

RECIPROCITY DESIGN LIÈGE 2015 — ABOUT SOCIAL INNOVATION

4	56	100	5	62	106
Avant-propos	Welcome to	Imagine Liège Un projet de Max Borka	Foreword	Welcome to	Imagine Liège A project by Max Borka
6	59 Une conversation avec	114	7	64 A conversation with	120
Préface Clio Brzakala	Nik Baerten & Virginia Tassinari	Beyond food	Preface Clio Brzakala	Nik Baerten & Virginia Tassinari	Beyond food
10	66	and design	21	66	and design
Introduction Giovanna Massoni	Infos projets	116 Une conversation avec	Introduction Giovanna Massoni	Project info	124 A conversation with
28	Deconstruction	Jan Boelen	30	Deconstruction	Jan Boelen
The Taste of Change	75	128 Made in Europe Un projet de Kim Bouvy	The Taste of Change	82	Made in Europe
32	Une conversation avec Maarten Gielen	Un projet de Rim Bodoy	32	A conversation with Maarten Gielen	A project by Kim Bouvy
Infos projets 34	86 D: 4 1 C	Contributeurs	Project info 36	92 D: 4 1 C	Contributors
Isabelle Masson-Loodts	Printed Commons 88	140 Remerciements	Isabelle Masson-Loodts	Printed Commons	140
à propos de Local Eat 38	Une conversation avec Teresa Sdralevich &	Remerciements	about Local Eat 42	A conversation with Teresa Sdralevich &	Acknowledgements
François Jégou à propos de Tiffin	Nawal Bakouri	Partenaires & sponsors	François Jégou about Tiffin	Nawal Bakouri	Partners & sponsors
44		143 Colophon	48		143 Colophon
Leen Creve à propos de Edible Growth			Leen Creve about Edible Growth		•
50			52		
Alok B. Nandi à propos de Wakati			Alok B. Nandi about Wakati		

CONTENTS

2

RECIPROCITY

- Cette année, le design est à nouveau à l'honneur en Province de Liège, mais pas seulement. Pour la première fois, RECIPROCITY design liège sort de ses murs et propose également des événements dans l'Euregio Meuse-Rhin et à Mons.
- La Province de Liège soutient la création sous toutes ses formes.

 De la musique à la bande dessinée en passant par l'art contemporain et le design, de nombreux secteurs culturels sont ainsi touchés par ce désir de créer. L'objectif est de soutenir les artistes mais aussi de permettre aux publics de découvrir les créations artistiques.
- Le design est devenu un vecteur pour l'innovation sociale. Avec des valeurs telles que l'échange, la convivialité, le respect et la générosité, c'est un véritable enjeu social et citoyen qui permet de croiser les regards et les approches.
- Avec la création de la Design Station Wallonia et RECIPROCITY, la Province de Liège se positionne comme incontournable sur la scène internationale en la matière. Associer Culture et économie est l'objectif afin de faire valoir nos talents, atouts indispensables pour le redéploiement de notre région.
- Comme lors de l'édition précédente, l'ensemble des événements proposés par RECIPROCITY 2015 est gratuit, ce qui donne la possibilité à chacun de découvrir les nombreux champs que couvre le design.

- Design once again takes centre stage in the Province of Liege this year. And that's not the only place. For the first time, RECIPROCITY design liège goes beyond its borders and also offers events in the Euregio Meuse-Rhine area and in Mons.
- The Province of Liege supports creativity in all its forms. Cultural sectors ranging from music to comic strips, contemporary art to design, each reflecting and representing the desire to create. The aim is to support artists and other practitioners, but also to enable the audiences to discover their work.
- Design has become a vector for social innovation. With values such as exchange, conviviality, respect and generosity, it is a real social and citizens' challenge that aspires to provide interdisciplinary views and approaches.
- Thanks to the creation of the Design Station Wallonia and RECIPROCITY, the Province of Liege exercises a major influence on the international design scene. Associating Culture and Economy is the focus of our efforts to promote talent, both necessary assets for restructuring the area.
- As with the previous edition, entrance to all RECIPROCITY 2015 events is free, which gives everyone the opportunity to discover the numerous fields of interest that design covers.

RECIPROCITY DESIGN.LIÈGE

RECIPROCITY

Pour la seconde fois à la direction générale de RECIPROCITY design liège, Wallonie Design se réjouit de cet espace-temps international réservé au design et à l'innovation sociale à Liège! Plusieurs raisons à cet enthousiasme et particulièrement le fait que RECIPROCITY est un temps fort ouvert à tous, consacré à diffuser en toile de fond la « bonne parole » que notre organisme propage au jour le jour : le design comme vecteur de succès économique, culturel et social.

Et ce, depuis sa création par l'actuel Vice-Président du Gouvernement wallon et Ministre de l'Economie, de l'Industrie, de l'Innovation et du Numérique et l'actuel Député provincial en charge de la Culture, Jeunesse et Education permanente, il y a tout juste 10 ans.

À nos yeux, RECIPROCITY valorise plusieurs acteurs en constante progression vers l'objectif ultime d'épanouissement économique en symbiose avec celui des citoyens et de l'environnement : à commencer par les PME et créateurs wallons travaillant de concert mais aussi les partenaires de soutien et de promotion du design, qu'ils soient régionaux ou internationaux puisque RECIPROCITY dépasse de loin nos frontières pour mettre la lumière sur les actions en matière de design et d'innovation sociale.

De plus, cette édition 2015 coïncide avec l'inauguration de la Design Station Wallonia (nouveau centre du design basé à Liège), qui n'est autre que la démonstration que les politiques d'innovation wallonnes intègrent le design à plusieurs niveaux. Pour preuve : la concrétisation d'infrastructures telles que la Design Station ; la poursuite du soutien au travail de fond de sensibilisation, information et connexion mené par Wallonie Design ; l'intensification des services et aides proposés aux PME et aux designers et enfin, le soutien à des activités internationales événementielles telles que RECIPROCITY sont à l'ordre du jour. Une orientation volontaire qui ne peut qu'engager plus encore Wallonie Design à poursuivre et améliorer ses missions pour les années à venir.

Being in charge of the general direction of RECIPROCITY design liège for the second time, Wallonie Design is looking forward to this international space in time devoted to design and social innovation in Liege. There are many reasons for this enthusiasm, in particular the fact that RECIPROCITY is a major event open to everyone. Its aim is spreading the 'good word' that our organisation disseminates daily: design is a vector of economic, cultural and social success. And this ethos has been integral to Wallonie Design since its creation ten years ago by the present Vice-President of the Walloon Government and Minister of Economy, Industry, Innovation and New Technologies and the Provincial Deputy in charge of Culture, Youth and Adult Education.

RECIPROCITY promotes the involvement of several stakeholders, which are constantly developing towards the final goal of economic fulfilment in tandem with that of the citizens and environment. This trajectory begins with the SMEs and Walloon designers working together, but also extends to regional and international partners supporting and promoting design, as RECIPROCITY goes far beyond its geographical borders to highlight actions regarding design and social innovation.

Moreover, this 2015 edition coincides with the inauguration of the Design Station Wallonia (design centre based in Liege), which shows that Walloon innovation policies integrate design at several levels. As proof, you only have to look at the creation of infrastructures such as the aforementioned Design Station; Wallonie Design's continued and increasing role to inform and connect networks; the strengthening of services and support proposed to SMEs and to designers; and finally, the boost given to international events such as RECIPROCITY. Together they, and other actions, are a voluntary spur for Wallonie Design to carry on and improve its missions in the years to come.

CLIO BRZAKALA



LA MÉTAMORPHOSE GÉNÉRÉE PAR LE DESIGN

Ce livre n'a pas l'objectif d'être un catalogue de l'événement et encore moins un essai académique sur le design et l'innovation sociale. Il s'agit plutôt d'un entrelacé de mots et d'images qui témoigne des actions entreprises et du temps passé durant la préparation de cette deuxième édition de RECIPROCITY design liège. Et ce, en se focalisant sur les personnes et leur passion plutôt que sur des événements et des cérémoniaux.

C'est une histoire illustrée, sans début et sans fin, racontant juste des faits et des personnes qui témoignent du making of de la Triennale du Design et de l'Innovation Sociale de Liège. La forme des récits varie : alors que certains textes font plus ou moins référence à l'événement, d'autres fournissent une analyse critique ou des réflexions générales sur l'état de l'art du design et de la société. Mais, qu'il s'agisse de la déclaration d'un auteur ou d'un dialogue, le dénominateur commun reste la compétence professionnelle de chaque intervenant enrichie systématiquement d'une approche profondément humaine et du besoin de communiquer, transmettre et échanger la connaissance - témoignage d'humanité par excellence. Ce sont des histoires ouvertes et accessibles. Une narration collective de design pour l'innovation sociale.

Depuis 2012, RECIPROCITY développe des relations et des synergies avec de nombreuses organisations locales soucieuses d'innovation sociale dans différents secteurs : culture, industrie agroalimentaire, entrepreneuriat social, éducation & apprentissage... Ainsi, les objectifs de la Triennale sont guidés par une forme d'émancipation qui a pour conséquence directe la collaboration avec ces protagonistes qui élaborent des modèles fonctionnels au contexte social, culturel et économique de la ville. Cette alliance est fondée sur l'échange de compétences, de connaissances et d'expériences afin de créer un effet durable et de contribuer à la fois au débat international et à une nouvelle économie, circulaire et fonctionnelle, avec un ancrage local.

Une autre avancée interne majeure de cette « émancipation » est marquée par l'introduction de trois nouveaux champs de vision: l'Architecture (privilégiant les méthodes de réutilisa-

Welcome to Saint-Gilles - J'aime Saint-Gilles... - projet participatif réalisé dans le quartier en 2013 / participative neighbourhood project realised in 2013 © photo: Pierre Remacle

P. 8-9



Lancement du / Launch of Mouvement Saint-Gilles, 2013 © photo: Xavier Jadoul

tion des matériaux), le Graphisme (centré sur l'activisme dans la communication visuelle) et le Cinéma (de longs- et courts -métrages traitant d'innovation sociale). Ces trois secteurs sont inextricablement liés au processus d'innovation socio-culturelle et, à ce titre, à l'économie de la ville et de la province.

Plus qu'un festival de 30 jours, RECIPROCITY, c'est une stratégie intemporelle. Avec l'aide des commissaires invités, des organisations partenaires, des gens et des pouvoirs publics, l'objectif est de repenser graduellement, dans des domaines et avec des langages différents, les voies les plus appropriées qui permettront d'atteindre une même finalité : la transformation d'un système global qui semble ignorer le potentiel créatif issu de la participation des communautés locales à l'innovation publique, l'équité sociale et la dignité, l'importance du patrimoine culturel, le partage des connaissances et l'objectif d'une société de bien-être économique pour tous.

L'édition 2015 se positionne également au-delà de la ville et de la province, créant ainsi un partenariat proactif avec d'autres acteurs de l'Euregio Meuse-Rhin et de Belgique. Sous la bannière de RECIPROCITIES, les principaux organismes de Genk, Hasselt, Mons, Aachen et Maastricht ont décidé de partager l'esprit et la mission transfrontalière de la Triennale, en développant des expositions et événements spécialement pour l'occasion. Loin d'être l'expression délirante d'un quelconque colonialisme culturel, cette initiative fait partie intégrante de notre stratégie qui s'appuie sur un effet viral et systémique.

Les sujets que nous avons développés avec les commissaires des événements principaux de l'édition 2015 sont différents mais mènent tous à un principe unique : la réciprocité entre design & personnes, bien-être économique & créativité. Ce qui suit donne un aperçu des sujets abordés et des projets connexes.

LES SYSTÈMES ALIMENTAIRES DURABLES sont l'enjeu majeur de l'exposition The Taste of Change et de sa section complémentaire consacrée à deux projets collaboratifs : Un Regard Belge sur l'Art de la Table Chinois et Vice Versa qui confronte des étudiants de l'ESA Saint-Luc Liège à ceux de la Tsinghua University de Pékin (CN) en abordant la diversité culturelle et l'alimentation ; et World Design & Alimentation qui est le fruit d'une collaboration entre le département DICTEA de la Seconda Università de Naples (IT) et des étudiants de l'ESA Saint-Luc Liège qui ont imaginé et fabriqué une série





RECIPROCITY

de prototypes liés à la production, au stockage, au conditionnement et à la consommation de produits alimentaires. Le sujet est également abordé de manière très pragmatique et anecdotique par Jan Boelen et les « mentors » du projet Beyond food and design à C-mine Genk. Dans le cadre du projet de recherche avec les écoles dans le quartier Saint-Gilles à Liège, des services alimentaires novateurs ont été proposés par des étudiants de La Cambre (coachés par François Jégou) ou encore par des étudiants de l'ESA Saint-Luc Liège (et leur professeur Pinky Pintus) qui sont les auteurs d'un étal portable de maraicher. Ailleurs, on retrouve le système de repas collectifs qui sera concrètement adopté par La Maison des Jeunes d'Ougrée et qui a été développé par les étudiants de la MAD-Faculty de Genk et les habitants du quartier de Trasenster à Seraing, dans le cadre d'un workshop organisé début 2015.

Ces deux quartiers sont des zones cibles où des étudiants collaborent avec les habitants en vue d'améliorer les conditions de vie. Et c'est ici que, depuis 2012, l'interaction entre DESIGN ET COMMUNAUTÉS LOCALES est devenue un objectif fondamental et passionnant, comme en témoignent Nik Baerten & Virginia Tassinari, commissaires du projet Welcome to__ 2015.

Le collectif d'architecture et design belge Rotor nous a également fait le grand honneur de nous rejoindre. Et, comme prévu, leur contribution va bien au-delà de l'événement : ils ont transformé le sujet de l'ARCHITECTURE ET RÉUTILISATION en une stratégie solide à long terme qui pourrait implémenter un nouveau système culturel et économique viable dans le secteur de la construction.

Connue pour son engagement social et ses illustrations faites à la main, Teresa Sdralevich a converti ce domaine en ACTIVISME GRAPHIQUE. Conjointement avec Nawal Bakouri (une experte française dans le domaine) et des graphistes invités pour animer des ateliers (Homa Delvaray d'Iran, Tom Henni de France et Malte Martin, un Allemand vivant à Paris), elle a installé un studio temporaire à l'ESA Saint-Luc Liège afin de promouvoir mots et images et afin d'enseigner aux personnes à utiliser les outils graphiques comme armes de protestation, instruments de cohésion sociale et moyens de libre expression.

Intégrés dans la fibre créative de Liège, nous ne pouvions négliger



Mouvement Saint-Gilles, action *Tricot urbain*, 2014 © photo: Mouvement Saint-Gilles



le travail en amont du RElab, le fablab de Liège, où les valeurs des makers, l'un des mouvements les plus importants des dernières décennies, sont encouragées et diffusées de manière exemplaire. À ce titre, le sujet des FABLABS & NOUVEAUX MODÈLES DE PRODUCTION est l'une de nos priorités ainsi que l'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.

Pour finir, l'INNOVATION SOCIALE ET PUBLIQUE est le fil rouge de RECIPROCITY design liège et traverse toutes sortes de langages créatifs, en ce compris la production de documentaires indépendants (cf. IMAGINE Liège) et la photographie (cf. Made in Europe).

Voici l'orientation que nous suivons depuis 2012 et qui génère, année après année dans notre travail avec les conseillers ou experts en design, les gens, les pouvoirs publics, les enseignants et les étudiants, un changement de perspective, une appropriation progressive des outils pour transformer ce qui ne fonctionne pas et redécouvrir le potentiel de ce territoire qui ouvre généreusement ses portes à une armée locale et internationale de designers et de personnes qui veulent réinventer la Cité Ardente.

Pourquoi le design au sommet de notre stratégie ? Parce que de plus en plus de designers portent fièrement le drapeau des systèmes interdisciplinaires et co-créatifs ; parce que c'est probablement l'unique domaine professionnel construit sur la capacité à la fois d'observation, de dialogue, de conception et de prototypage des nouveaux comportements économiques et environnementaux ; parce que c'est certainement la seule compétence basée sur une approche holistique et «open source» où l'erreur est aussi fonctionnelle qu'une chaise bien construite et où l'esthétique n'est jamais absolue mais directement proportionnelle au degré d'appropriation/identification établi par les utilisateurs.

Une Triennale du Design, mais où sont les objets dits «design» que nous voyons habituellement dans le monde entier, lors des biennales, triennales et semaines du design? Certains produits sont présentés mais l'accent est ici davantage mis sur les processus et les services qui les accompagnent, le témoignage d'un changement de perspective important ou plutôt, d'un élargissement radical des champs d'intérêt. Les designers présentés dans ce contexte visent toujours à produire des choses, des biens de consommation intelligents et durables, mais ils sont de plus en plus conscients que c'est insuffisant.

Peinture murale monumentale à Ougrée-Bas (Seraing) réalisée par l'artiste chilien Alejandro « mono » Gonzalez et les enfants du quartier en 2011 sur initiative de la Maison du combattant , Massive painted mural in Ougrée-Bas (Seraing), created by the Chilian artist Alejandro 'mono' Gonzalez and local children in 2011 on the initiative of the Maison du combattant

© photo: Reciprocity

RECIPROCITY

De plus, la crise économique a affecté les valeurs et principes de l'économie de marché, ses paradigmes de croissance et a réduit l'effet culturel séculaire de l'équation capitaliste : j'achète donc je suis. Partant des préoccupations environnementales et des objectifs de développement durable, une nouvelle compétence créative s'est progressivement développée. Un groupe diffus d'individus issu du monde du design, de l'urbanisme et de l'architecture, a modifié les règles et créé un espace neuf pour promouvoir la « réflexion » outre la production, démarrer des start-ups autonomes, développer des processus open source, aligner la co-création de produits & services avec les utilisateurs (des vrais, pas des abstraits!) et transformer l'espace web en plateforme de meilleures pratiques et de stratégies résilientes : outils d'apprentissage, de fabrication et forums peer-to-peer, dans le but de recevoir des commentaires d'organisations et d'individus semblables dans le monde entier. Des pratiques, certes pas neuves, puisque le « mouvement » se développe depuis au moins une vingtaine d'années, mais la nouveauté réside dans la définition de ce changement progressif dans les modes de vie et la création : l'innovation sociale. Les communautés créatives repensent dès maintenant leur mode de vie.

Le rôle du design, dans cet espace interdisciplinaire et participatif, est de faciliter le processus de conception et de mise en œuvre d'un projet, grâce à la capacité d'examiner les choses, en tant que formes multidimensionnelles, fonctionnelles et émotionnelles ; dans le contexte d'une certaine culture, de certains types d'utilisateurs, gouvernés par des politiques spécifiques et des besoins spirituels particuliers. La dualité produit /consommateur est dorénavant beaucoup plus fluide, envisageant le service, le contexte agricole/urbain, la capacité, la motivation et la culture de l'utilisateur afin qu'il puisse utiliser ce produit au quotidien. De nos jours, la chose repose sur les relations humaines. Avec Ezio Manzini (stratège de la conception durable et sociale et fondateur du réseau international DESIS), nous souhaitons « une nouvelle prospérité basée sur des biens relationnels »¹...

Enfin, je voudrais partager quelques extraits d'un magnifique article écrit en 2010 par le philosophe et sociologue français, Edgar Morin: une réflexion encourageante au sujet des changements sociaux dans la société contemporaine et des mouvements tournés vers l'innovation sociale. Cet homme

de 94 ans que j'apprécie pour sa lucidité, son cœur et son courage, m'aide à conclure l'introduction de ce livre dont je vous souhaite une agréable lecture.

« L'idée de métamorphose, plus riche que l'idée de révolution, en garde la radicalité transformatrice, mais la lie à la conservation (de la vie, de l'héritage des cultures).

Ainsi il faut à la fois mondialiser et démondialiser, croître et décroître, développer et envelopper. (...) L'objectif n'est plus fondamentalement le développement des biens matériels, de l'efficacité, de la rentabilité, du calculable, il est aussi le retour de chacun sur ses besoins intérieurs, le grand retour à la vie intérieure et au primat de la compréhension d'autrui, de l'amour et de l'amitié. Il ne suffit plus de dénoncer. Il nous faut maintenant énoncer. » ²

Giovanna Massoni RECIPROCITY design liège Directrice artistique

¹ Ezio Manzini, Design, When Everybody Designs, The MIT Press, 2015

² Edgar Morin, extrait de Éloge de la métamorphose, LE MONDE | 09.01.2010 www.lemonde.fr/idees/article/2010/01/09/ eloge-de-la-metamorphose-par-edgarmorin_1289625_3232.html#AE2hha-ROY5FwGZVQ.99

INTRODUCTION



Welcome to Seraing – workshop #1: diner collectif à la / collective dinner at the Maison des Jeunes (Youth Centre), 2015 © photo: Gilles-Ivan Frankignoul

DESIGN-DRIVEN METAMORPHOSIS

This book is not seeking to be an event catalogue, nor an academic essay on design for social innovation. Rather, it is an interweaving of words and images that tell of the time spent and things done while building the second edition of RE-CIPROCITY design liège, for once focusing on people and passions more than on ceremonials.

