mouton qui crache du feu, illustre bien leur côté atypique et rappelle l'iconographie Moyen-Âgeuse affectionnée par les Sismo. Une sorte de blason qui porte haut les couleurs d'un duo inventif et dynamique.

Les Sismo ont déjà assuré le commissariat de l'exposition *L'Objet du design* présenté en 2009 à la Cité du design.

© Pierre Anthony Allard

www.sismodesign.com

Sismo, cela signifie secousse en grec.

Avec un nom qui signifie « secousse », les Sismo n'hésitent pas à bousculer les codes pour faire évoluer l'identité des marques et des produits, et leur perception par le public.

Leur logo, un mouton qui crache du feu, illustre bien leur côté atypique et rappelle l'iconographie Moyen-Âgeuse affectionnée par les Sismo. Une sorte de blason qui porte haut les couleurs d'un duo inventif et dynamique.



SISMO

CRÉATEURS INDUSTRIELS
INDUSTRIAL DESIGNERS
プロダクトデザイナー

www.sismodesign.com

Des exemples de leurs réalisations :

Protège document A3 pour archivage dans un classeur A4

Éditeur : Viquel

Définir la bonne fenêtre d'innovation : entre l'étude des nouveaux usages et l'étude de la chaîne de fabrication, nous avons « inventé » avec cette société un nouveau produit breveté, la pochette A4 dans laquelle on peut classer et consulter du A3.



© Viquel

Cahier pense pas bête, 2001

Polypropylène et papier

À quoi sert un carnet sans stylo ? Penser l'objet dans son contexte : à quoi sert un crayon sans carnet ?

Le plus dur est de trouver la bonne question, et ensuite de choisir la bonne réponse parmi toutes les réponses possibles.



© Philippe Demail

Interrupteurs et variateurs

Les évidents

Éditeur : Legrand

Comment lire simplement un appareil ?

Projet prospectif conçu avec et pour Le Design Legrand. Accessibilité pour tous : méthodologie créative visant à détecter et analyser les nouveaux modes d'utilisation et scénarii de vie.

Récompensé par le prix « Design et santé pour tous » lors de la biennale de Saint-Étienne 2006. Projet issu de la « prospective réaliste », mise en place avec Le Design Legrand.



© Philippe Demail

Banc How many?