It's an illustrated story with no beginnings and no ends, with no figures but only facts and individuals that testify to the 'making of' the Liege Triennial of Design & Social Innovation. Different are the kind of narratives we adopted: some texts refer more or less to the event itself, while others provide critical analysis or general reflections on the state-of-the-art of design and society. But the common thread, be it a sole-author statement or a dialogue, is of course the highly professional skill of each contributor, augmented each time by a deep human-based approach and by the need - probably the most important expression of humanity - to communicate, transmit and exchange knowledge. These are open and accessible tales. A collective storytelling of design & social innovation.

Since 2012, RECIPROCITY has been developing relationships and synergies with a multitude of local organisations that work towards social innovation in a number of different sectors: culture, agro-food, social entrepreneurship, education & learning... As such, the goals of the Triennial are guided by a sort of emancipation that is a direct result of collaborating with these associations - protagonists who are forging working models for the cultural, economic and social fabric of the city. It is an alliance founded in the exchange of skills, knowledge and experience to create lasting impact and contribute to both international debate and a new, locally-rooted, circular and functional economy.

Another organic, important step of this 'emancipation' was marked by encompassing three new fields of vision: Architecture (focusing on systems to reuse building materials), Graphic Design (focusing on activism in visual communication), and Film (full-length feature films and shorts focusing on social innovation). These are three sectors that are inextricably lin-

RECIPROCITY

ked to the process of socio-cultural innovation, and as such, the economy of the city and province.

RECIPROCITY is a timeless strategy rather than a 30-day festival. In different fields and using different languages, together with the invited curators, partner organisations, people and public authorities, the goal is to gradually rethink appropriate ways to reach the same objective: the transformation of a global system that currently neglects the potential of local communities creative participation to public innovation, social equity and dignity, cultural heritage and knowledge-sharing, and distributed welfare.

The 2015 edition also moves beyond the city and the province, creating a proactive partnership with other centres in the Euregio Meuse-Rhine and Belgium. Under the banner of RECIPROCITIES, leading organisations from Genk, Hasselt, Mons, Aachen and Maastricht decided to share the spirit and cross-border mission of the Triennial and developed exhibitions and events specifically for the occasion. And this is not the expression of any kind of delirious cultural colonialism, but part of a deliberate strategy where viral and systemic changes can contribute to a more diffused, happier, grass-rooted and lasting change.

The topics we developed together with the main events' curators of the 2015 edition are different, but all lead to a unique principle: the reciprocity between design & people, economic welfare & creativity. What follows gives a broad outline of the subjects tackled and the related projects.

SUSTAINABLE FOOD SYSTEMS is the main issue treated in *The Taste of Change* exhibition, and its complementary section is dedicated to two collaborative school workshops and related outcomes: *A Belgian Look on the Art of the Table in China and Vice Versa*, confronting students from ESA Saint-Luc Liege with those of Beijing Tsinghua University (CN) in tackling cultural diversity and food; and *World Design & Nutrition*, where Seconda Università, DICTEA Dept. in Naples (IT) has organised a cross-collaboration with ESA Saint-Luc Liege students in order to think and make a series of prototypes on production, storage, processing and consumption of food products. The issue is also treated in a way that mixes pragmatism and anecdotes by Jan Boelen and his project 'mentors' in *Beyond food and design* at C-mine Genk. And innovative food services are suggested by La Cambre students coached by François



Panneau d'annonce de l'aménagement du / Panels announce the planned Boulevard Urbain, Ougrée-Bas © photo: Reciprocity



RElab - Atelier d'initiation à la découpe laser / Workshop introducing laser cutting © photo: Romain Toupin

Jégou, as well as those from ESA Saint-Luc Liege, under the guidance of teacher Pinky Pintus, whose portable display for selling vegetables is part of the school's ongoing research in the Liege neighbourhood of Saint-Gilles. Elsewhere, there is the collective dinners system that will be adopted by La Maison des Jeunes in Ougrée, developed by MAD-Faculty Genk students and inhabitants in the Trasenster area of Seraing, after workshops held early in 2015.

Both neighbourhoods are the target spaces where students are collaborating with local stakeholders to create a better way of living, and where the DESIGN AND LOCAL COMMUNITIES issue has become a serious and passionate goal to fulfil since 2012, as explained by Virginia Tassinari & Nik Baerten, Welcome to 2015 curators.

We have also been delighted that the Belgian architecture and design collective Rotor agreed to come on board. And, as expected, its contribution goes way further than the event, rethinking the topic ARCHITECTURE AND REUSE into a solid long-term strategy, one that could implement a new viable cultural and economical system in the building sector.

Well-known for her social engagement and for her skilled handmade illustrations for years, Teresa Sdralevich has transformed Graphic Design into GRAPHIC ACTIVISM. Together
with Nawal Bakouri, a renowned French expert in the field,
and the graphic designers invited to animate workshops
(Homa Delvary from Iran, Tom Henni from France and
Malte Martin, German but living in Paris), they have installed
a temporary studio at ESA Saint-Luc Liege in order to foster
words and images and teach people on how to use graphic
tools as protest weapons, socially cohesive media and means
for free-expression.

Networking with the creative fabric of Liege, we couldn't neglect the grass-roots work developed by RElab, the Liege fablab, where the values of the 'makers', one of the strongest movements of these last decades, are fostered and spread in an exemplary way. As such, the topic of FABLABS & NEW PRODUCTION MODELS is one of our priorities.

In addition to the CIRCULAR ECONOMY, RECIPROCITY's main transversal subjects of SOCIAL AND PUBLIC INNOVATION influence all kind of creative languages, including independent documentary film production (IMAGINE Liège) and photography (Made in Europe).

RECIPROCITY

This is the direction we have been following since 2012 and that, year after year, in our ongoing work with design advisors or experts, people, public authorities, teachers and students, is generating a sort of change in perspective, a gradual appropriation of tools to change what's wrong, to rediscover the potential of this area that is generously opening its doors to a local and international army of designers and people who want to reinvent the *Ardent City*:

Why do we keep design at the top of our strategy? Because more and more designers proudly bear the flags of cross-disciplinary and co-creating systems; because it's the only professional field built on a background that implies observation, dialogue, creation, and prototyping of human, economic and environmental behaviours; because it's probably the only skill based on a holistic and 'open source' basis where mistakes are as functional as well-built chairs, and where the aesthetics are never absolute but directly proportional to the appropriation/identification degree established by users.

A design triennial, but where are the design products we are used to seeing while visiting worldwide biennials, triennials and design weeks? Some of them are there, yet the emphasis is undoubtedly more on the processes and services they encompass. It is an important change of perspective, or rather a quite radical widening of fields of interest, which means designers still aim to produce 'things', consumer goods, well-designed and sustainable, but are increasingly aware that this is not enough anymore. Economic crisis affected values and principles of the free-market and its paradigms of growth, and reduced the centuries-long cultural effect of the capitalistic equation: I buy therefore I live. A new creative skill was gradually generated from environmental concerns and sustainable development goals. A diffuse group of individuals sprung forth from the realms of design, urban planning and architecture, which started to change the rules and create a new space for emphasising the 'thinking' besides the making, creating self-managed start-ups, engendering open-source processes, aligning the co-creation products & services with end-users (real ones, not abstract!), and utilising the online realm as a showcase of best practices and resilient strategies: learning & making tools and peer-to-peer forums, in order to receive advice and feedback from other similar organisations and individuals all over the world. These practices are not





RECIPROCITY DAY, table ronde / round table

The Taste of Change, Expo Milano 2015

© photo: Jérôme Van Belle (WBI)

Welcome to Seraing – workshop #2: story-telling brainstorming, 2015 © photo: Reciprocity



Mouvement Saint-Gilles, action Nourriture à partager / Food to share © photo: Mouvement Saint-Gilles

brand new. It's been at least a couple of decades that the 'movement' has been in development. But what is more recent is to define and name this increasing change in lifestyle and creation: social innovation. Creative communities are now redesigning their way of life.

The role that design plays in this inclusive cross-disciplinary and participative space is to facilitate the process of design thinking and making (thanks to an expertise to look at 'things' in multi-dimensional shapes, functional and emotional, contextual to a certain culture, certain kind of users, ruled by specific policies and particular spiritual needs.) The duality of the product/consumer is now much more fluid, including the service, the urban/agricultural context, the ability, the motivation and the culture of the user to make products work on a daily basis. Nowadays, the 'thing' is driven by human relations. Together with Ezio Manzini (sustainable and social design strategist and founder of the DESIS international network), we wish 'a new prosperity based on relational goods'1...

Finally, I would like to share with you some excerpts from a wonderful article written in 2010 by the French philosopher and sociologist Edgar Morin: a sort of encouraging reflection on social changes in contemporary society and social innovation-oriented movements. This 94-year-old man, who I appreciate once again for his lucidity, heart and courage, helps me to wrap up my introduction to this book and wish you pleasant reading.

'The idea of metamorphosis, richer than the idea of revolution, keeps the transformative radicalism, but binds it to conservation (of life, of the legacy of cultures)... So we must both globalise and de-globalise, grow and degrow, develop and wrap... The objective is no longer fundamentally the development of material goods, efficiency, profitability, the calculable, it is also the return of everyone to his/her inner needs, the great return to the interior life and to the primate of understanding the others, of love and friendship... It is not enough to denounce. We must now state.'2

Giovanna Massoni RECIPROCITY design liège Artistic director

¹ Ezio Manzini, Design, When Everybody Designs, The MIT Press, 2015

² Edgar Morin, excerpts from Éloge de la métamorphose, LE MONDE | 09.01.2010 www.lemonde.fr/idees/article/2010/01/09/ eloge-de-la-metamorphose-par-edgarmorin_1289625_3232.html#AE2hha-ROY5FwGZVQ.99



29

THE TASTE OF CHANGE

Design for food – outils, services & systèmes

RECIPROCITY

Dans le cadre de RECIPROCITY design liège 2015, un appel à projets international a été adressé aux écoles et aux designers. La question posée consistait à repenser le repas (objets et espace), la cuisson et la conservation des aliments ; à développer des projets, systèmes et services inhérents à la production et distribution des aliments ; à créer des projets valorisant les traditions culinaires, la qualité des ingrédients, la biodiversité et la diversité culturelle.

Au travers d'une réflexion sur les outils et les ingrédients que l'on utilise chaque jour pour se nourrir, le design propose des objets, des comportements, des services et des systèmes qui insufflent de l'innovation et une nouvelle éthique à ce besoin primaire. Et ce, au travers de solutions durables de préparation, conservation, distribution et partage des aliments :

- en diminuant l'impact énergétique de cuisson et conservation des aliments.
- en minimisant les déchets almentaires et le packaging.
- en soulignant la qualité des aliments (santé et hygiène alimentaire),
- en transmettant les traditions culinaires, la diversité culturelle et la biodiversité,
- en conférant à l'espace, aux objets et au rituel du repas un sens « augmenté » de cohésion sociale.
- en proposant des systèmes de distribution durable et communautaire (nouvelles formes de catering, pop-up restaurants et street food),
- en créant des réseaux de production (potagers urbains, circuit-court) et de distribution (achats groupés et autres).

Suite à l'évaluation de plus de 200 candidatures issues de 22 pays, 59 produits / projets / services ont été sélectionnés pour participer à une des quatre expositions principales de l'édition 2015 de la Triennale de Liège et 4 prix ont été attribués par un jury international.

Un groupe très varié d'experts locaux et internationaux a analysé les dossiers des candidats lors de deux séances. Le premier jury a sélectionné les projets participants et attribué trois prix aux designers travaillant ou nés en Wallonie, en Fédération Wallonie-Bruxelles ou dans l'Euregio Meuse-Rhin. Le deuxième jury, qui s'est tenu à Milan dans le cadre de l'EXPO Milano 2015, a octroyé le prix international.

Le spectre des sujets abordés est interpellant, ainsi que la diversité culturelle des nombreuses candidatures recues, ce qui est un signe encourageant confirmant le grand intérêt et l'engagement dans la problématique de la nourriture. Ressortent aussi le langage visuel, le récit, les analyses et systèmes de nature globale-locale, les technologies naïves ou de pointe... Ces caractéristiques assurent la variété des projets présentés : issus de l'impression 3D, projets pilotes, prototypes, applications, films, design industriel, services, artisanat... D'où provenaient ces candidatures ? Hongrie, Estonie, Canada, Australie, Belgique, Pays-Bas, Autriche, France, Allemagne, Italie, Mexique, Colombie, Indonésie... Le design comme moyen d'élargir nos connaissances et pratiques, de créer des ponts et un regard critique sur l'existant et de générer de l'impact social; tant étudiants que designers professionnels, tel est l'esprit général de The Taste of Change.

Les prix ont été attribués aux designers et projets suivants : Prix Wallonie : Julie Royaux pour Local Eat ; Prix de la Fédération Wallonie-Bruxelles : Violaine Dupuis & Groupe One pour Tiffin ; Prix Euregio Meuse-Rhin : Chloé Rutzerveld pour Edible Growth ; et le Prix international : Arne Pauwels pour Wakati.

Nous avons demandé à quatre membres du jury d'accompagner leur choix professionnel et personnel d'un texte critique afin d'apporter une analyse plus profonde et une mise en contexte de ces projets. Un regard critique peut parfois être plus utile pour les jeunes professionnels et les étudiants qu'une récompense honorifique. Nous aimons à penser que ces quatre prix, censés être une incitation concrète à la suite du projet / prototype / service, sont notre petite contribution au soutien d'un meilleur design pour un monde meilleur.

Giovanna Massoni

Comité de sélection & membres du jury :

Président: Alok Nandi - Architempo (BE) / Giovanna Massoni - directrice artistique RECIPROCITY 2015 (BE) / Clio Brzakala - directrice Wallonie Design (BE) / Claudine Moreau, Marjorie Charlier -Province de Liège-Culture (BE) / Dorothée Goffin - Smart Gastronomy Lab (BE) / Isabelle Grommet - WAGRALIM (BE) / Francois Jégou -Strategic Design Scenarios et ENSAV La Cambre (BE) / Jérémy Joncheray - Taste & Visual (FR / BE) / Isabelle Masson-Loodts - journaliste (BE) / Giorgia Morero - FWB et WBDM (BE) / Kunty Moureau - journaliste et commissaire d'expositions (BE) / Caroline Naphegyi - Lille Design (FR) / Jean-Luc Pigneur - Generation W et Vieusart Academy of Culinary Arts (BE) / Heleen Van Loon -Cultuurplatform Design Limburg (BE) / Saskia Van Stein - Bureau Europa (NL) / Audrey Bres - Yookô Magazine (FR) / Leen Creve - journaliste (BE) / Vivian Cheng - designer et membre de l'ICSID (HK) / Agata Jaworska - journaliste et commissaire d'expositions (PL / NL) / Anna Meroni - professeur associé du Département de Design du Politecnico di Milano et coordination internationale DESIS (IT) / Cristina Morozzi - journaliste et directrice Design Education de la Design School-Istituto Marangoni (IT) / Mathieu Nguyen - journaliste de Le Vif/ L'Express Weekend magazine (BE) / Emma Firmin journaliste freelance DAMn magazine (BE / UK) / Laurence Soetens - designer, Food Fiction (BE).

P. 26-27

Violaine Dupuis & Groupe One, *Tiffin* – restaurants affiliés / affiliated restaurants © photo: V. Dupuis

THE TASTE OF CHANGE

Design for food – tools, services & systems

RECIPROCITY

Studio Jihyun David, Save food from the fridge (verticalité des racines / verticality of roots) © photo: Studio Jihyun David

As part of RECIPROCITY design liège 2015 we made an international call for entries to schools and designers. Students, designers and organisations were asked to re-think the meal (objects and spaces); cooking and food preservation; to develop processes, systems and services of food production and distribution; and to put forward projects relating to culinary traditions, quality of ingredients and bio- and cultural diversity.

Through tools and ingredients we use on a daily basis to feed ourselves, today's design questions and provides objects, services and systems that foster innovation. Design also gives a sense of responsibility to the basic need of feeding ourselves, by providing sustainable solutions for preparing, preserving and sharing food that:

- reduces energy consumption during cooking and conserving,
- minimises food and packaging waste,
- highlights food quality (health, food hygiene)
- teaches culinary traditions, bio- and cultural diversity,
- enhances spaces, objects and meals with a sense of social cohesion,
- develops sustainable distribution and community-based systems (new forms of catering, pop-up restaurants & street food),
- creates local networks for production (urban gardens, short-food supply chains) and distribution (joint purchases).

From nearly 200 entrants, 59 products, projects and services were selected by a professional committee to feature in one of the four main exhibitions of RECIPROCITY 2015, with four prizes awarded by an international jury. This process brought together a diverse group of local and international experts that met twice. The first jury was held in Liege, and in addition to selecting the works to be included in *The Taste of Change*, chose three awards to designers working or born in Wallonia, the Wallonia-Brussels Federation and Euregio Meuse-Rhine. The second jury, which took place in Milan in the context of EXPO Milano 2015, awarded the International prize.

The scope of the topics tackled was striking, and cultural diversity one of the most encouraging signs emerging from the numerous submissions - confirmation of a broad interest and engagement in the field of food. Visual language, story-telling, aims of projects, global-local analysis and systems, naive to high-end technological methodologies, all characterise a variety of prototypes, pilots projects, applications, films, research and process, industrial design, 3D printing products, services and artefacts... And from where? Hungary, Estonia, Canada, Australia, Belgium, Netherlands, Austria, France, Germany, Italy, Mexico, Colombia and Indonesia, to name but a few... Design as a means to broaden up our knowledge and practices, to create bridges and to generate critical opinions and social impact from scratch, as students or as professional designers: this is the general spirit of The Taste of Change.

The Taste of Change awards goes to the following designers and projects: Wallonia award: Julie Royaux with Local Eat; Wallonia-Brussels Federation award: Violaine Dupuis & Groupe One with Tiffin; Euregio Meuse-Rhine award: Chloé Rutzerveld with Edible Growth; and the international award: Arne Pauwels with Wakati.

We have asked four jury members to complement each award-winner's work with a critical text that reflects their own professional & personal choice, including their knowledge and experience in the subject, in order to contribute (and sometimes advise designers) a more in-depth analysis and contextualisation.

Critical opinions might sometimes be more useful for young professionals and students than an honorary reward. We like to think that these four prizes, which are also meant to be a concrete incentive to the follow-up of the project/prototype/service, is our small contribution to develop a better design for a better world.

Giovanna Massoni

Selection committee and jury members:

Chairman: Alok Nandi - Architempo (BE) / Giovanna Massoni - RECIPROCITY 2015 (BE) / Clio Brzakala -Wallonie Design (BE) / Claudine Moreau, Marjorie Charlier - Province of Liege-Culture (BE) / Dorothée Goffin - Smart Gastronomy Lab (BE) / Isabelle Grommet - WAGRALIM (BE) / Francois Jégou - Strategic Design Scenarios and ENSAV La Cambre (BE) / Jérémy Joncheray - Taste & Visual (FR/BE) / Isabelle Masson-Loodts - freelance journalist (BE) / Giorgia Morero - FWB and WBDM (BE) / Kunty Moureau - freelance journalist and curator (BE) / Caroline Naphegyi - Lille Design (FR) / Jean-Luc Pigneur - Generation W and Vieusart Academy of Culinary Arts (BE) / Heleen Van Loon - Cultuurplatform Design Limburg (BE) / Saskia Van Stein - Bureau Europa, Maastricht (NL) / Audrey Bres - Yookô Magazine (FR) / Leen Creve - freelance journalist (BE) / Vivian Cheng - designer and ICSID member (HK) / Agata Jaworska – freelance journalist and curator (CAN/ NL) / Anna Meroni - associate professor at the Design Department of Politecnico di Milano and international coordinator of DESIS - (IT) / Cristina Morozzi - freelance journalist and Design Director of Education at Design School - Istituto Marangoni (IT) / Mathieu Nguyen – journalist at Le Vif/L'Express Weekend magazine (BE) / Emma Firmin - freelance journalist at DAMn magazine (BE/UK).

LOCAL EAT

Julie Royaux (BE) www.facebook.com/localeat

Local Eat est une application gratuite pour smartphones et tablettes permettant de trouver des produits frais et locaux en Wallonie et à Bruxelles. Elle référence les points de ventes directs des petits producteurs (circuits-courts) inscrits dans une démarche respectueuse des hommes et de l'environnement.

La recherche de producteurs se fait via deux critères : le type de produit et la distance. Des notifications avertiront également l'utilisateur lorsqu'il passe à proximité d'un lieu de vente direct de produits frais et locaux.



Local Eat is a free geolocation app for smartphones and tablets that helps you find fresh and local products in Wallonia and Brussels. The app locates the direct point-of-sales of small-scale producers (short food supply chains) who are using sustainable farming methods. The search engine uses two criteria: products (type of) and location. Notifications will pop-up on the users' phone or tablet screen as they walk or drive by a direct point-of-sale.

TIFFIN

Violaine Dupuis & Groupe One (BE) www.tiffin.be

Tiffin est à l'Horeca ce que les services de vélos partagés sont à la route : un service de boîte à repas écologique et saine ! Souscrivez au service dans un restaurant partenaire. Commandez un plat, apportez votre Tiffin et recevez une réduction de 5%. Dégustez, lavez votre boîte et emportez-la lors de votre prochaine commande. L'utilisateur contribue à réduire le volume de déchets dans l'Horeca et fait aussi un cadeau à sa santé. Tiffin c'est des tonnes de déchets en moins. Tiffin préserve la chaleur du repas au moins une heure et son matériau ne migre pas dans les aliments. La boite à repas a été choisie par les restaurateurs car elle est hermétique, solide, pratique et durable.

_

Tiffin is a new Take-Out service with reusable To-Go containers based in Brussels. Subscribe to one of the participating restaurants, order a meal, bring in your Tiffin container and get a 5% discount. After the meal, wash the container so you can use it for your next order. Tiffin helps reduce To-Go waste in the catering and food sector and is beneficial for the health of the consumer. The container keeps the meal warm for at least an hour and does not alter the food. The Tiffin container was selected by restaurant owners because it is airtight, resistant, practical and sustainable.



© photo: Mathi

EDIBLE GROWTH

Chloé Rutzerveld (NL) www.chloerutzerveld.com

Un exemple de futur produit alimentaire établissant un lien entre les nouvelles technologies et les méthodes de culture et d'élevage traditionnelles. Plusieurs couches composées de terreau comestible, graines, spores et levure sont imprimées grâce à un fichier 3D personnalisé. Les processus naturels de photosynthèse et fermentation ont lieu. En cinq jours, les plantes et les champignons sont matures, tandis que la levure fermente le solide à l'intérieur dans un liquide. Selon l'intensité de la structure, de l'odeur et du goût, le consommateur décide quand le récolter et profiter de cet aliment délicieux, frais et riche en éléments nutritifs.



An example of a future food product bridging new technologies and authentic practices of growing and breeding food. Multiple layers containing an edible breeding ground, seeds, spores and yeast are printed according to a personalised 3D file, after which natural processes like photosynthesis and fermentation will start. Within five days the plants and fungi mature, while the yeast ferments the solid inside into a liquid. The product's intensifying structure, scent and taste are reflected in its changing appearance. Depending on the preferred intensity, the consumer decides when to harvest and enjoy the delicious, fresh and nutrient-rich edible.

WAKATI

Arne Pauwels (BE) www.wakati.org



0 0

NFOS PROJETS / PROJECT INFO

Selon les Nations Unies, 45% des fruits et légumes se détériorent avant d'être commercialisés. Wakati One est une technologie novatrice qui augmente la durée de conservation des fruits et légumes vendus par les petits producteurs des pays en voie de développement. Ce produit se compose d'une tente renfermant un micro-climat stérile qui permet également de lutter contre les parasites et les maladies phytosanitaires. Wakati utilise moins d'1% de l'énergie employée par un réfrigérateur, et ce pour une fraction de son coût.

_

According to the United Nations, 45% of fruit and vegetables is spoiled before it reaches the market. Wakati One is an innovative technology that increases the shelf life of fruit and vegetables for small-holder farmers in developing countries. A tent provided with a small solar panel of just 3-Watts, Wakati creates a sterilised micro-climate that dramatically combats the problems of perishability, pests and diseases, while using less than 1% of the energy of a conventional refrigerator and at a fraction of the cost.

35

Isabelle Masson-Loodts à propos de

LOCAL EAT - Prix Wallonie



Julie Royaux, Local Eat – application (fonctions de base et avancées / basic and advanced functions © photo: J. Royaux

Sachant que la réciprocité et le design pour l'innovation sociale constituent le fil rouge de RECIPROCITY, le projet Local Eat s'est très naturellement imposé à la tête des projets qui ont retenu l'attention du jury. La notion de design n'était pourtant, à première vue, pas si évidente : l'application smartphone n'existant encore qu'à l'état de projet, il était difficile de se rendre compte de la forme concrète qu'elle prendrait. Mais le concept, lui, est clairement défini : faciliter l'usage des circuits courts. Voilà une idée qui correspond parfaitement à une série de questions bien contemporaines. Celles, d'une part, qui se posent au monde agricole : comment revenir à une agriculture à échelle humaine, et à une économie locale moins sujette aux dures lois du marché global? Mais aussi les questions animant le nombre croissant de consommateurs qui, mesurant le poids de leur assiette dans la balance de l'équilibre environnemental et sociétal de notre petite planète, s'évertuent à devenir des « consomm-acteurs », mais manquent parfois d'outils et d'informations pour cela. Si le design « se réinvente » en fonction des évolutions de notre monde, apporter des solutions innovantes à des « problématiques de tous les jours, petites et grandes, liées aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux »1 reste l'enjeu immuable qui se trouve en son coeur! Mené par une promotion d'éco-conseillers wallons fraîchement formés et mus par l'envie de concilier l'innovation et l'environnement, ce projet nous rappelle que le design n'est pas que l'affaire de designers. Le moteur de Local Eat, « un processus intellectuel créatif, pluridisciplinaire et humaniste »2, différencie ce projet d'un simple objet de consommation supplémentaire pour en faire une véritable création design.

Dans une ambiance générale dominée par la morosité, ce projet parie sur le ré-enchantement de la société : il démontre que les contraintes, même lorsqu'elles sont économiques, stimulent la créativité, et que les nouvelles technologies, encore souvent assimilées à la froideur robotique, peuvent être créatrices de liens. Ainsi, la sphère internet et le cortège des applications pour mobiles qui s'inscrit dans sa filiation, permettent une mise en réseau des initiatives locales et incitent à des échanges inspirants. Local Eat s'inscrit dans une série d'initiatives nées sur le web et faisant évo-

luer, - pas si - lentement mais - très - sûrement notre consommation pour lui donner une dimension collaborative: du covoiturage (BlaBlaCar, We-Truck, Taxistop...) aux « outillothèques » (Tournevie à Bruxelles, Peerby au Danemark, Share Voisin en France...) en passant par le partage de machines à lessiver (La Machine du Voisin) ou celui de jardin (www.pretersonjardin.be), ces nouveaux services ne sont pas des utopies. Certes, les structures sur lesquelles ils se construisent sont encore en évolution, et parfois à la recherche d'un modèle économique, car internet, pas plus que la qualité de l'information, ne sont gratuits. Mais parmi ces projets, certains montrent que des vojes alternatives sont possibles et que l'on peut, notamment, défier les sacro-saintes « lois du marché » pour allier générosité et économie. En France, par exemple, où les produits invendus représentent 5,6 milliards d'euros par an dans la distribution, l'application Zéro Gâchis, permettant de lutter contre le gaspillage alimentaire en signalant les promos des supermarchés sur les produits proches de la date limite a permis, depuis ses débuts en 2012, de sauver 315 tonnes de produits soit l'équivalent de plus de 630.000 repas, et 1,2 millions d'euros d'économies réalisées par les consommateurs... La marge de progression, encore large, donne de belles perspectives d'évolution à cette petite start-up axée sur le développement durable. On souhaite autant de succès à Local Eat qui, avec EFarmz, Topino, Agricovert, La Ruche qui dit oui, PointFerme, et d'autres, a choisi de relever un autre défi de taille : en Belgique, en 2014, les supermarchés classiques représentaient encore 44,1% du marché, tandis que la vente directe à la ferme et celle au marché tournaient toutes deux autour de 4% du marché³.

> Isabelle Masson-Loodts Membre du comité de sélection et du jury

¹ Alliance Française des Designers

² Alliance Française des Designers

³ Itinéraires bio, n°17, 07-08/2014

Isabelle Masson-Loodts about

LOCAL EAT - Wallonia Award

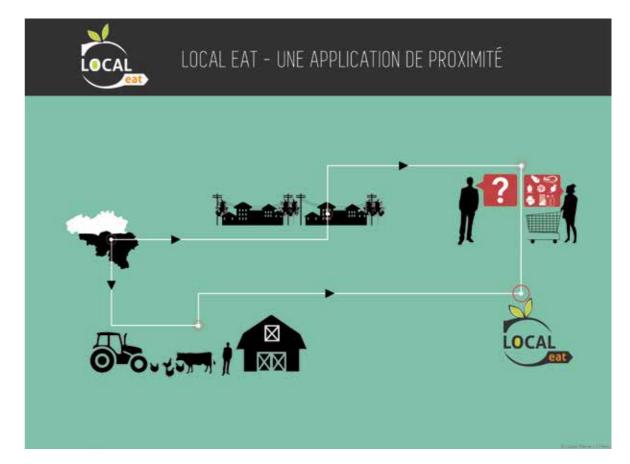
Knowing that 'reciprocity and design for social innovation are the main threads of RECIPROCITY design liège,' the Local Eat project naturally stood out as one of the best projects and caught the jury's attention. At first glance, the notion of design was not even so obvious: the smartphone application being still a project, it was difficult to realise the concrete form that it would take. But the concept is clearly defined: to make the use of short distribution channels easier. This is an idea that perfectly corresponds to a series of contemporary issues. On the one hand, those related to the agricultural world: how is it possible to come back to human-scale agriculture and to a local economy less prone to the tough laws of the global market? And on the other hand, issues that a growing number of consumers are interested in, as they measure the importance of their food for the environmental and societal balance of our small planet, trying to become 'consumers-stakeholders' but sometimes lacking the tools and information to do so. If design 'reinvents itself' according to the evolutions of our world, finding innovative solutions to 'everyday issues, small and big, related to economic, social and environmental concerns' remains the immutable challenge at its core. Led by newly trained Walloon environmental advisers who want to combine innovation and environment, this project reminds us that design is not only the designers' business. The driving force behind Local Eat, 'a creative, intellectual, multidisciplinary and humanist process'2, makes this project different from a simple new consumer product in order to turn it into a real design creation.

In an atmosphere marked by gloominess, this project bets on society's re-enchantment: it shows that the constraints, even if and when they are economic, stimulate creativity and that new technologies, still often regarded as coldly robotic, can create links. Thus, the Internet sphere and all the applications for mobile phones enable the networking of local initiatives and encourage inspiring exchanges.

Local Eat is part of a series of initiatives born on the Internet and which make our consumption evolve not so slowly but very surely - in order to give it a collaborative dimension: from car-sharing (BlaBlaCar, WeTruck or Taxistop) to 'tool libraries' (Tournevie in Brussels, Peerby in Denmark, Share Voisin in France, etc.) and including sharing washing machines (La Machine du Voisin) or garden sharing (www.pretersonjardin.be), these new services are not utopias. Of course, the structures on which they build themselves are still evolving, and sometimes looking for an economic model because the Internet and the information quality are not free. But among these projects, some show that alternative ways are possible and we can notably defy the sacred 'market laws' in order to combine generosity and economy. For example, in France, where unsold products represent 5.6 billion euros per year in distribution, the application Zéro Gâchis (Zero Waste) has enabled food waste reduction by signalling the supermarkets' discounts on products close to expiration date. Since its beginning in 2012 this has resulted in the saving of 315 tons of produce, that is to say the equivalent of more than 630,000 meals and 1.2 million euros saved by the consumers. The still enormous scope for progress offers very attractive evolutionary prospects to this little start-up devoted to sustainable development. We wish the same kind of success to Local Eat, which along with EFarmz, Topino, Agricovert, La Ruche qui dit oui. PointFerme and others, has chosen to face another big challenge: in Belgium, in 2014, the classic supermarket still represented 44.1% of the market whereas farm and market direct sales were both about 4% of the market.3

Isabelle Masson-Loodts

Member of the selection committee and jury



¹ French Designers Alliance

² French Designers Alliance

³ 'Itinéraires bio', n°17, 07-08/2014

39

François Jégou à propos de

TIFFIN - Prix Fédération
Wallonie-Bruxelles

Quand j'ai rencontré Violaine Dupuis pour la première fois, nous co-organisions une série d'ateliers sur l'économie de la fonctionnalité pour le compte de Bruxelles Environnement. Violaine a accepté de remettre en discussion son incubation du projet Tiffin pour l'adapter au mieux au contexte. C'est un plaisir d'attribuer un prix de *The Taste of Change* à un projet certainement emblématique de nos villes à la recherche d'une alimentation plus saine et résiliente.

Un produit ou un service?

Tiffin se matérialise par un objet, c'est la partie tangible du service qui se cache derrière et qui semble bien plus... important que le contenant qui est loué et échangé à chaque commande de repas. Parce que tout mangeur est, en général, plus intéressé pas le contenu que par le contenant. Aussi parce que la lunch-box Tiffin est plus sympathique (en droite ligne des milliers de lunch-box que les dabbawallahs livrent tous les jours à Mumbai) que performant (simple paroi métallique quand le moindre mug bon marché dispose d'une double paroi adiabatique). L'objet est ici l'instanciation du service, son « touch point » dirait un designer de service, soit l'élément matériel par leguel le service se donne à voir, à toucher et qui, en retour, identifie et qualifie le dit service. Et c'est en ce sens que Tiffin mérite pour moi d'être primé dans la sélection de The Taste of Change: la véritable prestation de Tiffin est le service par lequel il donne accès à un repas à la fois sain, durable et rapide.

Un « stamp café » diffus...

Comme l'annonce de manière un peu dramatique la page web du projet : si... « Vous avez fait le choix d'une alimentation durable, de saison, qui privilégie les produits locaux issus d'une agriculture raisonnée, les circuits courts et le bio ? Vous en avez assez des déchets d'emballage inutiles, des boites à repas en plastique et du Bisphénol A? »... et qu'en plus vous voulez déjeuner rapidement et bien, vous n'êtes pas sorti de l'auberge! Avec Tiffin, c'est possible. Vous pouvez vous rendre dans l'un des restaurants du réseau avec votre lunch box en main et vous êtes sûr d'une prestation de qualité! Mais alors Tiffin qu'est-ce que c'est au juste ? Posons ici la question non plus en terme de solution produit-service mais en terme d'usage : à quoi correspond cette nouvelle prestation dans notre univers de référence utilisateur ? Avec Tiffin i'ai à la fois un large choix de plats du jour, la garantie d'un menu sain et durable et une disponibilité proche de l'endroit où je me trouve. J'ai donc accès à une sorte de « restaurant diffus », un « Stamp Café » comme disent les vieux bruxellois, le café où j'ai mes habitudes mais revu au goût d'une génération mobile, pressée tout autant que soucieuse de sa santé et de la planète.

Digérer l'éco-conception...

Pourquoi insister sur cette vision utilisateur quand le projet Tiffin définit sa mission comme un anti-take-away soucieux de faire économiser autant de déchets d'emballage et de tonnes de CO2 ? Ces arguments sont éminemment louables et certainement cruciaux pour convaincre les premiers utilisateurs éco-sensibles dans une phase de lancement mais est-ce bien la mission de Tiffin à terme ? Les éco-projets doivent évoluer au-delà de leurs motivations environnementales initiales qui, si elles peuvent convaincre les pionniers, ne sont pas toujours les arguments qui résonnent à l'oreille du reste du marché moins engagé dans la transition durable. L'appétit du mangeur n'est pas aiguisé par les emballages qu'il n'a pas suscités. L'appétence du projet ne repose pas sur le take-away. L'éco-conception doit sortir du monde de ses afficionados si elle veut continuer à évoluer.

Un outil de transition de la restauration?

En ce sens, le model de création de la valeur du projet Tiffin original, initié à Van-

couver en 2012, est très inspirant : une part de l'abonnement au service est réinvesti via la Tiffin Project Foundation pour financer le surcoût
d'ingrédients issus d'une agriculture locale de
qualité et ainsi convaincre plus de restaurateurs,
dont les marges sont souvent très serrées, d'évoluer vers un approvisionnement plus sain et durable.
Puisse ce prix de la Fédération Wallonie-Bruxelles
susciter encore plus de conversations autour de ce
beau projet pour digérer le monde du take-away en
réaction auquel il est né et s'affirmer comme une
nouvelle solution de « restaurant à emporter » et
outil de transition durable de la restauration urbaine!

François Jégou Membre du comité de sélection et du jury



Violaine Dupuis & Groupe One, *Tiffin* affiche / poster



Bien dans mon assiette

du TAKE AWAY A BRUXELLES

Motre but est de réduire LA PRODUCTION DE DECHETS AVEC L'AIDE DE LA DES RESTAURATEURS



si chacun utilise TIFFIN POIS PAR



soit 1,5 TONNE de déchets ou TONNES 4 CO2 PROVENANT DE L'INCINERATION

Violaine Dupuis & Groupe One, Tiffin – infographie explicative du service / infographic explaining the service

François Jégou about

TIFFIN - Wallonia-Brussels **Federation Award**

When I first met Violaine Dupuis, we were co-organising a series of workshops about functionality economy for Brussels Environment, and Violaine had agreed to revise and adapt her incubating Tiffin project to this context. The next time our paths crossed, she was involved in the co-construction of the sustainable food strategy of the Brussels-Capital Region. So finally, it was a pleasure to give one of *The* Taste of Change awards to a project that is so emblematic of our cities search for healthier and more sustainable food.

A product or a service?

Tiffin is materialised by an object. It is the tangible part of the service that lies behind it and which is ultimately much more important than the container itself, rented and exchanged at each meal order. And in general, the eater is much more interested in the content than the container. Also the Tiffin lunch box is more sympathetic (like thousands of lunch boxes that the dabbawallahs deliver every day in Mumbai) than performance-driven (one simple metallic surface, while any ordinary cheap mug has a double adiabatic coating). In Tiffin's case, the object is the instantiation of the service, its touch point, as a service designer would say. It is the material element through which the service can be touched and seen and that in return identifies and qualifies this service. And this is why, for me, Tiffin deserves its Taste of Change Award: the real benefit is the service of giving access to an all-round healthier and guick meal.

A diffuse 'stamp café'

As the website of the project announced rather dramatically: if ... 'You have made the choice of sustainable food, food respecting the seasons and which promotes the local products from sustainable and organic farming and the short distribution channels. Are you fed up with the needless packaging waste, plastic lunch boxes and Bisphenol A?'... And what's more, if you want a good but speedy lunch, well you are not out of the woods yet! But with Tiffin, it is possible. You can pop into one of the network's restaurants with your lunch box in hand and you can be sure of the service quality. But then, what is Tiffin exactly? Let's ask the question, not in terms of a product-service solution but in terms of usage: to what does this new service correspond to in our user reference universe? With Tiffin I have at once a large choice of daily specials, the guarantee of a healthy and sustainable menu and availability close to the place where I find myself. I thus have access to a kind of 'diffuse restaurant', a 'Stamp Café' as older people from Brussels would say, a café where I have my habits but adapted to a mobile generation that is also concerned about its health and the planet.

Digesting the eco-conception...

Why insist on this user perspective, when the Tiffin project defines its mission as an anti-takeaway concerned about the economy of packaging waste and tons of CO2? These arguments are laudable and certainly crucial to convince the first eco-sensitive users during the launch process, but is this the final mission of Tiffin? Eco-projects have to evolve beyond their initial environmental motivations, which even if they can convince the pioneers, are not always the arguments that touch the rest of the market less involved in the sustainable transition. The appetite of the eater is not stimulated by the packaging that they didn't ask for. The appetency of the project doesn't lie in the takeaway that it is not any longer. If eco-design wants to keep on transforming, it must get out of the world of its afficionados.

A transition tool for restaurants?