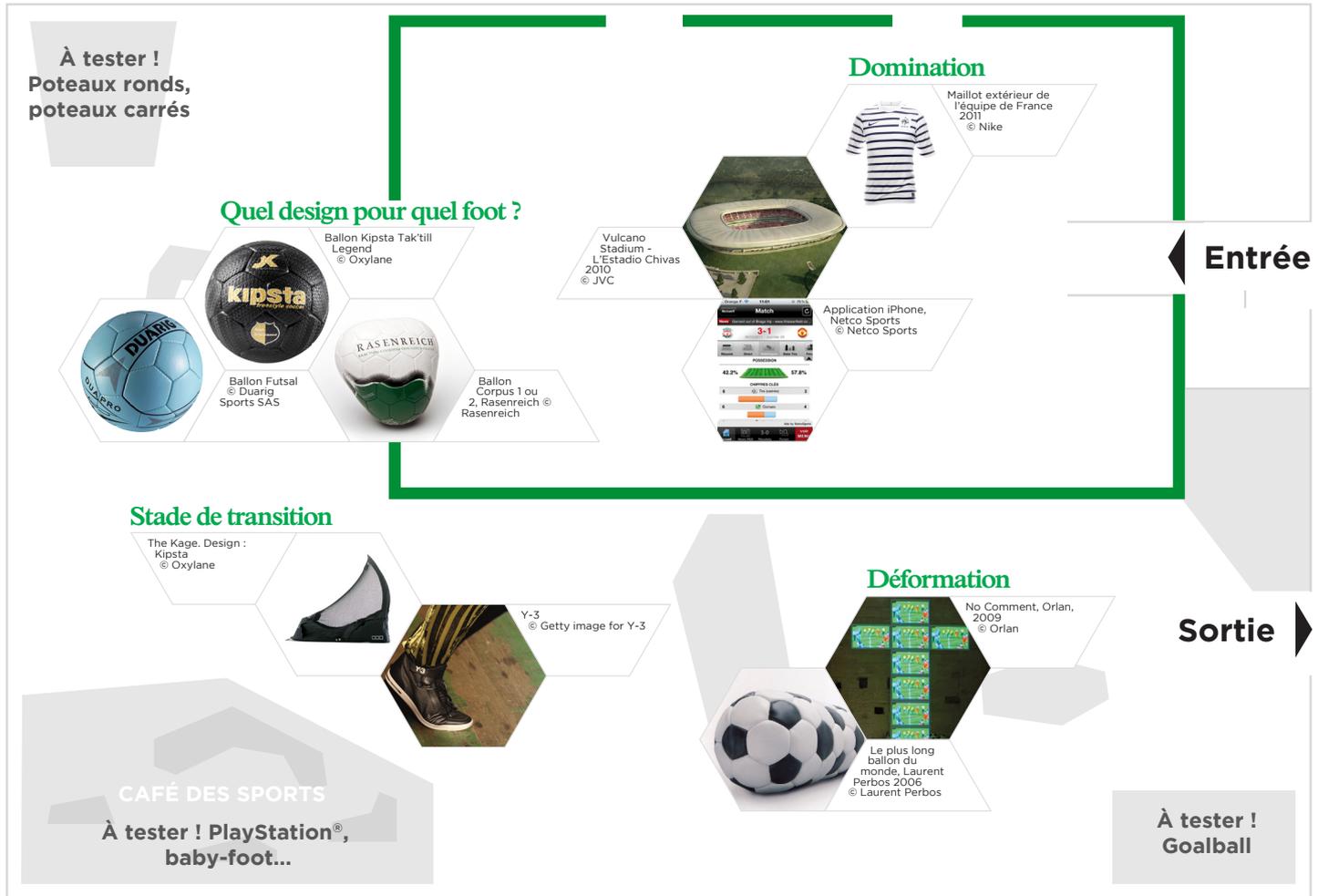
Le banc recyclable Tetra Pak est issu du partenariat entre les Sismo et Carré Noir. Il est réalisé grâce au recyclage de 4000 briques composées d'aluminium et de polyéthylène qui trouve dans cette application une seconde vie.



© Tetra Pak

L'exposition :

Proposition de parcours thématique



Parcours

Domination

Le design joue le jeu. Dans l'univers professionnel, dans le football de haut niveau, la contrainte est forte voire extrême. Dans ce contexte de création encadrée, le design est quantifié et la magie peut prendre la forme d'un maillot ultra technique dissimulée sous la forme d'une manière pleine d'histoire correspondant à la tunique extérieure des Bleus.

Quel design pour quel foot ?

Inventaire des ballons selon l'utilisation : à chaque terrain son ballon. À l'écoute des usagers, le design dribble les contraintes. À vous de deviner !

Stade de transition

Sur cette zone intermédiaire, on parle du jeu avec ses pratiques design adaptées au plus grand nombre ; de « vrais » objets obéissant à une fonction, une nécessité, des usages particuliers.

Déformation

Dans la dernière partie de l'exposition, en s'émancipant des règles, le design s'éloigne de ses prérogatives initiales et quitte la volonté du groupe pour le singulier de l'individu

Les fiches thématiques

Les fiches thématiques ont chacune un mot clé (lieux, équipement...) et propose un focus sur des projets/objets de l'exposition, elles font le lien avec le thème général de l'exposition.

Les lieux

Pistes pédagogiques

- Les stades sont présentés dans l'exposition sous forme de maquette. En vous inspirant des maquettes, demandez aux élèves de décrire les différentes étapes de réalisation d'un projet. Quel est le rôle de la maquette ? Repérez à travers les projets présentés dans l'exposition les différentes étapes de la réalisation des projets et faire la différence entre un croquis, une maquette, un prototype... Faire la différence entre la 2D et 3D.

- À travers les siècles, énumérer d'autres lieux pouvant rassembler autant de personnes. Les classer par époques. Quelle était la fonction de ces lieux ? Ouvrir un débat sur la fonction sociologique et économique de ces lieux...

- Les espaces collectifs en ville : inventaire, histoire, rôle... leurs formes, leurs matériaux...

- Les lieux sportifs d'hier à aujourd'hui : quels enjeux politiques, sportifs, économiques...

- Imaginer un stade proposant des usages polyvalents en respectant des contraintes d'éco-conception.

Les stades

Même si le football peut se pratiquer à peu près n'importe où, il reste néanmoins indissociable du stade. Véritable temple du XXI^e siècle, les plus grands stades peuvent accueillir 100 000 personnes !

Les prouesses techniques et architecturales permettent de proposer des stades écologiques, économiques et humains.

Dessine-moi un stade

Le plus bel exemple est l'Estadio Chivas conçu en 2010 par l'architecte Daniel Pouzet et le designer Jean-Marie Massaud au Mexique. Partant du constat qu'un stade accueille deux matchs par mois, quelle proposition pourrait être faite pour que le lieu ne devienne pas un no man's land ou un ghetto urbain ? Conçu tel un volcan, ce stade, dont la structure en dalle de béton est en partie enterrée, intègre dans ses entrailles situées sous les tribunes un espace de jeu pour 450 enfants ainsi qu'un cinéma, un skate-parc, un musée, des boutiques, un restaurant, un coiffeur et un parking. Le stade et son environnement n'est pas uniquement dédié au football, il propose aussi des activités collectives que tout le monde peut s'approprier. « Il est recouvert d'un nuage, un cocon protecteur, une structure de métal habillée de toile ajourée en son centre afin d'irriguer la pelouse en lumière naturelle. Un nuage, par nature, est formé d'eau, celui-ci récupère l'eau de pluie, ensuite renvoyée vers les sanitaires. », Design & Foot. Un enjeu collectif, Les Sismo, 2010.



Vulcano Stadium - L'Estadio Chivas 2010 © JVC

Le Chaudron

Autre exemple, le stade Geoffroy Guichard de Saint-Étienne, construit en 1930, a subi plusieurs transformations pour devenir un stade à l'anglaise. Depuis, 2007, une des tribunes du stade est équipée d'une toiture comportant une installation photovoltaïque de 2 600 m².

En prévision de « Saint-Étienne ville étape de l'Euro 2016 », il a été décidé que le stade serait conservé et agrandi. L'idée des architectes retenus Chaix et Morel est de valoriser l'existant. L'agrandissement du stade sera possible en gommant les remaniements successifs et en uniformisant l'ensemble de manière progressive afin que le stade puisse continuer à accueillir le public lors des matchs.



Stade Geoffroy Guichard. Vue aérienne © AACMA

Sport tout-terrain

Toutefois, le football peut se pratiquer dans un environnement autre que le stade, et sur des supports tels que le bitume, le sable, la terre battue ou dans un champ. Sa pratique s'adapte aussi aux lieux et à l'environnement. Les designers proposent désormais des équipements adaptés à ces lieux.



Ballon Beach soccer Kipsta © Oxylane



The Kage. Design : Kipsta © Oxylane

Les fiches thématiques

L'équipement

Que ce soient les tenues des joueurs, de l'arbitre, du gardien de but, du staff..., les ballons, les cages, le terrain... les équipements liés au football sont nombreux et variés. Les équipements du football professionnel sont de plus en plus techniques. Le sport et les loisirs représentent 6% de la consommation mondiale de textiles techniques. Décathlon par exemple est le plus gros vendeur de textile en France (devant H&M, Zara, etc.). La recherche et développement ont permis de développer des équipements à la pointe de la technologie, intégrant des tissus techniques et des textiles durables. Les maillots des footballeurs professionnels par exemple ne sont pas de simples maillots, ils proposent d'accroître les performances des joueurs grâce à un meilleur confort pendant l'effort.

Pistes pédagogiques
Couleurs et fonctions :

- Observer les couleurs des maillots présents dans l'exposition. Proposer un maillot en justifiant le choix des couleurs pour une équipe imaginaire. Donner un surnom à l'équipe en fonction des couleurs choisies.
- Les équipements sportifs des joueurs améliorent leurs performances. Imaginer un objet qui améliorerait les performances dans un sport, le décrire, expliquer.
- Quels sont les enjeux de la tenue sportive (forme, matière, couleur) ?
- À partir d'un cahier des charges, proposer un ballon adapté à des surfaces et des joueurs particuliers
- À chaque sport son équipement... Proposer un inventaire, décrire les différences, analyser l'évolution
- Sport et mode : une source d'inspiration pour les créateurs de mode

La tenue des Bleus

La magie peut prendre la forme d'un maillot ultra technique dissimulée sous la forme d'une marinière pleine d'histoire correspondant à la tunique extérieure des Bleus.