In this way, the creation model of Tiffin's value (launched in Vancouver in 2012) is very inspiring: part of the service subscription is reinvested via the Tiffin Project Foundation to finance the additional costs for ingredients from local quality farming, thus convincing more restaurants (whose margins are often very tight)



to evolve towards healthier and sustainable products. I hope this Wallonia-Brussels Federation Prize will spark even more talk about this great project in order to digest and react to the takeaway world in which it was born, and assert itself as a new solution of 'takeaway restaurants' and as a sustainable transition tool for restaurants!

> François Jégou Member of the selection committee and jury

Leen Creve à propos de

EDIBLE GROWTH -

Prix Euregio Meuse-Rhin

Sain et local. Bio si possible. Bon et surprenant. Joli aussi... Et pourquoi pas : du jardin. Ces critères font partie des critères principaux que beaucoup de gens souhaitent pour leur alimentation en 2015. Il y a un problème : une famille occidentale moderne n'a ni le temps ni l'espace pour faire un jardin élaboré. Les ingrédients sains sont livrés à domicile avec des recettes simples adaptées à ces ingrédients. Ils font leurs courses dans les fermes ou récoltent des aliments dans des fermes de cueillette en libre-service où ils payent une somme mensuelle pour cueillir les aliments dont ils ont besoin pour leurs familles. En agissant ainsi, ils se rapprochent le plus possible de la culture de leur propre nourriture.

L'intérêt pour le projet Edible Growth (Pousses comestibles) de Chloé Rutzerveld n'est pas surprenant. La culture de mini jardins remplit toutes les exigences contemporaines sans les restrictions de temps et de place. La food designer néerlandaise Rutzerveld résume les avantages principaux de son projet « Edible Growth est un petit écosystème totalement comestible créé avec des techniques de fabrication additive. Il va raccourcir la totalité de la chaîne de production alimentaire afin de réduire l'empreinte de l'agriculture, les émissions de CO2, les kilomètres de transport et le gaspillage alimentaire tout en renforçant la conscience du consommateur. »

Si c'est en effet le cas, Rutzerveld aborde un problème mondial et pertinent. L'organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) déclare : « La consommation alimentaire ainsi que les tendances et modèles de production font partie des causes principales de pression sur l'environnement. Des changements fondamentaux dans la façon dont la nourriture est produite, traitée, transportée et consommée sont indispensables pour atteindre un développement durable. »

même s'il ne peut résoudre que certains des problèmes concernant la nourriture. Les Nations Unies ont proclamé 2015 Année Internationale des Sols. Cultiver la nourriture à la maison est une façon d'éviter le besoin de sols fertiles et de réduire les kilomètres de transport et les émissions de CO2 – en supposant que les graines et les champignons utilisés dans le projet Edible Growth sont locaux et non importés. Mais même dans ce cas : le « cookie en kit » imprimé en 3D (que le consommateur amènerait chez lui pour qu'il se développe) utiliserait moins de volume lors du transport que de la nourriture industrielle.

Mais iusqu'à quel point le projet Edible Growth est-il réellement faisable ? Dries Verbruggen, designer chez Unfold et co-éditeur du livre Printing Things: Visions and Essentials for 3D Printing (Gestalten, 2014), est un expert en impression 3D: « Chloé Rutzerveld a fait des recherches sur le thème : l'impression 3D peut-elle avoir une valeur ajoutée pour la production alimentaire » ditil. « Le gros problème de Edible Growth est que cette technologie est toujours dans la phase de développement. Pour le moment, nous pouvons seulement imprimer un matériau en poudre comme du sucre qui peut être « lié » avec de l'eau ou avec un autre liquide. Beaucoup d'autres matériaux comme la pâte - s'effondrent après en avoir imprimé quelques couches. Je pense qu'il y a beaucoup de potentiel dans cette recherche, mais j'ai peur que le grand public ne pense que ceci peut réellement être imprimé à ce stade, ce qui n'est pas encore le cas » conclut Verbruggen.

« Imprimer de la nourriture comestible présente un problème architectural » admet Rutzerveld dans le magazine WIRED « parce que les structures ont besoin de plus de soutien que ce que la matière organique peut normalement fournir. Résoudre ceci dépend de l'amélioration des logiciels et du matériel informatique utilisé pour l'impression 3D. » Cela pourrait prendre dix ans pour régler ces aspects techniques.

Il est clair que Edible Growth rentre dans la catégorie du design « spéculatif » : « Le design utilisé comme outil pour créer non seulement des choses mais aussi des idées », comme expliquent Anthony Dunne et Fiona Raby, auteurs du livre récent Speculative Everything: Design, Fiction and



Chloé Rutzerveld, Edible Growth – SLS prototype © photo: C. Rutzerveld

Social Dreaming (The MIT Press, 2013). Ils disent que le design spéculatif « soulève des questions faites pour ouvrir le débat et la discussion concernant le type de futur que les gens souhaitent (ou ne souhaitent pas). »

Plus qu'une innovation technologique (loin de la production), le pouvoir d'Edible Growth réside dans les effets psychologiques qu'il peut avoir. Le projet suscite notre imagination de façon très concrète: et si nous commencions maintenant à penser d'où provient notre nourriture, avant qu'il ne soit vraiment trop tard? Et s'il y avait des façons meilleures, plus faciles, moins chères et plus saines de produire notre nourriture? Nous pouvons nous habituer à l'idée de cultiver nos snacks imprimés en 3D entre-temps...

Leen Creve Membre du jury P. 44-45

45

Chloé Rutzerveld, Edible Growth Le processus : imprimer - faire pousser - manger The process: print-grow-eat, 2014 © photo: Bart van Overbeeke



Leen Creve about

EDIBLE GROWTH

Euregio Meuse-Rhine Award

Healthy and local. Organic if possible. Tasty and surprising. Good-looking too... And why not: homegrown. These are some of the main criteria a lot of people want for our food in 2015. There is only one problem: a modern Western family has neither time nor space for an elaborate garden. They get their healthy ingredients home-delivered along with easy-to-follow recipes tailored to those ingredients. They shop at farmer's markets or harvest food in so-called picking farms, where they pay a monthly fee to collect the food needed for their family. It is the closest they get to growing their own food.

The attraction of Chloé Rutzerveld's Edible Growth project comes as no surprise. The growing mini-gardens fulfil all these contemporary requirements without the restrictions of time and space. Dutch food designer Rutzerveld sums up the main advantages of her project 'Edible Growth is a small, entirely edible eco-system created with additive manufacturing techniques. This will shorten the entire food production chain in order to reduce agriculture's footprint, CO2 emissions, food miles and food waste, while increasing the consumers' awareness.'

If this is indeed the case, Rutzerveld addresses a relevant world problem. The Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO) states: 'Food consumption and production trends and patterns are among the main causes of pressure on the environment. Fundamental changes in the ways food is produced, processed, transported and consumed are indispensable for achieving sustainable development.'

Edible Growth could be heading in that direction, even if it might solve just a few of these food-related problems. The United Nations proclaimed 2015 as International Year of Soils. Growing food at home is a way to avoid the need for fertile soil and to reduce food miles and CO2 emissions - assuming that the seeds and fungi used in the Edible Growth project would be local and not imported. But even in that case: the 3D printed 'flat-pack cookie' (that the consumers take home to develop) would use less volume in transport than processed food.

But to what extent is the conceptual Edible Growth project actually feasible? Dries Verbruggen, designer at Unfold and co-editor of the book Printing Things: Visions and Essentials for 3D Printing (Gestalten, 2014), is an expert in 3D printing: 'Chloé Rutzerveld did research on the question if 3D printing could have an added value for food production,' he says. 'The big problem with Edible Growth is that this technology is still in development phase. At this stage we can only print a powdery material like sugar that can be 'bound' with water or another liquid. A lot of other materials - such as dough - collapse after printing a few layers. I think there is a lot of potential in this research, but I'm afraid that the general public thinks that this can actually be printed at this stage, which is not the case yet,' concludes Verbruggen.

'Printing edible food presents an architectural problem,' Rutzerveld admits in WIRED magazine, 'because the structures need more support than organic matter can typically provide for. Fixing that is a matter of improving both the software and hardware used in 3D printing.' It might take ten years to get these technical aspects right.

It is clear that Edible Growth falls under the category of 'speculative' design: 'Design that is used as a tool to create not only things but ideas', as explained by Anthony Dunne and Fiona Raby, authors of the recent book Speculative Everything: Design, Fiction and Social Dreaming (The MIT Press, 2013). They say that speculative design 'raises 'what if' questions that are intended to open debate and discussion about the kind of future people want (and do not

More than a technological innovation (far from production), Edible Growth's power lies in the psychological effects it can have. The project sparks our imagination in a very concrete way: what if we start thinking about where our food comes from now, before it is really too late? What if there could be better, easier, cheaper and healthier ways of producing our food? We can get used to the idea of growing our 3D printed snacks in the meantime...

> Leen Creve Member of the jury



EDIBLE GROWTH

Chloé Rutzerveld, Edible Growth © photo: C. Rutzerveld

Alok B. Nandi à propos de

WAKATI

Prix international

Minimiser les pertes après-récolte de ce qui est déjà produit est plus durable que d'augmenter la production pour compenser ces pertes - Prof. Dr. A Kader, University of California.

Wakati signifie «temps» en swahili. Wakati permet aux fermiers de gagner du temps. Wakati est un dispositif qui contribue à augmenter la durée de conservation des fruits et légumes frais, en se basant sur la connaissance des comportements des utilisateurs et la recherche scientifique.

Qu'est donc ce Wakati ? Wakati est une sorte de tente/container offrant un micro-climat

stérilisé, alimenté par un panneau solaire de 3 Watts: il peut contenir 180 kg de fruits et légumes. L'énergie requise représente moins d'1% de celle d'un réfrigérateur et le coût est minime. C'est donc une technologie qui « augmente la durée de vie des fruits et légumes pour les fermiers dans les pays en voie de développement ».

L'initiateur du projet Wakati, Arne Pauwels, imagine le premier usage par des fermiers en Afrique. Ils ont de longues distances à parcourir pour atteindre le marché le plus proche où ils vendent leur production. En effet, ils ne peuvent en transporter qu'une partie, et ils n'ont pas de réfrigérateur, symbole de luxe ou énergivore. Wakati est donc idéal pour les régions chaudes d'un monde doté de peu d'énergie. Il est clair que la démarche design a été mise en oeuvre de manière appropriée. D'après les Nations Unies, 45% des fruits et légumes sont abîmés avant d'arriver au marché. En plus des récoltes perdues, le fermier perd la moitié de son travail et les inves-



Arne Pauwels, Wakati – Oikos Farm, Tanzania
© photo: A. Pauwels

tissements sont gâchés. La productivité requiert un espace de stockage, afin d'y protéger la récolte.

Le processus d'innovation a démarré grâce à un bon cadrage et une identification des opportunités. Cette innovation aidera les petits producteurs à être plus productifs, éco-responsables et profitables, tout en fournissant des récoltes fraîches et nourrissantes. L'approche Wakati montre les multiples dimensions du design au 21ème siècle, du design stratégique au design d'expériences, du design de services au design de produits.

Arne Pauwels a été inspiré par une «ancienne» technologie permettant de garder les espaces plus frais. Il a ensuite analysé comment l'adapter à des défis contemporains. Au départ, Pauwels avait étudié les « réfrigérateurs du désert », qui vont des cabines-entrepôts aux murs en charbon jusqu'aux chambres en brique avec un système à double paroi faisant circuler l'eau qui s'évapore avec la brise. L'objectif est de maintenir une température basse afin d'empêcher la récolte de libérer son eau dans l'atmosphère. Hélas, ces systèmes traditionnels montrent de sérieux désavantages : ils ont besoin de grandes quantités d'eau, ils doivent être construits dans des lieux assez aérés, et ils ne protègent pas les produits emmagasinés des infections, sachant que la moisissure prolifère tant dans le charbon que la brique. Le dispositif de Pauwels utilise les meilleures caractéristiques de tous ces systèmes et contourne les points faibles, à un prix raisonnable pour le cultivateur. La clé de la technique Wakati n'est pas dans la réfrigération de la récolte - ce qui aurait demandé de grandes quantités d'énergie - mais plutôt dans l'habilité à éviter aux récoltes de perdre leur humidité.

L'impact de Wakati est tangible à travers un triple levier : sans protection, les récoltes perdent de l'eau, la qualité se détériore rapidement et les cultures perdent leur valeur. La durée de vie supplémentaire du produit améliore la position concurrentielle du vendeur et diminue donc le stress de la vente.

Sélectionné par Sustainia 100¹, par le programme « entrepreneuriat MIT moins de 35 ans » et maintenant recevant le prix international *The Taste of Change*, Wakati montre qu'il est à la croisée des disciplines. Ce caractère multi-disciplinaire attire les différentes communautés : éco-durable, bu-

siness, design. Ces multiples dimensions convergent dans ce que nous nommerons « design pour l'humain », avec un taste for change!

Alok b. Nandi Président du comité de sélection et du jury

¹ Sustainia 100 a sélectionné Wakati parmi ses 100 projets en innovation durable, comprenant des produits, services et organisations contribuant à préserver la planète. Le top 100 est une sélection parmi 1500 projets ou activités couvrant tous les secteurs : construction, TIC, santé, transport, nourriture, énergie, vie urbaine, mode, éducation. Outre son caractère durable, Wakati est apprécié pour le faible coût, et la facilité de le ré-utiliser, le re-cycler.



Arne Pauwels, Wakati – Marrakesh © photo: A. Pauwels

53

Alok B. Nandi about

WAKATI

International Award

Minimising post-harvest losses of already produced food is more sustainable than increasing production to compensate for these losses - Prof. Dr. A Kader, University of California.

Wakati means 'time' in Swahili. Wakati allows farmers to gain time, to save time. Wakati is designed to increase the conservation time of food produce, based on the combination of users' insights and scientific research. So where does Wakati fit into The Taste of Change? In short, Wakati is a sort of tent/container offering a sterilised micro-climate. which is powered by a solar panel of 3 Watts and can accommodate 180kg of fruit and vegetables. As a result it uses less than one per cent of the energy of a conventional refrigerator, and at a fraction of the cost. It is proposed as a technology that 'increases the shelf life of fruit and vegetables for small-hold farmers in developing countries.' The solar panel provides electricity for a fan to spread water (one litre per week) through evaporation in the tent, thus creating a humid atmosphere, better for conserving fruit and vegetables.

Wakati project initiator, Arne Pauwels, has foreseen its first usage with farmers in Africa, who very often have to travel long distances to the closest market to sell their produce. They can only carry a part of the production and usually don't have a refrigerator, which is a luxury or difficult energy-wise. As such, Wakati is ideal for warm regions of the world with low electricity access.

It is clear that the design approach has been implemented in way that is appropriate to the issues at stake. According to the United Nations, 45% of fruit and vegetables is spoiled before it reaches the market. In addition to the lost crops, it also means that almost half of the farmer's labour and investments are wasted. To be productive, decent storage is needed to protect the crop.

The innovation process began with a solid

framework that also identified opportunities. Wakati aims to help smallholders be more productive, eco-responsible and profitable, while providing the population with fresh and nutritious crops. It is an approach that shows multiple dimensions of 21st century design – from strategic design to experience design, from service design to product design.

Pauwels was initially inspired by 'ancient' technology to keep a space cooler, then analysed how this could be adapted to contemporary challenges. As a starting point, Pauwels studied 'desert refrigerators' that range from large cabins with walls made of charcoal to brick chambers built with a double-walled system, which circulates water that evaporates with the breeze. The objective is to maintain a low temperature which in turn prevents the produce from releasing water into the atmosphere. However, these more traditional systems have some serious drawbacks: they need large quantities of water; must be built in places with sufficient air flow; and do not protect the produce stored within from infection, given that mould proliferates both in charcoal and brick. Pauwels' system utilises the best elements of those systems and overcomes their disadvantages at a reasonable price for the consumer. The key to the technique is found not so much as in the refrigeration of the produce - which would require much greater quantities of energy - but rather in the ability to keep the produce from losing humidity.

The impact of the Wakati is tangible through a triple economic value: Without protection, the crops lose a lot of water. Without protection, the quality deteriorates fast and the crops lose their value. The longer shelf-life improves the bargaining position and prevents stress sales.

Selected for Sustainia 100¹ as well as the MIT (Massachusetts Institute of Technology) programme for entrepreneurs under 35, and now receiving The Taste of Change's International prize, Wakati shows that it is at a crossroad and this multi-disciplinary ethos is appealing to different communities: eco-sustainable, business and design. These multiple dimensions converge in what we will label as 'designed for people', with of course, a taste for change!

Alokb. Nandi Chairman of the selection committee and jury



Arne Pauwels, Wakati © photo: A. Pauwels

¹ Sustainia 100 selected Wakati in its 2015 guide of 100 projects of sustainable innovation, which includes products, services and organisations contributing to preserving the planet. The Danish thinktank and consultancy's top 100 is a selection from 1500 projects or activities covering construction, ICT, health, transport, food, energy, urban life, fashion and education. On top of its sustainability, Wakati was noted for its low cost, ease of re-use and recyclability.

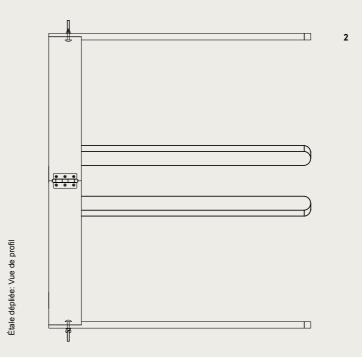


WELCOME TO__

La continuité est l'un des piliers de RECIPROCITY, et le projet Welcome to__ illustre comment le design peut aider à catalyser une communauté locale et l'accompagner dans la mise en place de changements positifs. Il s'agit d'une rencontre avec une série de narrations tissées pour et avec les habitants du quartier de Saint-Gilles à Liège et ceux de Trasenster dans la ville de Seraing. Le premier est le prolongement d'une mission entamée lors de RECIPROCITY 2012 lors de laquelle une exposition a été concue par le commissaire et designer Thomas Lommée. Depuis lors, Welcome to fait partie du programme académique des écoles/sections de design de l'ESA Saint-Luc Liège, Saint-Luc Liège - Promotion Sociale, l'ENSAV La Cambre à Bruxelles, MAD Faculty Genk et ABK - Académie des Beaux-Arts et de Design de Maastricht. À l'inverse de bon nombre de nouvelles œuvres architecturales, prometteuses de transformations bien intentionnées mais illusoires, qu'on imagine débarquées d'un monde étranger, il est évident que Welcome to__ n'est en rien une suite de solutions rapides. C'est un terrain d'essai évolutif qui mise sur des compétences existantes, des structures et vies passées dans la communauté, tout en proposant des idées et réflexions de personnes qui ne font qu'y passer.

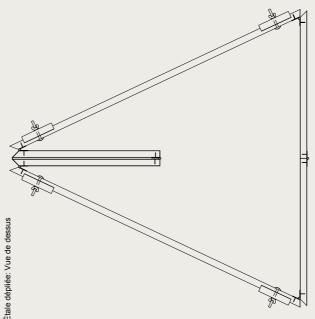
Dès le départ, François Jégou, professeur de design à La Cambre, a largement contribué à Welcome to__. « L'innovation sociale est un atout pour une ville : elle accroît la résilience et la régénération d'un quartier comme Saint-Gilles de manière durable. », dit-il. Ses étudiants ont mis l'accent sur des services de cuisine et repas communautaires, exploitant le « pouvoir impressionnant que possède la nourriture pour mettre en contact des personnes et régénérer le tissu social ». Jumeler des étudiants avec des familles et des personnes isolées à Saint-Gilles dans le but de goûter à de nouvelles recettes et d'autres cultures alimentaires, d'éviter le gaspillage alimentaire ou simplement de se retrouver pour le plaisir de partager un repas dans ce qu'il appelle le « quartier campus », est un moyen de découverte mutuelle pour les étudiants et les habitants. Jégou a observé à quel point l'édition 2012 a stimulé l'appétit des habitants envers la mise en œuvre des scénarii, d'ailleurs, l'approche des étudiants en témoigne. Ils ont expérimenté, à l'aide d'une forme de design de service : le faire avant de réfléchir, analysé la confrontation de leurs idées de départ avec les utilisateurs et, à partir de cela, ont inclus ces expériences dans la conception de leurs services. Le changement est plus qu'une conversation et, dans le comité de quartier organisateur (Mouvement Saint-Gilles), plusieurs des idées développées par les étudiants ont été récupérées et ont inspiré, notamment, le journal de quartier, la procession musicale et d'autres activités. Une autre idée reprise et approfondie est, comme on l'a surnommé, le Public Innovation Place (Lieu d'Innovation Publique): une version « pop-up » de ce qui sera mis en place, cette année, dans le cadre de l'exposition Welcome to__. Il s'agit d'un atelier dans lequel les citoyens, services publics, politiques, étudiants, etc., seront invités à expérimenter.