La tenue des Bleus est très respectueuse de l'environnement, en effet, le tissu du maillot et du short est conçu à partir de microfibrilles de polyester 100% recyclé, issues de bouteilles en plastique. Sa coupe très ajustée et l'ajout de nouveaux systèmes d'aération préservent le vêtement sec malgré la sueur des joueurs. Enfin, la performance des joueurs est optimisée grâce au toucher coton à l'intérieur du maillot qui évite ainsi la désagréable sensation d'un vêtement collant pendant l'effort.



Maillot extérieur de l'équipe de France 2011 © Nike

L'importance de la forme : la légende

Poteaux ronds / poteaux carrés. Lors de la finale européenne de la Coupe des Champions le 12 mai 1976 entre le Bayern Munich et l'AS Saint-Étienne, les Verts auraient gagné si les poteaux des cages n'avaient pas été carrés mais ronds ! En effet, deux tirs des Verts sont venus s'écraser sur les montants carrés sans rentrer ensuite dans le but. Carré ou rond, plus aucun designer ne peut faire ce choix sans penser aux conséquences. Il est temps de se confronter à cette légende.

Design sonore

Le son joue un rôle important dans le métier du design. Il peut répondre à un besoin spécifique ou servir à valoriser un produit. Par exemple, le son d'une portière qui se ferme sur une voiture de luxe est différent de celui d'une petite voiture. Revenons au football, le sifflet de l'arbitre est sans bille. Le signal émit par le sifflet est strident et se distingue clairement du bruit de la foule ou de

l'environnement... Quant au nouveau sifflet à main anticontaminations (hépatites, mononucléoses, grippe, méningites, herpès, etc...) Wizzball, il a été pensé par des professeurs d'EPS. Sa taille permet son utilisation aussi bien par des petites mains que par des grandes, tout en évitant qu'il ne se perde. Conçu en PVC souple et antiallergique, la forme de la poire permet de s'adapter à toutes les tailles de main et surtout de ne pas porter le sifflet à la bouche. Une version écologique à base de chanvre complète depuis 2010 la gamme des coloris classiques. Cet exemple montre également une nouvelle manière d'utiliser le sifflet.



Sifflet à main Wizzball. Michel Flageolet/Plastico Rototech

Le Goalball permet la pratique du football par des aveugles. Le ballon, perforé, guide les joueurs grâce au son des grelots glissé à l'intérieur. La discipline se pratique avec un masque noir afin que chaque participant joue avec le même handicap.



Ballon de Torball entraînement © Idemasport

The Kage

C'est en pensant aux joueurs du dimanche et plus particulièrement aux 13-16 ans, qui ont du temps de libre mais peu de moyens de déplacement pour rejoindre un stade, qu'une équipe rassemblant designers, ingénieurs et laboratoire de composants a imaginé *the Kage*. Le cahier des charges demandait une cage facile à transporter, avec une mise en place instantanée et sécurisée, adaptable à toutes les surfaces avec un prix très abordable. La cage proposée intègre en partie la technique des tiges composites de la « Tente 2 secondes » de Décathlon, et propose une forme arrondie en demi-cercle, plus facile à

mettre en œuvre. Par ailleurs, un polyester résistant à l'abrasion enveloppe la structure tandis que le filet est renforcé par une maille serrée, évitant aux joueurs de s'y prendre les pieds. Des poches latérales permettent de lester la structure pour jouer sur terrain meuble.



The Kage. Design : Kipsta © Oxylane

À chaque terrain son ballon

À l'écoute des usagers, le design dribble les contraintes et propose des ballons adaptés aux différentes pratiques.

Qui a dit que tous les ballons sont ronds ? Afin d'améliorer la coordination, la réactivité et la concentration des joueurs, l'équipementier Rasenreich propose de faire travailler les joueurs lors de l'entraînement à partir de formes inédites et propose un ballon pseudo-triangulaire, arrondis aux angles.



Ballon Corpus 1 ou 2, Rasenreich © Rasenreich

Les fiches thématiques L'univers du football

Pistes pédagogiques

- Le sport et l'art

Faire un inventaire des artistes qui représentent le sport dans leurs œuvres.

Repérer dans l'exposition des artistes qui s'inspirent du foot dans leur œuvre. Comparer le propos et le support.

Retrouver dans l'exposition les « ballons qui refusent de jouer » (ballon carré, ballon en béton). Les artistes s'emparent de l'univers du foot et le détournent. À quelle fin ?

- L'esprit d'équipe

En rapport avec le titre de l'exposition, montrer qu'une équipe peut apporter plus. Proposer un jeu de rôle sur une équipe projet (designer, fabricant, footballeur) contre une personne seule pour créer un ballon.

Cependant, une équipe mal organisée est une catastrophe. Afin de montrer qu'une équipe est régie par des règles, proposer un jeu : aller à tour de rôle voir un objet caché et le décrire au reste du groupe qui doit le dessiner.

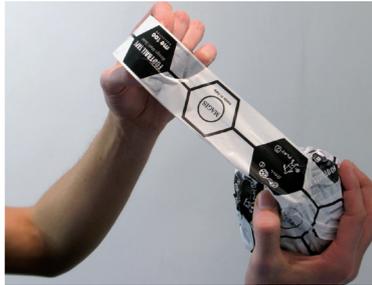
- Les valeurs du sport

L'enjeu collectif :

- Valeur de respect, confiance, performance, équité...
- La récupération par le monde politique
- L'engagement citoyen des sportifs au nom du collectif.

Détournement d'objet

Rien de plus quelconque qu'un rouleau de ruban adhésif. Sauf quand il reste entre les mains du designer barcelonais Martí Guixé, qui imprime le graphisme de classique ballon noir et blanc sur la partie extérieure du ruban : ne reste plus qu'à rouler l'adhésif en boule, et voilà un ballon d'appoint. Moins encombrant qu'un ballon classique, il se glisse dans le sac à dos des vacances. Il pourra toujours renforcer les bagages au retour, à l'aéroport. Sinon, une solution : s'en servir, soit simplement comme d'un ruban adhésif d'esprit clinique. Créée à l'origine pour la biennale design de Saint-Étienne de 1998, le ruban Football Tape a ensuite été édité par Magis.



Football Tape © Imagekontainer/Knölke

Le foot et l'art

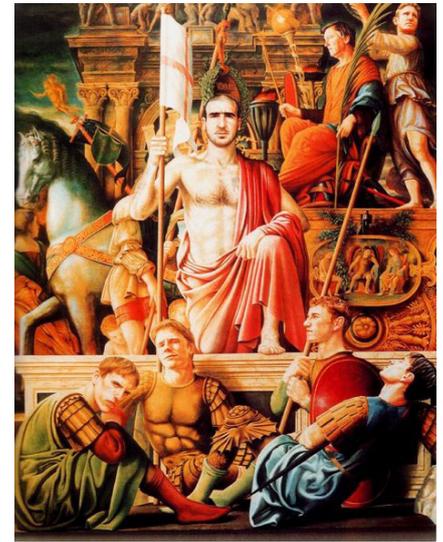
Le traitement du foot dans le monde de l'art est rendu visible en 1975, lorsque Andy Warhol ajoute, à son panthéon de stars iconisées à la photocopieuse, le portrait du roi Pelé, qui vient de signer au Cosmos de New York, un club « paillette » dépourvu d'histoire, crée en 1970 par des hommes d'affaires en vue de favoriser l'introduction du soccer aux Etats-Unis.

Cantona et la controverse

The Art of the Game.
Michael J. Browne. 1997

Michael J. Browne est un artiste de renom né à Manchester qui a décidé de relever un nouveau défi, celui de saisir une image de l'Angleterre contemporaine, en rompant avec tout ce qu'il avait pu créer auparavant. Cette œuvre réalisée en 1997 et représentant Eric Cantona, est inspirée du tableau de Piero Della Francesca, *La Résurrection du Christ*. Elle illustre la renaissance de la carrière du joueur de football, suite à son coup de pied envers un spectateur durant un match. Suspendu pendant 9 mois, il est devenu après ce geste une sorte d'icône du football, idolâtré par ses fans. Lorsqu'il est revenu sur le terrain, il était toujours l'élément

essentiel pour la réussite de l'équipe Manchester United. Cette image « la résurrection du Christ » illustre parfaitement l'icône qu'il est devenu. « Il a accepté de poser pour moi, non par vanité mais parce qu'il apprécie mon travail et qu'il est passionné d'art. », Michael J. Browne.