Nik Baerten et Virginia Tassinari, à l'origine du projet, sont les commissaires de l'édition 2015 de Welcome to__ et de son extension au quartier de Trasenster dans la ville de Seraing, à environ 12km de Liège. À contexte différent, approche différente. En collaboration avec une équipe dévouée de designers internationaux, des fablabs régionaux, en décidant d'impliquer les écoles et étudiants plus tard, ils ont cherché à faire des rencontres qui pourraient inspirer le changement et combiner l'avenir envisagé par le Master Plan local avec celui imaginé et imaginable par les habitants. Un point central de leur travail a été la Maison des Jeunes de Trasenster qui attire régulièrement plus d'une cinquantaine d'enfants le dimanche, grâce à son théâtre de marionnettes traditionnelles. Elle s'est avérée une formidable ressource physique et intellectuelle. Se basant sur des processus



WELCOME TO

57



WELCOME TO_

concrets, l'équipe de Baerten et Tassinari a développé une série de projets qui seront visibles et utilisés à Trasenster et à Liège: un kit pour cocréer des histoires dans lesquelles les compétences des habitants sont utilisées pour aborder des problèmes actuels et les aident activement à redessiner leur environnement. Ces histoires sont à l'origine des pièces du théâtre de marionnettes qui présente le nouveau personnage: le Héros de Trasenster - il personnifie toutes les compétences des habitants du quartier - et elles seront jouées par Marc Coyette, à la Maison des Jeunes ou dans la rue grâce au tout nouveau théâtre ambulant. Les autres créations et interventions comprennent un dîner-club informel imaginé comme un service

pour renforcer le tissus social, une banque de compétences qui relie offre et demande d'aide pour des petits services spécifiques et un système de signalétique pour communiquer sur des activités, événements existants et futurs. Il ne s'agit en aucun cas d'une liste exhaustive des travaux en cours mais bien de l'indication que les petites étapes sont aussi importantes que les pas de géants.





Une conversation avec Nik Baerten & Virginia Tassinari

Quelle est votre impression générale de l'ensemble du projet 'Welcome to__'?

Au cours de RECIPROCITY 2012, nous avons travaillé sur un quartier du centre de Liège, appelé Saint-Gilles qui, au fil du temps, a perdu de son identité. Un quartier qui foisonnait d'artistes et de magasins auparavant mais qui, aujourd'hui, est rempli d'écoles. De ce fait, à certaines périodes de l'année, les étudiants affluent et de plus en plus de locaux partent. En 2012, huit écoles étaient impliquées. Leurs étudiants, envoyés dans le quartier, ont travaillé avec les locaux afin d'obtenir une vision des challenges. Ils sont arrivés à 80 micro-interventions allant d'un kit d'annonces pour demandes et offres de services, à des projets plus spatiaux comme la réappropriation des devantures de magasins... Une chose sur laquelle nous avons passé beaucoup de temps en 2012 était de dire « nous n'allons pas résoudre tous vos problèmes mais on peut vous montrer comment changer simplement les dynamiques vous-même : n'hésitez pas à vous réapproprier les outils à votre propre avantage». Pour cette seconde édition, nous avons collaboré avec l'ESA Saint-Luc Liège, La Cambre Bruxelles et MAD faculty Genk. Certains ont poursuivi des projets développés au cours de l'édition précédente, d'autres ont travaillé de nouvelles approches pour identifier des leviers de cohésion sociale tels que des services liés à l'alimentation, l'utilisation d'espaces vacants (cf événements et marchés pop-up), artisanat local, etc.

Le Mouvement Saint-Gilles était-il en activité au terme de la première édition ?

Oui et principalement grâce aux habitants. Quelques organisations culturelles, étudiants et individus étaient d'ores et déjà actifs au préalable mais ils avaient besoin d'un coup de pouce pour les aider à dépasser leur approche individuelle.

Comment êtes-vous parvenus à atteindre les personnes inactives dans la communauté ?

Le design pour l'innovation sociale sert à catalyser. Ce genre de réaction nécessite certains éléments de base. Et, une partie de ceux-ci se trouve entre les mains des personnes qui sont déjà actives. À Saint-Gilles, par exemple, Philippe Destinay, le dirigeant de la Maison de l'Environnement du Jardin Botanique, a été un interlocuteur précieux pour les étudiants. Il a une mission pour la ville mais il a vu beaucoup de nouvelles possibilités dans les propositions des étudiants ce qui l'a également mis en contact avec d'autres personnes. Ensuite, il y a eu la chocolatière locale, Eliane Franz, qui a tout de suite adopté et produit le projet de Pablo Calderón Salazar, devenu depuis un designer de l'équipe de Seraing. Depuis 2012, elle continue de collaborer avec Welcome to__. Il en va de même pour Denise lket, à Seraing,

dont la connaissance « historique » du contexte local et le réseau ont prouvé l'importance cruciale de comprendre les dynamiques et d'atteindre les gens. L'ensemble du projet a servi de terrain de rencontre et a permis aux gens de se dire : « Hé, je ne suis pas le seul à faire ca. » Il s'agit aussi d'une approche différente basée sur le fait de faire des choses, une réflexion commune et la création d'outils qui permettent de réaliser certains processus de manière plus tangible. Le projet brise la spirale négative qui dit que : « je suis seul, il n'y a qu'une manière de procéder, quelqu'un devrait le faire pour nous. » Ces trois raisonnements sont radicalement en train de changer mais cela prend du temps et requiert du soutien... Dans la phase préliminaire, il faut travailler avec les catalyseurs et les structures en place. Inutile de dépenser son énergie à essaver de convaincre les gens si certains sont déjà convaincus. Élevez-les à un niveau supérieur puis d'autres suivront. C'est exactement ce qu'on expérimente à Seraing en ce moment : un petit groupe de personnes est de plus en plus engagé et doucement, elles atteignent et attirent les autres dans leur communauté.

Comment a démarré le projet de Seraing?

Eriges, l'organisation qui dirige la bonne mise en œuvre du Master Plan sérésien, nous a demandé si nous pouvions y réaliser un projet similaire. Plutôt que de travailler avec des étudiants, nous avons impliqué de jeunes designers internationaux qui bénéficient d'une certaine expérience (Pablo Calderón Salazar, Henriëtte Waal, Yara Al-Adib et Elisa Bertolotti), Nous avons délimité la zone et organisé ce que nous appelons une expédition design... Pour susciter l'intérêt des habitants et lancer la conversation, certains d'entre nous se sont déguisés en médecins et présentaient le quartier comme un ensemble d'organes pouvant souffrir de maladies et ont demandé d'indiquer où se situaient les problèmes d'après eux. Ils nous ont pris pour des fous mais nous avons obtenu une foule de réactions! L'équipe a rapidement réalisé qu'il y avait un vrai besoin de créer de nouvelles histoires dans lesquelles les habitants pourraient imaginer leur futur, reconnaître leur rôle et entrevoir les opportunités que les changements spatiaux du quartier pourraient apporter.

> Des coupes budgétaires en matière d'aide sociale sont au cœur de l'actualité. Comment de tels projets s'intègrent-ils dans ce contexte ?

D'un côté, il existe le risque de voir ce type de démarches récupérées par les pouvoirs locaux: « OK, maintenant vous êtes capables de prendre les choses en main vous-même, nous n'avons pas à le faire. » C'est là que réside le danger. De l'autre, il est vrai que durant des décennies nous avons énormément investi pour transférer nos responsabilités citoyennes ou notre rôle dans la société envers des tiers. On redécouvre dès lors certaines relations. Je pense qu'il est utile de trouver un équilibre entre les deux. Il faut prendre conscience que la complexité de la société et certaines questions nécessitent aussi une certaine expertise. On ne peut simplement pas tout re-transférer vers les citoyens et ignorer des décennies de recherche.



Propos recueillis par Emma Firmin

WELCOME TO__

The ongoing nature of RECIPROCITY is one of its key foundations, and in the Welcome to__ project we see the role that design can play in engaging and bringing about positive change in local communities. It is an encounter with a series of new narratives woven for and with the inhabitants of the neighbourhoods of Saint-Gilles in the city of Liege, and Trasenster in the town of Seraing. In the case of the former, it is a continuation of a mission from the first edition of RECIPROCITY, of which one result was an exhibition designed and curated by Thomas Lommée. Since then, Welcome to_ has also established itself as part of the academic programme of the design schools/departments ESA Saint-Luc Liège, **ENSAV La Cambre in Brussels, MAD-Faculty** Genk and ABK - Maastricht Academy of Fine Arts and Design. And unlike many new landmark pieces of architecture that can seem to descend on a community from an alien world with well-meaning but wishful promises of transformation, Welcome to__ is clear that it is not a quick fix series of solutions but an incremental testing ground that draws on the existing expertise, structures and lives lived in the community, while offering the insights and ideas of those that may just be passing through.

François Jégou, design professor at La Cambre, has been instrumental in Welcome to__ from the beginning. For him, 'social innovation is a strong asset for a city, increasing resilience and sustainable regeneration of a neighbourhood such as Saint-Gilles.' His students have been focusing on a number of cooking and eating together services, using the 'incredible leverage that food has to bring people in contact and refurbish the social fabric.' Matching up students with families and individual residents to try new recipes and different food cultures, avoid food waste or simply getting together to enjoy the sheer pleasure of sharing a meal, what he calls a 'campus neighbourhood' is a way for the visiting students and local inhabitants to discover each other. Jégou also sees the way the 2012 edition stimulated the local residents' appetite for implementation and not only scenarios, which is reflected in the approach of the students. They have been experimenting with a form of service design of doing before thinking, analysing the confrontations of their early ideas with real users. and from there drafting these experiences into the design of their services. Change is more than a conversational piece, and in the local organising committee (Mouvement Saint-Gilles), several of the ideas developed by the students were picked up and inspired a neighbourhood journal, a music procession and other activities. A further development to spring forth is the so-called Publication Innovation Place, a pop-up version of which will exist at this year's Welcome to__ exhibition, and be used as a workshop where citizens, civil servants, policymakers, students and others are invited to experiment.

The lead curators of the 2015 edition of Welcome to__ are Nik Baerten and Virginia Tassinari (also participants since the project began), and in its extension to the neighbourhood of Trasenster in the town of Seraing some 12km from Liege, a different setting demanded a different approach. Working with a small dedicated team of international designers and regional fablabs, involving students of MAD-Faculty Genk at a later stage, they looked for encounters that could inspire change and blend the future foreseen by the area's master plan with those imagined and imaginable by local people. A focal point of their work has been Trasenster's Maison des Jeunes, which through its tradition of a puppet theatre regularly attracts a crowd of over 50 children on Sundays, and proved a great physical and mental resource. Process-based but nevertheless tangible, Baerten and Tassinari's team have come up with a series of projects that will be seen and used in Trasenster and Liege, such as a toolkit to co-create stories in which the skills of the local inhabitants are used to take on current issues and help them actively reshape their neighbourhood.

These narratives also form the basis of a play using the aforementioned puppets - introducing a newly created character of the Trasenster Hero (personifying the combined skills of the inhabitants) - and are to be performed by Marc Coyette in the Maison des Jeunes, as well as finding their way onto to the streets via a newly designed portable theatre and as excerpts featured against the side of buildings. Other creations and interventions include an informal dinner club designed as a service to strengthen the social fabric; a skills bank service that matches up offers and requests for help in specific small tasks; and a system of signage for placemaking and communication of existing and future activities/ events. By no means an exhaustive list of the work 5 that is ongoing, but an indication that small steps are just as important as quantum leaps.





RECIPROCITY

A conversation with Nik Baerten & Virginia Tassinari

Can you give us an overall impression of the whole Welcome to__ project?

During RECIPROCITY 2012, we worked with a district in the centre of Liege called Saint-Gilles, which along the way had lost a bit of its identity. It used to be an area with artisans and small shops, and now it has turned into a place where there is a lot of schools, so during certain periods of the year you have students flooding in and more and more of the locals leaving. In the 2012 edition eight schools were involved, sending students into the neighbourhood and working with the local inhabitants to get a view of what and where the challenges were. They came up with around 80 very small design-driven interventions. These ranged from toolkits which people could use to announce services they might need or could provide, to more spatial projects like the reappropriation of spaces in front of shops... Something we spent some time on in the first edition was saving: we're not going to solve all your problems, but we can show you that in really simple ways you can change the dynamics, and more than that you can do it yourselves. feel free to reappropriate the tools for your own benefit. So basically it got the ball rolling. For the second run we worked with ESA Saint-Luc, La Cambre, ABK Maastricht and the MAD-Faculty. Some expanded on projects that had been done in 2012 and others worked on different approaches to earlier identified levers of social cohesion, such as food-related services, temporary use of vacant spaces (e.g. pop-up events and markets), local crafts, and so on.

Was The Mouvement Saint-Gilles started after the first edition?

Yes, and mostly by local residents. There were also some cultural organisations, students and people that were already active somehow, but they needed a vehicle that could help them rise above an individual approach.

How do you reach out to people that aren't already active in the community?

Design for social innovation serves to catalyse. You need the basic elements to get this kind of reaction. And a part of it lies in the hands of the people that already take on an active role. For example, in Saint-Gilles a valuable local sparring partner for the students was Philippe Destinay who runs the Maison de l'Environnement in the local botanic garden. He has his own mission from the city, but saw a lot of new possibilities in what the students proposed and it also brought him into contact with new people. Then there is local chocolatier Eliane Franz, who immediately adopted and produced the project of Pablo Calderón Salazar – now one of the designers on our Seraing team – in 2012, and continues to collaborate. The same goes for people like Denise Iket in Seraing, whose memory of the local context and network proved crucial in understanding the dynamics and reaching out to people. The whole process was a meeting ground for people to realise: 'hey, I'm not alone in doing this.' It's also about a different approach based on doing stuff, reflecting together and creating tools to enable certain processes to happen in a



7



more tangible way. It breaks a negative spiral of 'I'm on my own, there's only one way to do this, somebody else should do this for us.' These three logics get turned upside down, but it takes time and support... In the early phase you have to work with the catalysts and structures that are there. Don't spend all the energy on trying to convince people, if others are already convinced. Bring them to the next level, then others will jump on board as well. This is exactly what we are experiencing in Seraing at the moment, where a small core of people are becoming more and more engaged, slowly reaching out to others in their community.

How did the Seraing project get started?

Eriges, an organisation that manages the master plan for Seraing, asked if we could do something similar there. Instead of working with students we involved young international designers (Pablo Calderón Salazar, Henriëtte Waal, Yara Al-Adib and Elisa Bertolotti) who already have some experience. We delimitated the area and organised what we call a design expedition...To attract the interest of people and kickstart conversation, some of us dressed-up as doctors and personified the neighbourhood as a system of different organs, in which each organ could have a problem. We asked the people to pinpoint where they thought the problems were. They thought we were crazy, but we got a lot of feedback! And the team quickly realised there was a real need to create new stories in which the inhabitants could 'imagine' their future, recognise their roles, and see what new opportunities the spatial changes in the neighbourhood might bring.

Cuts in government spending regarding welfare are highly topical. How do you think projects like these fit into that narrative?

On the one hand, there's the danger that these kind of approaches get instrumentalised by local policy makers: 'OK, this is a way that you can take care of it yourself, we don't have to do it.' That's where the danger lies. On the other hand, it's also true that for decades we invested so much in outsourcing a lot of our responsibilities as citizens or in the role we can play in our society to third parties. So there's a rediscovery of certain relationships. I guess we need to find a new middle ground between keeping the best of both worlds. We have to realise that because of the complexity of society and of certain issues, there is a need for expertise as well. You can't just re-outsource that back to the citizen, throwing away decades of research.

Interview by Emma Firmin

2

1





Les souvenirs lient les gens aux lieux. Sophia Uerlichs de l'Académie des Beaux-arts et du Design de Maastricht (ABK) a développé un kit permettant de créer ses propres plats. Ils sont inspirés par leur environnement local car représentent des souvenirs. Memory dishes sert de catalyseur pour discuter autour de la table, en utilisant les souvenirs comme moyen de connecter les gens aux lieux qu'ils partagent.

Memories bind people and places. Sophia Uerlichs from ABK-Maastricht Academy of Fine Arts & Design developed a kit allowing people to create their own dishes, shaped by their local environment as materialisations of memories. Memory dishes serves to catalyse discussion around the dining table, using memories as a way to connect people to the places they share.



Les marchés rassemblent les gens. Comment pouvons-nous donner aux habitants locaux la possibilité d'organiser leur propre marché ? Les étudiants Caroline Bus, Aline Evrard, Camille Genty, Mathilde Georges et Maureen Koenigs de l'ESA Saint-Luc Liège ont crée un design 'open source' pour une structure de table légère et pliable avec ses accessoires. En suivant des instructions claires, les habitants peuvent facilement construire les structures eux-mêmes à l'aide d'outils et de matériaux simples.

Markets bring people together. How can we enable local inhabitants to organise their own market? Students Caroline Bus, Aline Evrard, Camille Genty, Mathilde Georges and Maureen Koenigs from ESA Saint-Luc Liège – evening classes created an 'open source' design for a lightweight and foldable table structure and accessories. Inhabitants can easily construct the structures themselves using simple tools and materials, following a straightforward set of instructions.

3

Le but du design ne consiste pas uniquement en la création de solutions mais bien de dialogues. Déguisés en docteurs ou en chercheurs, Nik Baerten et Virginia Tassinari sont allés demander aux habitants qu'ils pointent les « maladies » du quartier ou les défis (et les solutions possibles) sur un panneau. Leur apparence d'homme-sandwich hors du commun a attiré l'attention et la curiosité, facilitant ainsi la conversation.

Design is not only about shaping solutions, but also about shaping dialogue. Dressed up as doctors or investigators, Nik Baerten and Virginia Tassinari went into the neighbourhood, asking people to position the local area's 'illnesses' or challenges (and possible solutions) on a body-shaped sandwich board. Their out-of-the-ordinary appearance triggered people's attention and curiosity, making it easier to draw them into a conversation.



4

Sur base des discussions que Pablo Calderón Salazar a eues avec les habitants et passants de la rue de Trasenster, ce dernier a créé une série de panneaux de citations pour encourager les gens à regarder différemment leur quartier.

Based upon discussions Pablo Calderón Salazar had with local inhabitants and passers-by on the streets of Trasenster, he created a series of banners featuring quotes to encourage people to look at their neighbourhood through different eves.



Les vitrines vides des maisons inoccupées peuvent souvent donner une impression désolante. Néanmoins, elles peuvent avoir une utilité: Matthias Geerkens, Jo Segers, Senna Graulus et Cedric Beyens, étudiants de la MAD Faculty de Genk, ont mis au point un pochoir permettant aux organisateurs locaux de communiquer sur les événements du quartier ou de se renseigner sur les utilisations possibles de vitrines.

Empty shop windows of vacant properties can often leave a desolate impression. They can serve a purpose though. Students Matthias Geerkens, Jo Segers, Senna Graulus and Cedric Beyens from MAD-Faculty Genk, prototyped a stencil solution as a service enabling local organisers to communicate with people regarding neighbourhood events or enquire about possible uses for the space behind the window.



6

5

Il n'y a rien de mieux qu'un diner sympa pour apprendre à connaître de nouvelles personnes ou pour apprendre à les connaître différemment. Ce qui, au départ, était une façon pour l'équipe de rencontrer les habitants et les visiteurs et de discuter avec eux, s'est transformé en un service pour les gens de Trasenster. Un kit d'outils comprenant un agenda, un livre de recettes, des invitations, un mur à images, les aide à démarrer une série de diners qui rassemblent nouvelles personnes et nouvelles recettes, nourrissant ainsi le tissu social local. Une première et « goûteuse » édition-test a eu lieu en mai.

There is nothing like a cosy dinner to get to know new people or get to know them in a different way. What was at first a way for the design team to meet and discuss with local inhabitants and visitors, turned into a service for the people of Trasenster. A toolkit featuring an agenda, recipe book, invitations, picture wall... helps them to kickstart a series of dinners bringing together new people and new recipes, feeding the local social fabric. A delicious first test edition was held in May.