The Art of the Game. Michael J. Browne. 1997 © Michael J. Browne/Eric Cantona

Le football et l'engagement citoyen

« Le football est joué selon les mêmes règles partout. Il repose sur des règles universelles ». *Histoire du football*. La Poste propose une campagne de sensibilisation et de valorisation de l'arbitrage. L'objectif, sociétal et sportif, vise à modifier le regard du public sur l'arbitrage et ses valeurs : confiance, équité, respect et proximité. A ce titre, des « journées de l'arbitrage » sont organisées. Afin de communiquer sur cette action, l'artiste Ben a été sollicité et est né « Tous arbitres ». Ce « message slogan » a été décliné sur plusieurs supports (brassards, tee-shirts, fanion...).



Tous arbitres, La Poste © Icon Sport

Les fiches thématiques

La communication

La communication est un enjeu essentiel dans le monde du football comme dans celui du design. Outil de séduction des publics, outil de diffusion de l'information à travers les médias (le web, la télévision, la presse), les affichages, la communication visuelle est devenue omniprésente dans l'univers du foot.

Pistes pédagogiques

- De l'art pariétal au logotype, énumérez les différents signes et symboles de la communication écrite.
- Recherchez et observez la naissance et l'évolution d'un logotype.
- Les logotypes : quels enjeux, formes, couleur analyse de logos sportifs ou de marques de vêtements de sport (Nike, Adidas ...).
- Créer un logo pour une équipe puis le décrire.
- À partir d'un des slogans de l'exposition « À l'écoute des usagers, le design dribble les contraintes », écrire d'autres propositions.
- Repérer des marques partenaires des clubs de foot et décrire leur plan de communication et leur plan marketing.

Communication par les médias

« L'irruption de la télévision et l'insertion du sport-roi dans les produits de la société de consommation provoque une mue profonde (...). Le football devint le spectacle que nous suivons au travers de multiples médias, qui, le faisant sortir du stade, le transportent sur les écrans de centaines de millions de sportifs en chambre. »

« L'irruption des caméras de télévisions dans les enceintes sportives à joué un rôle décisif dans l'avènement d'une nouvelle ère du football. Elle a en effet permis de toucher des catégories de population - femmes, enfants, personnes âgées - qui fréquentaient peu les enceintes sportives. Elle a tout autant transcendé les classes sociales puisque l'on pouvait désormais apprécier ce divertissement populaire sans côtoyer un public plébéien, tout en adoptant en privé ses usages. »

Histoire du football, Paul Dietschy, éditions Perrin, 2010.

Le logotype

Le logotype est la représentation graphique d'une entreprise, d'une marque commerciale ou du sigle d'un organisme. Ce symbole sert à exprimer les valeurs, la culture, les activités de l'entreprise ou de l'institution. Il contribue à son image de marque, doit être reconnaissable au premier regard et résister au temps. Par exemple, le logo de Renault, le LV de Vuitton ou La Vache qui rit de Léon Bel.

Le logo actuel de l'A.S.S.E est représenté en relief. Le rond rayé et la mise en place des textes lui donnent une allure sportive. L'étoile a été ajoutée en 1993 pour célébrer le palmarès du club qui est le seul à avoir obtenu 10 titres de champion de France.

Les marques

« Les hommes sandwichs des pelouses. Griffes ou logos de sponsors sur les maillots de footballeurs appaurent dans la première moitié des années 70. Les précurseurs avaient été les footballeurs de l'Austria de Vienne qui a bordèrent un verre de bière, symbole de la Scwechater, la plus grande brasserie autrichienne de l'époque, sur leur maillot dès la saison 1966 - 1967. En France, les marques de prêt-à-porter, d'ameublement ou de boissons sans alcool commencèrent à figurer sur la tenue des joueurs. (...) »

Histoire du football, Paul Dietschy, éditions Perrin, 2010.



Ressources utiles

Design & Foot. Un enjeu collectif

Animations pédagogiques

Les animations pédagogiques sont réalisées par le PREAC design (Pôle de ressources éducation artistique et culturelle), elles sont gratuites et ouvertes à tous sur inscription préalable :
**04 77 43 17 00 ou
cddp-loire@ac-lyon.fr**

Le design, découverte et perspective

19 octobre 2011 de 13h30 à 16h30

CDDP (Centre départemental de documentation pédagogique) de la Loire à Saint-Étienne.

Cette animation s'adresse aux enseignants d'une classe à PAC design et à tous ceux qui souhaiteraient en faire une. Qu'est-ce que le design ? Comment le travailler en classe ?

Proposée en partenariat avec l'Inspection académique de la Loire.

Design à l'école ! La Boîte à outils

est un outil de ressources en ligne autour du design destiné aux enseignants et à toutes les personnes curieuses de découvrir le design.

Créée à l'occasion de la Biennale Internationale Design 2008 Saint-Étienne, *Design à l'école ! la Boîte à outils* permet une découverte et une sensibilisation au design, et offre aux enseignants des pistes de travail pour aborder le design en classe.

Tous les documents sont téléchargeables.

Plusieurs approches sont proposées :

- l'histoire du design ;
- des définitions et illustrations des différents champs du design ;
- un glossaire ;
- des citations ;
- des pistes d'actions à faire en classe ;
- des dossiers pédagogiques sur les expositions ;
- une documentographie ;
- des témoignages.

<http://designalecole.citedudesign.com/boite_a_outils.html>

La Cité du design participe aux dispositifs Chemins de culture et Soprano.

Bibliographie

L'esprit du sport, Amélie Debray, 2010
Football, les lois du jeu, Laurent Vallée, 2010

La Terre est ronde comme un ballon, Pascal Boniface, 2002

Géoéconomie N° 54, Été 2010 -

Football, puissance, influence
Les stades du football français, Michaël Delépine, 2010

Histoires de maillots. Football, Frédéric Deverny, Nicolas Jeanneau, 2010

Histoire du football, Paul Dietschy, 2010
Tous arbitres, éditions Chroniques, 2010
Textiles techniques et fonctionnels, Matériaux du XXI^e siècle, IAC Éditions d'Art, Musée d'Art et d'Industrie de Saint-Étienne, Musée de Bourgoin-Jallieu, 2009

Visites scolaires

Découverte de l'exposition

Design & Foot. Un enjeu collectif

Design & Foot. Un enjeu collectif est une exposition de design s'intéressant à la thématique du football. Grâce à la présentation d'objets, de maquettes, de dessin, de projets, vous découvrirez que ces deux univers ont certains points communs : l'éthique, l'esprit du collectif, la tactique, la stratégie... Vous pourrez même expérimenter des objets ou des installations !

Enjeux / Objectifs

- Initier les élèves aux différentes dimensions du design par le biais de l'exposition
- Développer le sens de l'observation des élèves
- Introduire les bases d'une démarche de designer en passant par la réflexion sur un objet, une identité visuelle, et par la réalisation d'un schéma ou d'un dessin

Durée : 1h à 1h30

Niveau : Cycle 1, Cycle 2, Cycle 3



Informations pratiques

Cité du design

3 rue Javelin Pagnon
42000 Saint-Étienne
www.citedudesign.com

Horaires et modalités de visite

Fermé le lundi

11h – 18h

9h – 18h le mardi

La réservation est impérative pour tous les groupes scolaires au moins trois semaines à l'avance.

Renseignements

Magali Théoleyre

Chargée des relations avec les publics

T : 04 77 33 55 60

magali.theoleyre@citedudesign.com

Caroline D'auria-Goux

Chargée de projets scolaires et éducatifs

T : 04 77 39 82 69

caroline.dauria-goux@citedudesign.com

Réservations

Sylvie Sauvignet

Chargée des médiations et de la réservation

T : 04 77 49 74 73

sylvie.sauvignet@citedudesign.com

**Cité
du
design**



**3, rue
Javelin
Pagnon
42000
Saint-
Etienne**

**Accès
tramway
arrêt
Cité
du
design**

**www.
citedu
design.com
tél. +33
(0)4 77 49
74 70**