7

Les histoires touchent les gens. En se servant de l'imagination, elles les transportent du monde réel vers le monde imaginaire. En utilisant des histoires prenant place dans des lieux futurs, prévus par le Master Plan, ainsi que les défis et les qualités du quartier, des histoires ont été rédigées avec les habitants. Une marionnette spéciale a également été créée pour représenter le « héros local » (un habitant anonyme). Celui-ci pourra résoudre les problèmes et créer le futur. Le marionnettiste, Marc Coyette, du Théâtre de Marionnettes du Haut Pré (Ougrée) a transformé les histoires en un spectacle vivant afin d'inspirer d'autres habitants à, eux aussi, devenir des « héros locaux ».

Stories move people. Using imagination they transport them from the way things are to the ways things could be. Using a storytelling toolkit featuring future locations foreseen by the master plan and current challenges and qualities present in the neighbourhood, stories were drafted together with inhabitants. A special puppet was designed to depict the 'local hero' – i.e. an anonymised inhabitant – as key problem solver and futuremaker. Puppeteer Marc Coyette from the local Théâtre de Marionettes du Haut Pré (Ougrée) turned the stories into a vivid spectacle to inspire other inhabitants to become 'local heroes' as well.



8

La nourriture rassemble. Sophie Descamps et Pauline Capdo de l'ENSAV La Cambre (Bruxelles) ont créé un service-nourriture pour connecter étudiants et habitants du quartier Saint-Gilles à Liège. Les étudiants apprennent à cuisiner de façon saine et prennent le temps de rencontrer leurs voisins et de manger avec eux.

Food brings people together. Sophie Descamps and Pauline Capdo from ENSAV La Cambre in Brussels designed a food service to connect students and local inhabitants of the Saint-Gilles neighbourhood in Liege. Students learn to cook healthily, while taking time to meet and eat with their neighbours.

66

67

WELCOME TO



DECONSTRUCTION

The Sum of the Parts

Si les agriculteurs brûlaient leurs champs avant la récolte, vous penseriez qu'ils ruinent une part essentielle de la chaîne alimentaire. Cela n'aurait aucun sens, ce serait du gaspillage. Pourtant, c'est cette politique de la terre brûlée que l'on applique lors de la démolition de bâtiments : la grue et le bulldozer opèrent sans discernement. Qu'il s'agisse de structures ou d'aménagements, on rase tout pour recommencer. Les déchets ainsi produits sont transformés en gravats, pulpe de bois, ou morceaux de métal déchiquetés. Cela semble faire l'unanimité que l'action de broyer constituerait la meilleure option pour tous ces matériaux, mais c'est une logique qui peut facilement être retournée.

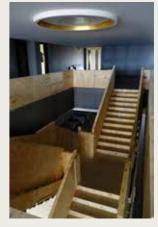
Avec Deconstruction: The Sum of the Parts, le collectif de design et de recherche bruxellois, Rotor, ouvre RECIPROCITY à la thématique de l'Architecture. Ce projet vise à illustrer le démantèlement des bâtiments et le réemploi des matériaux de construction, tissant ainsi les liens entre logistique et lyrisme. Un système intégratif qui offre non pas un maintien artificiel de l'hégémonie du passé mais une économie et un flux de matériaux alternatifs. Un système où les éléments sains et valorisables d'un bâtiment sont extraits ensuite nettoyés, coupés et stockés pour être vendus et réutilisés. Avec à son actif bon nombre d'opérations en dehors du contexte de Liège, Rotor Deconstruction est une spin-off à part entière. Une étape logique pour un collectif qui, après une décennie d'expérimentations et de recherches, observe les « bénéfices environnementaux, culturels et économiques » de la récupération et de la réutilisation.

À Liège, Rotor Deconstruction s'est associé à la Spi, l'agence de développement économique pour la province de Liège, afin de développer un projet test. Ils ont travaillé sur l'Institut de Génie Civil en cours de rénovation dans le cadre du Master Plan du Val Benoît. Un cas d'étude de reconversion qui a révélé bien plus que des matériaux. « Alors que la facade et la construction de béton subsiste en grande partie, il était prévu de ne rien conserver des finitions », explique Maarten Gielen du bureau Rotor. Notamment, 3500 m² de carreaux en céramique aux motifs concus par l'architecte Joseph Moustchen et fabriqués par l'entreprise belge Cerabel, qui avaient été posés en 1937 et que Rotor a décidé de démonter partiellement. Une extraction manuelle qui a duré deux semaines et dont le rythme a été dicté par l'avancement des bobcats des équipes de démolition « classiques ». Maarten Gielen décrit les carreaux colorés comme « quelconques », un peu plus épais et de meilleure qualité que ceux utilisés aujourd'hui mais rien d'extraordinaire. Toutefois, l'équipe a remarqué avant le démontage, que l'architecte avait créé un agencement de carrelages propre à presque chaque pièce. En vue de leur réutilisation, Rotor a réalisé un relevé de la disposition des carreaux, un revêtement de sol à l'instar d'un tapis. Un client d'une boutique de Gand a choisi cinq agencements, qu'il a placé dans divers espaces de son magasin, alors qu'un autre a utilisé de nombreux carrelages dans la conception d'un bar mais en réinventant leur agencement et ainsi leur langage visuel.

Sur le site web de Rotor Deconstruction, on peut lire une citation de l'écrivain américain, Philip K. Dick tirée de son livre Le Guérisseur de cathédrales: « Même les structures artificielles craignent l'entropie. C'est la destinée ultime de chacun, et chacun y résiste à sa façon. » La mission de Rotor n'est pas donquichottesque mais n'est certainement pas insignifiante pour la cause.



Rotor – chantier de démolition / demolition site, Val Benoît, Institut de Génie Civil, Liège, 2014 © photo: Spi

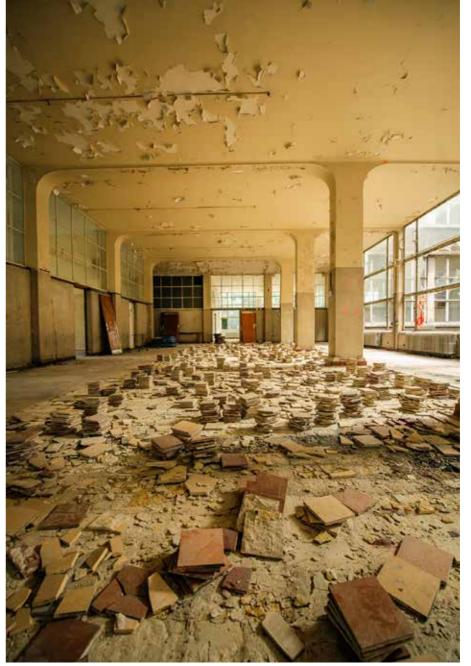


P. 66-67

Rotor – récupération de matériaux de construction lors du chantier de démolition / reclaiming of building materials on site during the demolition, BNP Bruxelles / Brussels, 2014 © photo: Rotor

Rotor – chantier de démolition / demolition site, BNP Bruxelles / Brussels, 2014 © photo: Rotor





Rotor – chantier de démolition / demolition site, Val Benoît, Institut de Génie Civil, Liège, 2014 © photo: Spi



Rotor - Deconstruction © photo: Rotor

Une conversation avec Maarten Gielen

Qu'est-ce qui rend l'approche de Rotor Deconstruction particulière ?

En général, les déchets sont définis comme quelque chose de très problématique. Nombre d'initiatives et de penseurs ont réagi en disant qu'il faudrait élaborer un système de boucle parfaite permettant un recyclage sans fin et sans perte de qualité. Nous avons souhaité nous opposer à cette vision des choses, afin d'accepter qu'en pratique les matériaux et énergies ont généralement tendance à se mélanger, s'user ou se transformer, et que tout système qui veut traiter des flux de matières doit accepter cela.

Comment résumeriez-vous l'évolution de l'intérêt porté au flux des matériaux par Rotor, de ses débuts en 2005 à aujourd'hui?

Lorsque nous avons commencé à travailler ensemble, nous étions très intéressés par les possibilités techniques qu'offraient les matériaux recyclés : des matériaux de construction bons marchés qui nous permettaient de réaliser des économies dans nos projets. Mais avec le temps, une chose est devenue très claire, notamment dans le projet que nous avons réalisé pour le pavillon belge à la Biennale de Venise en 2010, c'est qu'une fois utilisés, ces matériaux sont chargés d'une signification sémantique. Ils se chargent de connotations. On ne peut les traiter comme de simples objets techniques. Il faut pratiquement les comprendre d'un point de vue social : Que signifient-ils ? Comment communiquent-ils ?... Une seconde évolution est un glissement vers une pensée plus systémique. Si vous souhaitez récupérer des matériaux afin de rentrer dans un processus de construction, il vous faut une infrastructure, cela ne s'improvise pas.

Qu'est-ce qui a réellement motivé la mise en place de Rotor Deconstruction ?

Nous avions remarqué une incompatibilité entre les services et pratiques qui existent à l'heure actuelle et le patrimoine immobilier qui va être détruit maintenant et dans les décennies à venir... Sur les grands chantiers de démolition et en particulier sur les chantiers de démolition d'immeubles issus du modernisme et du modernisme tardif, peu d'initiatives étaient prises. La plupart des négociants et des designers qui travaillent avec des matériaux de récupération se concentrent sur des matériaux de construction de type rustique. Après avoir écumé plusieurs échecs pour attirer l'attention des négociants à utiliser ces autres matériaux, nous avons décidé de remplir nous-mêmes ce créneau.

À Liège, l'objectif est-il d'avoir un impact sur la politique de la province à long terme ?

En ce qui concerne la Spi, l'agence de développement économique, il s'agit d'essayer de proposer des scénarii ou des alternatives qui leur permettent de récupérer plus de matériaux qu'à l'heure actuelle. Cela crée des emplois locaux et est donc tout à fait en lien avec leurs missions. Dans les collaborations avec les entreprises de démolition traditionnelles, l'objectif reste le même mais on essaye d'y ajouter des avantages économiques directs pour les motiver.

Lors de la conférence de presse internationale de RECIPROCITY à l'Expo Universelle de Milan (juin 2015), vous avez parlé des opportunités d'emploi que ce genre d'approche peut offrir à la population locale d'une ville comme Liège.

Avant toute chose, la récupération de matériaux demande énormément de labeur. Par conséquent, jeter un œil sur les budgets de construction permet de constater qu'on dépense plus d'argent en main d'œuvre et moins en matériaux. On assiste donc à une dématérialisation du processus de construction. C'est très stimulant, parce qu'il y a une pénurie d'emplois importante, particulièrement en région bruxelloise mais également dans d'autres régions de Belgique... D'autre part, les matériaux sont très énergivores et émettent énormément de CO2; en économiser certains semble donc tout à fait logique... Le propre du secteur de la déconstruction est qu'il se compose principalement d'entreprises familiales, les plus grandes comptent environ 40 personnes. Donc, investir dans ce type d'économie est tout à fait durable car vous mobilisez autant d'intelligence.

Donc, d'une certaine manière, vous essayez de reconvertir les gens ?

En général, on peut dire que les déchets sont une ressource répartie. Si on compare cela avec le charbon, le gars vivant au-dessus de la mine détient tout le charbon, n'est-ce pas ? Cela nécessite de grandes infrastructures, de gros investissements, il s'agit dès lors d'une ressource centralisée. Alors imaginez que je veuille posséder toutes les briques de seconde main de Liège, c'est totalement impossible! Il y a tant de briques qui appartiennent à tant de personnes différentes. Je pourrais tenter d'être celui qui les extrait de la manière la plus économique ou me spécialiser uniquement dans un type de brique. Mais chaque entreprise, chaque entrepreneur, chaque propriétaire sera confronté, à un moment de son existence, à ce flux de matériaux. Cela signifie que, de facto, le secteur de la déconstruction sera toujours composé d'un ensemble d'entreprises et que devenir une société de négoce international multimillionnaire serait extrêmement laborieux. Nous voyons en ça une grande force, c'est une forme de développement économique très robuste.

Propos recueillis par Emma Firmin

RECIPROCITY

Rotor – chantier de démolition / demolition site, Val Benoît, Institut de Génie Civil, Liège, 2014 © photo: Spi





DECONSTRUCTION

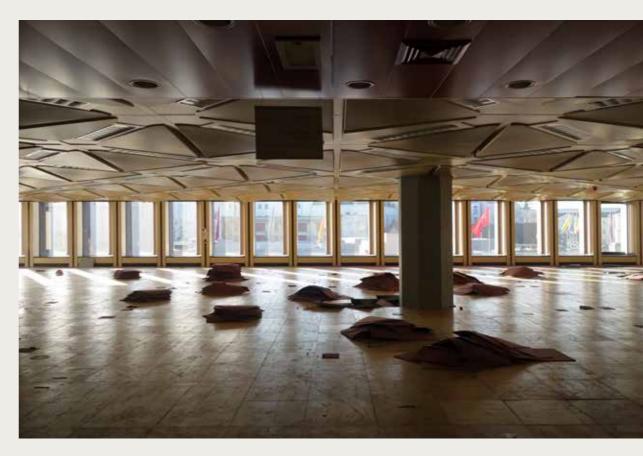
The Sum of the Parts

If farmers burnt their fields before harvesting the crops, you'd think they'd missed out a fairly vital part of the food chain. It just doesn't make sense; it would be a waste. But it is precisely this scorched-earth policy that comes into play when demolishing buildings: diggers and bulldozers are programmed to be indiscriminate. To begin again - structure, fixtures and finishings - all must be razed to the ground. Yet while it appears unanimous that the best option for all these materials is the grinder, it's a logic that can be easily turned around.

Rotor, the Brussels-based design and research collective, brings architecture into the RECIPROCITY fold with Deconstruction: The Sum of the Parts. This project aims to shed light on the practices of building deconstruction and the reuse of construction materials, in turn joining the dots between logistics and lyricism. Proposing an alternative material flow and economy, it is not an artificial life-support for the hegemony of the past, but an integrative system that extracts the healthy, the valuable elements from a building, and then cleans, cuts and stores them for sale and reuse. Rotor Deconstruction does not exist just in the context of Liege, but is a spin-off company in its own right that has already completed a number of operations. After a decade of experimentation and research, it was a logical step for a collective which sees such reaping and reuse as having 'environmental, cultural and economic benefits.

In Liege, Rotor Deconstruction partnered up with the economic development agency Spi for a test project. Working on the Institute of Civil Engineering, which is being renovated as part of the extensive Val Benoît master plan, it is a casebook study of reconfiguration that was full of more than material revelations. As Gielens explains, while the facade and concrete building mostly remains, in terms of fixtures hardly anything was due to be kept. This included some 3500m² of decorated ceramic tiles, designed by the building's architect Joseph Moutschen for the Belgian company Cerabel and installed in 1937, which Rotor decided to partially demount. With the sound of the Bobcats used by the coventional demolition team never far from their ears, the extraction took two weeks by hand. Gielen describes the coloured tiles as 'quite ordinary', a bit thicker and better quality than what would be used today but not anything to write home about. However, before demounting, the team noticed that the architect had created special patterns with the tiles for almost every single room. Making detailed drawings of these, part of Rotor's proposal when selling the tiles on for reuse was for them to come with the patterns; flooring a bit like carpet. One client, a shop in Ghent, chose around five patterns and laid them in various areas of its store accordingly, while another used a large quantity of the tiles in the design of bar, but reinvented the patterns and thus the visual language they used.

At the top of Rotor Deconstruction's website there is a quote from American author, Philip K. Dick's book *The Galactic Pot-Healer*: 'No structure, even an artificial one, enjoys the process of entropy. It is the ultimate fate of everything, and everything resists it.' Rotor is not on a quixotic mission, but nor is it a neutral narrative.



Rotor – chantier de démolition / demolition site BNP Bruxelles / Brussels, 2014 © photo: Rotor

P. 78-79

Rotor – chantier de démolition / demolition site, BNP Bruxelles / Brussels, 2014 © photo: Rotor

A conversation with Maarten Gielen

What sets Rotor Deconstruction's approach apart?

In general waste is defined as something that is highly problematic. A number of initiatives and thinkers have reacted by saying we should create some kind of perfect loop system that allows endless recycling without loss of quality. We wanted to take a stand against this point of view, to accept that actually materials and energy in general have a tendency to get mixed, to wear out, to change, and any kind of system that wants to deal with material flows has to accept this.

In terms of Rotor's interest in material flows, how would you summarise how you've got from when you started in 2005 to where you are today?

Maybe when we started working together we were interested in waste materials for the technical opportunities they offered: cheap building materials, which allowed us to make economies in our projects. But one thing that became very clear, for instance in the project that we did for the Belgian Pavilion at the Venice Biennale in 2010, is that these materials, once they've been used, are charged with a semantic meaning. They become loaded with connotations. You cannot treat them as technical objects alone. You have to understand them almost from a social point of view: What do they signify? How do they communicate? ... The second evolution is a shift to more systemic thinking. If you want to reclaim materials to be able to enter the construction process, you need an infrastructure, you cannot improvise.

And is that what really motivated the setting up of Rotor Deconstruction?

One thing that we noticed was that there's a mismatch between the services and practices that currently exist, and the building stock that is going to be demolished now and in the following decades...there were hardly any initiatives taken on really large scale demolition sites, especially not on demolition sites of modernistic or late modern buildings. Most of the dealers and designers that work with reclaimed materials focus on sort of rustic building materials. We tried to convince dealers to pay attention to these other materials but it didn't work, so we decided to fill this gap ourselves.

In Liege, is the long-term goal to have an impact on the policy of the Province?

With respect to Spi, the economic development agency, that means trying to propose scenarios or alternatives for them to reclaim more materials than they do now. It is geared to creating local jobs and is therefore entirely compatible with its various missions. In collaborations with traditional demolition companies, the objective remains the same but we try to add direct economic benefits to motivate these companies.

Yes, you spoke at RECIPROCITY's international press conference during the World Expo in Milan (June, 2015) about the employment opportunities that this kind of approach can offer to the locals in a place like Liege.

First of all, reclaimed materials are quite labour intensive. So in effect, if you look at your construction budgets, what happens is that you spend more money on labour and less money on materials. So it's a dematerialisation of the building process. That's quite a stimulating thing, because especially in the Brussels region but also in other parts of Belgium, there's a shortage of meaningful jobs for people to do...and on the other hand, materials are energy and CO2 intensive, so saving some of those materials makes total sense...The thing with the deconstruction sector is that it consists mostly of family owned companies, the biggest ones are maybe 40 people, so investing in this type of economy is a very resilient thing to do, because you mobilise so much intelligence.

So what you are trying to do is to reskill people in some ways?

In general you could say that waste is a distributed resource. If you compare it with coal, the guy living on top of the coal mine has all the coal, right? It needs big infrastructures, big investments, and so it's always going to be a centralised resource, whereas imagine that I would want to become the owner of all the second hand bricks in Liege, that's totally impossible! There are so many bricks that are owned by so many different people, that I can try to become the one that extracts them in the most economic way, I can be the one that specialises in a certain type of bricks. But every contractor, every building owner, every business is going to be confronted with this stream of materials at one point of its existence. We think is a very interesting fact. It means that de facto the deconstruction sector is always going to be a collection of companies and it would have a very hard time of becoming a multi-million international trading company. We see this as a great strength, it's a very robust form of economic development.

Interview by Emma Firmin

P. 84 - 85

Homa Delvaray, *LaleZar Garden Project*, 2015 © photo: Kamyan Minoukadeh

82

RECIPROCITY



PRINTED COMMONS

L'un des trois nouveaux champs de vision de cette seconde édition de RECIPROCITY est le design graphique, avec une attention particulière portée sur le graphisme et la communication visuelle en tant qu'outils d'expression citoyenne pour le changement social. Les différents éléments du projet *Printed Commons* s'expriment sous les angles de l'intervention dans l'espace public et le partage tangible de savoirs. Tout comme l'autre « nouvelle » discipline, l'Architecture, le secteur est intimement lié au processus d'innovation socio-culturelle et, à ce titre, à l'économie de la ville de Liège et à sa province.

Teresa Sdralevich (IT/BE) est, en collaboration avec Nawal Bakouri (FR), commissaire de *Printed Commons*. La première est graphiste, illustratrice et sérigraphe, tandis que Bakouri est consultante, commissaire indépendante, professeur de théorie du design et ancienne directrice de la Galerie Anatome, un lieu unique en France dédié au design graphique contemporain.

Le projet a été réalisé en trois parties (affiches dans la ville, ateliers, exposition), avec pour élément clé de leur approche, le déroulement des ateliers sur le lieu même d'exposition – le bâtiment B9 de l'ESA Saint-Luc Liège – et extra muros. Ces ateliers dirigés par des graphistes invités, Malte Martin (DE/FR), Tom Henni (FR) et Homa Delvaray (IR), sont ouverts à la fois aux étudiants et au public. Chacun s'exprimant avec des langages visuels – et parfois physiques – différents mais liés et envisageant le graphisme comme un outil dynamique dans la ville et non comme une technique pure.

L'activisme graphique n'est pas une forme d'expression récente mais, alors que ses visuels ont été récupérés à des fins bassement commerciales, le climat actuel lui rend son essor. Dans son tra-



Tom Henni, Spontanéous - Identité d'un festival d'impro, 150 affiches improvisées à la main, sérigraphie et feutres / identity for an improv festival, 150 posters made from scratch by hand, silk-screening and felt, Lyon, 2012

vail, Sdralevich s'inspire du collectif Grapus qui remonte aux années 60 et incarne l'héritage français de l'école de l'affiche polonaise. L'article Utopian Image: Politics and Posters (Images Utopiques: Politique et Affiches) - Designer Observer, 2013 - du critique Rick Poynor, cite un passage particulièrement pertinent au sujet des activités ultérieures de l'un de ses instigateurs, Gérard Paris-Clavel, lorsqu'il fonde l'association sans but lucratif Ne Pas Plier: « Pour Ne Pas Plier, une image n'est pas un objet inerte à contempler ni, en elle-même, un instrument politique. Ce n'est qu'insérée dans l'action ou la lutte qu'elle peut produire des effets politiques : ce n'est que lorsqu'elle est portée par des individus ou des groupes qu'elle prend vie, et qu'elle génère en retour du sens ... » 1

¹ G. Paris-Clavel, *Prenons l'image, prenons la parole*, Inter: art actuel, Numéro 72, hiver-printemps 1999, p. 58-61.



Une conversation avec Teresa Sdralevich & Nawal Bakouri

Donnez-nous une vue d'ensemble de la relation entre conception graphique et PRINTED COMMONS ?

TS: Des applications mobiles aux panneaux publicitaires, en passant par les livres et les boîtes à chaussures, la typographie, le graphisme et les visuels sont omniprésents mais leur rôle varie selon le support. L'objectif du projet de Liège est de donner l'opportunité aux designers d'identifier leur rôle dans le processus: intégrer la centralité du message, la repenser et lui donner une forme à la fois attrayante esthétiquement, authentique et claire. L'objectif final est d'informer et non pas de persuader. *Printed Commons* a également adopté une démarche participative parfois difficile à réaliser, surtout lorsque l'on est conscient des messages transmis. Il n'est pas question de protectionnisme professionnel mais concevoir du graphisme de qualité requiert une certaine connaissance et une certaine habileté.

NB: La meilleure façon de comprendre est de considérer le concepteur graphique comme un artiste qui répond parfois à la demande d'un client ou d'un commanditaire et impose ensuite son identité dans l'espace public. C'est tout à fait différent du concepteur graphique qui travaille pour un public réceptif. Il est de notre responsabilité de respecter la liberté d'expression, la liberté qu'a chacun de voir nos créations. On ne parle pas de consensus pour autant mais, à tout le moins, du respect de l'idée que nous souhaitons partager.

RECIPROCITY

On constate une prise de conscience croissante de l'innovation sociale, des communautés actives. Adoptent-ils le graphisme de manière différente ?

TS: Absolument. Les outils se sont largement démocratisés et je pense que c'est formidable mais avoir un soutien pédagogique ou didactique en matière de langage visuel est primordial également. Les outils informatiques et les logiciels ne suffisent pas à réaliser quelque chose de valable auquel les gens réagiront. Il y a beaucoup de passerelles entre les processus actifs d'innovation sociale et les flux de travail du graphiste, je pense. Il y a, tout d'abord, l'étape de collecte d'informations qui permet d'explorer et de comprendre le véritable problème ou le défi à relever. Ensuite, survient le grand fossé à combler par la création : 30 à 40 % de chaque projet devrait ainsi avoir une composante artistique. Il faut donner de la beauté au message, y ajouter quelque chose. Cependant, il est primordial de préserver un équilibre entre la prise de position et l'esthétique.

NB: Le design graphique a toujours occupé une place relativement exceptionnelle dans l'histoire du design car sa « fonctionnalité » est directement liée à la pensée, aux idées et aux images. Il est plus question de concevoir une idée qu'une fonction. Par conséquent, le graphisme est étroitement lié à l'in-

novation sociale, même si bon nombre d'auteurs ont bataillé avec les pratiques collectives dans le passé. Cependant, aujourd'hui, être auteur signifie avoir une approche esthétique mais éthique et qui finit par trouver sa forme, tandis que la contribution des collectifs de design est plus importante que jamais.

Pensez-vous qu'avoir un langage visuel puisse influencer la création d'une certaine cohésion dans un quartier ?

TS: Une cohésion sociale, probablement pas, mais une cohésion visuelle, sans aucun doute. Il offre une identité à un groupe de personnes, une chose dans laquelle les gens peuvent se reconnaître visuellement. Mais pour avoir un véritable impact social, le graphisme doit être soutenu par d'autres structures, je pense.

NB: Il s'agit de doter l'individu et le collectif d'une voix, qui peut prendre la forme de communications visuelles d'intérêt public au travers de divers panneaux, et de réfléchir au message, au destinataire et au moyen. L'image impose-t-elle un message ou suggère-t-elle une réflexion? Lorsqu'on donne aux gens l'opportunité d'être actifs, ils s'approprient l'espace, c'est comme ça qu'on avance. Inutile d'attendre un remède miracle, aucun design ne peut y parvenir. Néanmoins, on peut souvent y contribuer et il faut espérer et persévérer en ce sens.

Quelle procédure avez-vous suivi pour le proiet de Liège?

TS: Un des axes centraux était d'organiser une série d'ateliers pour créer une relation personnelle entre un professionnel et des étudiants. Un atelier est réussi lorsque le professionnel parvient à transmettre son expérience tout en étant ouvert à l'apport des élèves. Quoique parfois difficile, l'expérience est très enrichissante pour eux. L'exposition présente non seulement le résultat des ateliers (y compris une vidéo du processus) mais aussi des travaux antérieurs des trois graphistes qui les dirigeaient... Par exemple, le workshop de Martin débouche sur de nombreuses interventions visuelles dans le centre de Liège; résultat direct et indirect des entrevues et rencontres entre étudiants et habitants.

NB: Le projet de Malte Martin est un processus qui se rapporte directement à ses écrits sur le sujet. Le contexte dans lequel s'exprime sa conception graphique est important - la question du mot est centrale, tout comme les utopies du design. Dans son atelier, il entame le dialogue avec des idées reçues sur le design qui sont à l'opposé des idées sociales des mouvements fondateurs du design. Il invite alors les étudiants à assimiler les propositions de RECIPROCITY, reformuler les formes typographiques et créer des pictogrammes sur les questions de design en jeu. C'est de cette manière que le projet souligne la manière dont la formulation graphique et linguistique va de pair.







Qu'est-ce qui a motivé le choix des trois graphistes invités ?

TS: Tous trois ont des approches différentes de la responsabilité sociale. Martin a un lien direct avec l'urbanisme et les espaces publics, son intervention touche la question « Qu'est-ce que le design ? ». Homa Delvaray est iranienne et une dessinatrice très talentueuse qui mélange différents codes visuels. Les travaux de Delvaray sont aussi architecturaux. Le thème qu'elle a choisi « Recycler / Recréer » permettra aux participants d'expérimenter et de travailler l'illustration et la typographie comme s'il s'agissait de « matières ». Quant à Tom Henni, sa manière d'aborder son travail est, selon moi, fascinante. Il utilise systématiquement le dessin mais son grand talent réside dans l'exploration ludique de canaux et supports médias différents. Il se mesure également à la sémantique, c'est pourquoi ce projet porte principalement sur des affiches et des livres : Comment sont-ils conçus ? Comment les produit-on ?

NB: Bien sûr, la question de la responsabilité sociale ne se pose pas de la même façon en Iran qu'en France. De ce point de vue, le travail de Delvaray passe au travers du prisme d'un engagement lié à certains groupes d'artistes iraniens. Les trois sont unis par leur capacité à faire germer des images mentales très riches: Henni et Martin, par l'intermédiaire de typographies percutantes et de messages visuels très courts, et Delvaray par l'insertion, dans son travail, de dessins ultra expressifs en décalage total avec la richesse ornementale typiquement iranienne.

Pensez-vous que le graphisme puisse être un outil dynamique dans la ville plutôt qu'une technique pure ?

TS: Pour ce projet, absolument. Il est principalement question de travailler dans et pour l'espace public, de créer un bel environnement où les gens peuvent vivre. Il s'agit de traduire de l'information dans un langage qui se situe au-delà du décoratif.

Propos recueillis par Emma Firmin

PRINTED COMMONS

Graphic design is one of the three new fields of vision in the second edition of RECIPROCITY. Focusing on graphic design and visual communication as a channel of civic expression for social change, the different elements of the *Printed Commons* project address their expression from the perspective of an intervention in public space, a collaborative act that also shares tangible know-how. And like architecture, the other debutante discipline, it is a sector that is inextricably linked to the process of socio-cultural innovation, and as such, the economy of the city of Liege and its province.

Printed Commons is curated by Teresa Sdralevich (IT/BE) in collaboration with Nawal Bakouri (FR). The former is a graphic designer, illustrator and silk-screen printer, while Bakouri is an independent consultant, curator, and professor of design theory, who was previously director of the Galerie Anatome in France, renowned for its dedication to contemporary graphic design. The project has been realised in three parts (posters in town, workshops, exhibition), with the workshops running out of a pop-up atelier at the ESA Saint-Luc one of the key elements to their approach. These workshops are led by invited graphic designers Malte Martin (DE/FR), Tom Henni (FR) and Homa Delvaray (IR) and open to both students and the public. All speaking different but interconnected visual - and sometimes physical - languages, graphic design is considered as dynamic tool in the city and not as a pure technique.

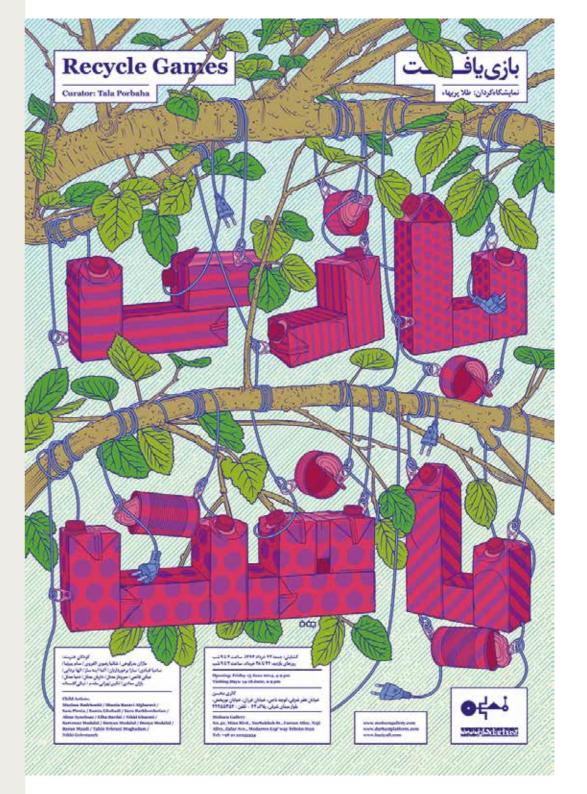
Graphic activism is not a new form of expression and while its images have been co-opted for rampant commercial means, the current climate has given it a fresh canvas and impetus. In her work, Sdralevich is inspired by the Grapus designers,

which came out of the 1960s and reflect the French heritage of the Polish poster tradition. Critic Rick Poynor's article *Utopian Image: Politics and Posters* (Designer Observer, 2013), quotes a particularly relevant passage about the later activities of one of its initiators, Gérard Paris-Clavel, when he founded the not-for-profit association, Ne Pas Plier (Do Not Bend): 'For Ne Pas Plier, an image is not an inert object to be contemplated, nor is it a political tool in itself. Only when inserted into action or struggle does it produce political effects; only when carried by individuals or groups does it come alive, generating meaning in return...' 1

¹ G. Paris-Clavel, Everything is Possible, in J. van Toorn (ed.), Design beyond Design: Critical Reflection and the Practice of Communication (Maastricht, 1998), 101-102.



Malte Martin, Galaxie des mouvements (en votre possession), 2011 © photo: Eric Garault



RECIPROCITY

A conversation with Teresa Sdralevich & Nawal Bakouri

Can you give us a general view on the relationship between graphic design and PRINTED COMMONS?

TS: From apps to advertising hoardings, books to shoeboxes, graphics, typography and images are everywhere. But the roles they have on all these different platforms are different. The project in Liege is about giving designers the chance to recognise their role in the process: to integrate the demand for a message, to rethink it and to give it a form that is not only aesthetically attractive, but is also authentic and clear, and really communicates and not only persuades. *Printed Commons* has also taken a highly participative approach, and that can be tricky to realise, especially when you are being conscious about the messages transmitted. It's not professional protectionism, but you do need to have a certain knowledge and skill to produce quality graphic design.

NB: The best way to understand it, is to view the graphic designer as an artist who sometimes responds to a request from a client or sponsor, which subsequently imposes its identity in the public space. This is quite different from the graphic designer-artist who works for a willing audience. We have a responsibility to respect freedom of speech, the freedom that our creations have been granted for all to see. This does not mean consensus, rather it is to respect the idea that we want to share.

RECIPROCITY

There has been increasing awareness about social innovation, about active community groups. Are they adopting graphic design in a different way?

TS: Absolutely. There is a huge democratisation of the tools, and I think it's wonderful. But it's also important to have educational or didactic support when dealing with visual language. It's not because you have all the tools and computer programmes that you can make something good and which people will respond to. I think there are a lot of bridges between the active processes of social innovation and the workflows of a graphic designer. In the first place, there is the stage in which collecting information allows you to explore and understand what is the real problem or challenge to be addressed. Then there is the great gulf that creation needs to fulfil. So about 30 to 40% of any project should have an artistic element. You have to give some beauty to a message, to add something more to a message. However, what is important is keeping that equilibrium between the statement and the aesthetics.

NB: Graphic design has always had a quite peculiar place in the history of design, because its 'functionality' is directly linked to thinking, ideas and images. It is about designing an idea more than a function, so it is closely linked to social innovations, even though many of its authors have struggled with collective practices in the past. Today, however, being an author does not just mean having an aesthetic but an ethical approach that culminates in finding its form, while the contribution of design collectives is more important than ever.

Do you think that having a visual language can play a role in creating a certain cohesion in a neighbourhood?

TS: Social cohesion probably not, but visual cohesion, for sure. It allows a group of people to have an identity, something in which they can visually recognise themselves. But to get real social impact, for me, design has to be back-upped by other structures.

NB: It is a case of giving the individual and the collective a voice, which can also be the visual communication of public interest via various forms of signage, and thinking what it speaks of, to whom and how. Does the image impose a message or suggest a reflection? Given the opportunity, people reclaim their spaces by being active and so we can move forward. We should not wait for a miracle cure. No design can do this. Nevertheless, hopefully we can often contribute, and one must keep working in this direction.

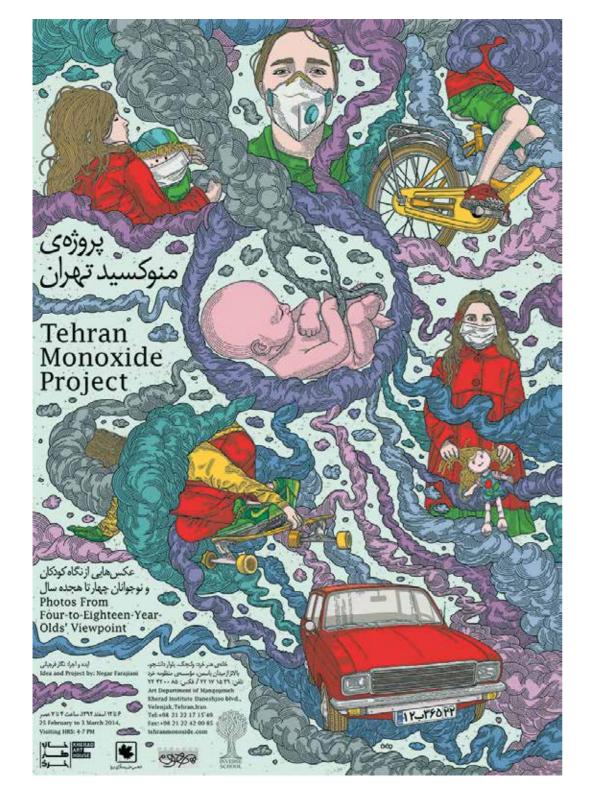
What process have you followed in the Liege project?

TS: One central idea was to organise a series of workshops, to create a personal relationship between a professional and students. A good workshop is when the professional is able to transmit his or her experience through being open to the students' inputs. Though it can be hard work for the students, it's a very enriching experience. Furthermore, the exhibition not only shows the results of the workshops (including a video of the process), but also past works of the three graphic designers invited to lead them... And Malte Martin's workshop sees a lot of visual interventions in the very centre of Liege, which are the direct and non-direct results of interviews and meetings between the students and the inhabitants of the city.

NB: The project of Martin is a process that contributes directly to his writings on the subject. The context in which his graphic design is expressed is important - the question of the word is central, as are design utopias. In the workshop he opens a dialogue on preconceived notions of design, which are very distant from the social ideas of the founding movements of design. The students have then been invited to digest the proposals of RECIPROCITY, reformulate the typographical forms and create pictographs of the design issues at stake. In this way, the project underlines the way linguistic formulations and graphics go hand in hand.

What motivated the choice of the three guest graphic designers?

TS: All three have different approaches to the issue of social responsibility. Martin has a direct link with urbanism and public spaces, and his intervention reflects on the question of 'What is design?' Homa Delvaray is Iranian and a very talented drawer, who manages to mix different visual codes. Delvaray's works are also architectural, and the theme she chose – 'Recycle / Re-create' – allows participants to experiment and work with illustration and typography as if they were 'materials'. As for Tom Henni, I find the way he tackles his work fascinating.



He's also very much into drawing, but he has great skill in exploring different media platforms and channels, which combine with a playful approach. He's also into semantics, so for this project has mainly focused on posters and books: How are they conceived? How are they made?

NB: Obviously the issue of social responsibility does not arise in the same way in Iran as it does in France. From this point of view, the work of Delvaray is one that passes through the prism of a commitment related to particular groups of Iranian artists. I would say that the three are united by a way to germinate very rich mental images: Henni and Martin with arresting typography or very short visual messages, and Delvaray including ultra expressive designs in her work that are totally out of step with the ornamental wealth typically seen in Iran.

Do you agree that graphic design can be a dynamic tool in the city rather than a pure technique?

TS: For this project, absolutely. It's mainly about working in and for the public space, to create a beautiful system people can live in. It's about translating practical signs and information into something that let people see something beyond decoration.

Interview by Emma Firmin

Tom Henni, *Promo-Copain*, atelierexposition participatif / participative workshop-exhibition with J1 & la Fabrique produced by © Fotokino for Marseille-Provence 2013



Homa Delvaray, Tehran Monoxide Project - Four-to-Eighteen-Year-Olds' Viewpoint, 2014



When Form Follows Film

IMAGINE

Un projet de Max Borka / Mapping The Design World



Life is Sacred

© Andreas Dalsgaard

P. 98-99

RECIPROCITY

Cinema Jenin: Abdullah lors du workshop film / during the film workshop © Marcus Vetter

L'ÉLOGE DU DESIGN AU CUL NU

Deux réalisateurs pionniers du film documentaire, Andreas Dalsgaard et Marcus Vetter, sont au cœur de l'événement IMAGINE Liège, When Form Follows Film: débattant du rôle clé du film pour le design social lors d'une projection de leur travail le weekend d'ouverture de RECIPROCITY. Le film, les culs nus et les clowns comme outils pour le design.

Les liens entre film et design social sont tout sauf nouveaux et résultent de la nature même de ce dernier - différent des autres catégories de design car il sert les intérêts de l'ensemble de la société et pas uniquement ceux des pouvoirs en place comme l'Industrie. Ce changement de perspective arrive avec un tout nouveau langage et le paradigme dans lequel le consommateur unidimensionnel ne se tient plus au centre comme paramètre mais est remplacé par la communauté une notion bien plus complexe, sujette à des évolutions constantes. Puisque le processus n'est plus principalement au bénéfice de l'industrie, cette communauté vit souvent dans l'isolement, ignorée du reste du monde.

FOGO

Avec sa capacité à capturer la complexité et le changement, le film, en donnant une audience à la communauté, n'est pas uniquement un grand allié contre l'isolement mais devient un moyen pour améliorer la communication et l'unité au sein de cette communauté. Exemple célèbre et pionnier : les films de Donald Snowden et Colin Low produits en 1967, dans le cadre de « Fogo Process » à Newfoundland. Un projet modèle pour l'utilisation des médias et de ses technologies comme outil pour répondre aux préoccupations d'une communauté participative et générer l'attention et le support nécessaire pour les initiatives du design social.

L'EFFET PAPILLON

Cet effet a émergé via les nouveaux canaux de distribution, comme internet et les médias sociaux, qui offrent au film – et donc au design social en général – un impact bien plus important grâce à leur capacité de diffusion rapide à échelle globale. Dans ce processus, le film délaisse souvent son statut d'interface et d'outil de communication pour devenir plus puissant et plus important que le projet qu'il présente. Ensemble, la conséquence du projet et du film n'est pas différente de ce que *La théorie du chaos* d'Edward Norton Lorenz, a décrit comme *L'Effet Papillon*: un phénomène scientifique qui tient son nom de l'idée que la formation d'un ouragan au Texas est dépendante des battements d'ailes d'un papillon au Brésil quelques semaines plus tôt.

FOQUISMO

IMAGINE Liège se concentre essentiellement sur le travail de deux réalisateurs de films documentaires qui partagent la même conviction que celle que le défunt Che Guevara appelait Foco ou Foquismo: l'hypothèse qu'un petit groupe peut déclencher une révolution basée sur une stratégie hit-andrun de guérilla, flexible et mobile, en cherchant toujours les failles d'un système. La vie de Guevara semblait être la meilleure preuve qu'il avait tort. Pourtant, depuis l'émergence des outils tels que la 3D, internet et les médias sociaux, la conviction que sa théorie pouvait être réalisable a donné lieu à un tsunami d'initiatives de design social – et de films.

FORMES FATALES

Bien que certaines des solutions proposées par ces initiatives peuvent encore se baser sur des objets, un filtre à eau par exemple, les critères pour juger de leur qualité sont totalement différents de ceux du design traditionnel et ses objets de désir : lisses, glamours ou simplement pratiques, mais le plus souvent aussi, superflus, mortels et dangereux. Les « formes fatales » promettent le ciel mais trop souvent nous mènent à son antipode. Les montagnes de déchets qui recouvrent notre terre et qui ne peuvent être extraits n'en sont qu'une preuve. Le succès d'un filtre à eau, dans le design social, dépend largement de la manière dont il permet à un nombre infini de personnes, pour qui

l'eau potable est toujours une question de vie ou de mort, de créer eux-mêmes ces filtres avec ce qui est aisément accessible et sans aucun outil ou coût. Car les alternatives qui se vendent peuvent être bon marché mais lorsqu'on n'a rien, le pas cher reste inabordable. Qui plus est : elles vous gardent dépendant des autres.

CUL NU

La plupart des solutions de design social sont des processus complexes, dans lesquels les objets ne iouent qu'un rôle secondaire. En outre, les problèmes actuels sont de très grande échelle et écrasants à tel point que les designers doivent penser en terme de pays et de villes plutôt que de penser en terme de casseroles et de pots. IMAGINE Liège se concentre sur des exemples de cette approche à grande échelle, bien que leurs protagonistes seraient très certainement fort surpris d'être appelé « designers ». Antanas Mockus par exemple, principal personnage dans Bogotá Change et Life is Sacred, du réalisateur danois Andreas Dalsgaard, est tout d'abord un homme politique et philosophe. Les outils avec lesquels il a joué un rôle clé dans la redéfinition de l'un des endroits les plus violents et corrompus au monde, Bogotá, capital de la Colombie, en un exemple paisible aux yeux du reste du monde, sont aussi bien moins orthodoxes qu'un filtre à eau : clowns, crayons ou montrer son cul nu à une audience.

CORRUPTION

L'impact conjoint de la politique de Mockus et celle de son adversaire, Enrique Peñalosa, rapidement devenu son compagnon, n'auraient certainement pas été le même si, en 2009, ils n'étaient pas devenus le sujet du documentaire viral et récompensé : Cities On Speed - Bogotá Change, de Dalsgaard, générant l'attention et le soutien du monde entier. Comme son plus récent film, Life is Sacred, qui se concentre sur la suite de la carrière de Mockus et sur la leader de la campagne pour la jeunesse, Katherine Miranda. Alors que la candidature à la présidence de Mockus, selon beaucoup et Dalsgaard y compris, était écrasée par les mensonges, la fraude et la corruption, Bogotá Change voulait aussi démontrer à quel point un homme peut toujours faire une énorme différence - dit Dalsgaard.

ARME JOUET

La même idée fonctionne comme un fil rouge à travers le travail de Marcus Vetter dont la trilogie Jenin peut aussi être vue comme une célébration de la puissance de redesign du cinéma. Déjà le premier film de cette trilogie, The Heart of Jenin, touchait le cœur du conflit israélo-palestinien, en racontant l'histoire d'un enfant palestinien, Ahmed, tué alors qu'il jouait aux « Arabes et Juifs » dans les rues d'un camp de réfugiés de la ville de Jénine, Jordanie occidentale, et d'un soldat israélien qui a confondu le jouet avec une arme. C'est aussi l'histoire de son père, Ismael, qui a pris la décision de faire dons des organes d'Ahmed aux enfants Israéliens en attente de transplantations et, de cette manière a sauvé les vies de quatre d'entre eux. Le film a été primé par le Prix du Film allemand en 2010, mais - par manque de cinéma - il n'a pu être montré à Jenine. C'est pourquoi la deuxième partie de la trilogie, Cinema Jenin, The Story of a Dream, est née, racontant l'effort de l'équipe germano palestinienne de Vetter pour réouvrir l'unique cinéma de Jénin. Que ce projet ait été loin d'être facile à réaliser a, une fois de plus, été confirmé au printemps 2011, lorsque l'activiste et directeur Juliano Mer-Khamis a été abattu. Néanmoins, la troisième partie de la trilogie, After the Silence, fait un pas de plus vers ce qui est toujours un projet en cours, utilisant la réouverture du cinéma comme pierre angulaire de la fondation d'une industrie du film, jusque-là non existante, par et pour les locaux. Alors que Jénine était presque exclusivement connue comme étant la base des kamikazes, la trilogie a énormément fait évoluer la perception de la ville et du conflit. Plus encore que juste un reportage sur un projet, le film était devenu une partie intégrante du processus de design, d'une facon telle que même la prédiction de Marshal McLuhan semblait devenue plus que jamais réelle : le médium était avant tout devenu le message.

Max Borka

Life is Sacred: Antanas Mockus

© Andreas Dalsgaard

Cinema Jenin: Inauguration du cinéma en présence de Salam Fayyad, premier ministre palestien / Inauguration of the cinema in the presence of Salam Fayyad, the Palestinian prime minister © Marcus Vetter - photo: Pierre Johne







IMAGINE LIÈGE

When Form Follows Film

A project by Max Borka / Mapping The Design World

IN PRAISE OF BARED ASS DESIGN

Two pioneering documentary filmmakers, Andreas Dalsgaard and Marcus Vetter, stand central to IMAGINE Liège, When Form Follows Film, screening and debating their work and the key role of film in social design in a two-day event during RECIPROCITY's opening weekend. On film, bared asses, and clowns as design tools.

The close ties between film and social design are all but new, and result from the very nature of the latter - different from other design categories in that it serves the interests of the whole of society and not just those of the powers that be, such as the industry. This change in perspective comes with a totally new language and paradigm, in which the one-dimensional consumer no longer stands central as a parameter but is replaced by the community - a much more complex notion, also subject to constant changes. Since the process is no longer primarily for the benefit of the industry, this community often lives in isolation, ignored by the rest of the world.

FOGO

With its capacity to capture complexity and change, film not only proved a great ally in undoing that isolation by giving the community an audience, but also became a means to enhance communication and unity within the community. One famous and pioneering example is the films of Donald Snowden and Colin Low produced in 1967 as part of the 'Fogo Process' in Newfoundland, a model project for the use of the media and its technology as tools to address participatory community concerns, and to generate the necessary attention and support for social design initiatives.

A BUTTERFLY EFFECT

Only of late new distribution channels have emerged though, such as the Internet and social media, which offer film – and therefore also social design – a far greater impact, because of their capacity to go viral on a global level. In this process, the film often even leaves its status as an interface and communication tool behind, becoming more powerful and important than the project it depicts. Together, the effect of project and film is not unlike what Edward Norton Lorenz's Chaos Theory described as The Butterfly Effect: a scientific phenomenon that took its name from the theoretical example of a hurricane's formation in Texas being contingent on whether or not a butterfly had simply flapped its wings in Brazil several weeks earlier.

FOQUISMO

IMAGINE Liège exclusively focuses on the work of two documentary filmmakers who share this belief in what the late Che Guevara called Foco or Foquismo: the premise that a small group can set off a revolution based on a hit-and-run guerilla strategy; flexible and mobile, always looking for the cracks in the system. Guevara's own eventual life path seemed the best proof that he had it wrong. Yet since the rise of the aforementioned tools, such as 3D, the Internet, and social media, the belief that his theory might be realisable, has given rise to a tsunami of social design initiatives – and films.

FORMES FATALES

While some of the solutions offered by these initiatives may still rely on objects, such as a water



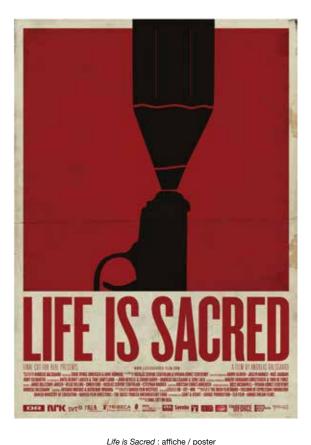


PRINCE OF SOME TWEN MEDIA, CREPHIL, FILMPERIPERTIVE IN CO-PROMOTION WIN BY REPORT AFTE, YES DOCU, YIPRO, SENATOR FILM PRODUCTION WIN the support of MFG BADEN WÜRTTEMBER MEDISMONADE BRILLN BRANCHBURGE, OFFF DEUTSCHEFF ILMPRODESFORDS, BON, SUNDANCE GESTTUTE, THE RABBOWNINF FORMER BATS - CRININA PROJECT ASSISTANCE AND THE ARREST AND THE

Amount Production of the Control of

WWW.CINEMAJENIN.ORG WORLD SALES: WWW.CINEPHIL.CO.

Cinema Jenin : affiche / poster Courtesy Filmperspektive



Courtesy Final Cut for Real

P. 104 - 105

Life is Sacred: Katherine Miranda à la tête du mouvement populaire soutenant Antanas Mockus / Katherine Miranda at the head of the popular movement supporting Antanas Mockus © Andreas Dalsgaard



Andreas Dalsgaard @ photo: Nicci Duus Alex

Marcus Vetter © Cinema Jenin

RECIPROCITY



filter, the criteria to judge their quality are totally different from those in traditional design and the objects of desire it creates: slick, glamorous, or simply practical, but more often than not superfluous, lethal and perilous -'formes fatales' that promise heaven but - as we have learned - lead to its antipode. The mountains of waste that are covering our earth and can't be cleared are only one proof of that. The success of a water filter in social design largely depends on the way it allows the innumerable number of people for whom obtaining drinking water is still a matter of life and death to make this filter themselves, from what is readily available, and without any tools or costs. Alternatives that you have to buy may come cheap, but when you have nothing cheap is still unaffordable. What's more: they keep you dependent on others.

BARING ASS

Most solutions in social design are complex processes, in which such objects have been degraded to a secondary role. And present problems are so large-scale and overwhelming that designers have to think in terms of countries and cities, instead of pots and pans. IMAGINE Liège focuses on such large-scale processes, although their protagonists might be very surprised if one would call them designers. Antanas Mockus for instance, the main character in Bogotá Change and Life is Sacred, by the Danish filmmaker Andreas Dalsgaard, is a politician and philosopher. The tools with which he was key in redesigning one of the world's most violent, and corrupt places, Bogotá, capital of Colombia, into a peaceful example to the rest of the world are also far more unorthodox than a water filter: clowns, pencils, or baring his ass to an auditorium.

CORRUPTION

The joint impact of Mockus' politics and that of his opponent Enrique Peñalosa, who soon became his companion, would certainly not have been the same if in 2009 they hadn't become the subject of Dalsgaard's award-winning and viral documentary Cities On Speed - Bogotá Change, which generated worldwide attention and support. Like its recent follow-up, Life is Sacred, which focuses on Mockus' later career and the youth campaign leader Katherine Miranda, as Mockus' candidacy for presiden-

cy was - according to many, including Dalsgaard - squashed by lies, fraud, and corruption, *Bogotá Change* also had to demonstrate to what degree one man can still make an enormous difference, says Dalsgaard.

TOY GUN

The same idea runs as a red thread through the work of Marcus Vetter, whose Jenin trilogy can also be seen as a celebration of the redesigning power of film. Already the first film of that trilogv. The Heart of Jenin, touched the heart of the Israeli-Palestinian conflict, by telling the story of the Palestinian boy Ahmed - who was killed when he was playing 'Arabs and Jews' in the streets of a refugee camp in the city of Jenin, West-Jordan, and an Israeli soldier mistook his toy gun for a weapon - and of his father Ismael who made the decision to donate Ahmed's organs to children awaiting transplants, saving the lives of four Israeli children. The film was awarded the German Film Prize in 2010, but - through lack of a cinema - could not be shown in the city it was dealing with. That's how part two in the trilogy, Cinema Jenin, The Story of a Dream was born, reporting on the efforts of Vetter's German-Palestinian team to reopen Jenin's only movie-theatre. That this plan was far from easy to realise, was again confirmed in the spring of 2011, when the activist and director Juliano Mer-Khamis was shot to death. Nevertheless, the third part of the trilogy, After the Silence, is set one step further in what is still an ongoing project, using the re-opened cinema as the cornerstone for the foundation of an up till then non-existent film industry, by and for the locals. While Jenin was previously almost exclusively known as the home base of suicide bombers, the trilogy did much to change the worldwide perception of the city and conflict. Much more than just reporting on a project, film became part of the design process, to such a degree that even Marshall McLuhan's prediction seemed more a reality than ever: the medium was the primal message.

Max Borka

P. 110 - 111

Vue de la ville depuis le film / View of the city - still from the film Cities on Speed: Bogotá Change / The Inspiring Story of Antanas Mockus par / by Andreas Dalsgaard





BEYOND FOOD AND DESIGN

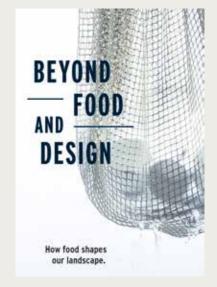


Le Centre du Design C-Mine à Genk est l'une des destinations de RECIPROCITIES. qui voit s'étendre les frontières du contenu de la Triennale au-delà de Liège et sa province. C'est également le site de l'exposition Beyond food and design, un projet exploratoire et une exposition thématique qui combine des installations, des idées et des objets exceptionnels extrêmement pertinents. Analysant l'influence de la nourriture sur nos vies et la ville, l'exposition regroupe quatre thèmes: l'eau des mines, l'aquaculture, les champignons et les abeilles. Ce qui peut ne pas sembler directement évident lorsque l'on pense au paysage industriel, et pourtant, chaque thème tire son origine d'une perspective régionale ou historique et propose un échange particulier entre nourriture et design.

Beyond food and design fait également partie de Toegepast 20, une initiative de la Cultuurplatform Design, de la ville de Genk et de Z33, le Centre d'art contemporain de la ville de Hasselt. Il s'agit d'un concours annuel, reservé aux designers diplômés, qui a été lancé en 1995 et qui vise à leur fournir un tremplin professionnel. Pour souligner ce 20^{ème} anniversaire, tous les lauréats des éditions précédentes ont été invités à collaborer à l'événement de C-Mine.

Jan Boelen est commissaire de Beyond food and design, Toegepast 20 et directeur artistique de Z33. D'après lui, le développement du contenu de Genk est aussi révélateur que ce que les visiteurs ressentiront visuellement. Chaque thème est mené par un designer qui possède une expérience dans le domaine et joue un rôle de mentor auprès de son pool de designers : Henriëtte Waal s'occupe des eaux de mines. Elle a créé, avec succès, sa Brasserie en plein air, une tour de filtres qui permet de brasser de la bière à base d'eau de fossés, de plantes et d'herbes locales sauvages ; Eric Klarenbeek, le créateur d'une chaise imprimée en 3D à partir de mycelium vivant, est monsieur champignon; Foodcurators (Digna Kosse & Lucas Mullié) trouvent leur inspiration dans l'aquaculture

qui utilise les eaux de refroidissement d'une centrale électrique; et Tomáš Libertíny en charge des abeilles a réalisé divers travaux à base de cire d'abeille et sur les comportements de vie de ces insectes essentiels. Des détails aux questions universelles à propos de la gestion de l'eau, de la production et consommation alimentaire et de la pensée conceptuelle, les dialogues du design traversent plus que les lignes du temps.



Beyond food and design © Photo: Kristof Vrancken

P. 112-113

Eric Klarenbeek, Mycelium Project 1.0 © photo: Studio Eric Klarenbeek

Henriëtte Waal, Waterfiltertoren
© photo: Jorn van Eck

RECIPROCITY

Une conversation avec Jan Boelen

RECIPROCITY

À la fois adverbe, préposition et nom, d'où vient cette attirance pour « Beyond » (« Au-delà de ») ?

Ce sont les implications et conséquences du design qui m'intéressent. « Beyond » signifie qu'il y a plus... On peut parler de nourriture, on peut parler de design, on peut parler de design alimentaire ; mais qu'en serait-il si l'on envisageait la nourriture au-delà d'elle-même et qu'on élargissait la définition du mot design ? C'est là, et particulièrement dans le cadre de cette exposition, que la connexion entre Beyond food and design prend tout son sens. Nous souhaitons aussi examiner les rapports entre le paysage et la nourriture, et pas uniquement les moyens habituels par lesquels elle influence la ville. Même des paysages industriels comme Liège sont façonnés ou inspirés par la nourriture. Elle définit effectivement le paysage. Étant donné que nous faisons référence à une zone représentative de la première révolution industrielle, il est intéressant de savoir ce qui y était présent et comment nous, en tant que designers, pouvons la faire évoluer vers un possible futur, aller au-delà de ce que nous connaissons, voyons et attendons.

Pouvez-vous nous expliquer comment les mentors des quatre thèmes - aquaculture, abeilles, champignons et eaux de mines - travailleront avec leur pool de designers ?

Un peu à l'instar du modèle de BIO, la biennale de design de Ljubljana, [dont Boelen était le commissaire en 2014] : pertinents et mordus par cet environnement spécifique. Les mentors sont présents en tant que designers mais surtout en tant qu'experts dans les différents domaines, qui ont des liens avec les universités, etc. Il ou elle partage ses connaissances avec un groupe de personnes et, ensemble, ils conçoivent un projet de recherche sur un thème précis. Je pense l'approche vraiment intéressante parce qu'elle crée un environnement stimulant, où l'incertitude et la diversité sont les éléments clés qui permettent d'apporter quelque chose de neuf, quelque chose que nous ignorions jusque-là. Une partie du travail de chacun des quatre groupes représente le patrimoine, une autre les projets des mentors et une dernière la réalisation commune.

Était-il important pour vous de méditer sur le passé, le présent et le futur ? De donner plus que du contenu à propos des scénarios futurs, de donner également une trame de fond ?

La plupart du temps - et nous avons commis la même erreur - il y a une surenchère dans les présentations de projets d'avenir. Mais, ils sont pour la plupart basés et liés au passé. C'est pourquoi j'aime dire de manière un peu provocante « l'avenir c'est maintenant ». On peut voir dès maintenant les semences du futur, il s'agit donc de les saisir et de les faire évoluer. C'est ce que je souhaitais clarifier avec cette exposition, une mise en évidence afin que tous

prennent conscience de la continuité. Le tout n'est pas de présenter un projet fou avec des poissons, de l'eau ou des champignons, ce pourrait être amusant mais il faut un projet qui ait du sens. Lorsque vous organisez une exposition dans une ville comme Genk, il faut présenter des projets intéressants qui peuvent inspirer et donner de l'espoir à ses habitants, qui connaissent bien leur histoire et cherchent, surtout en ce moment, un avenir plus certain.

Pourriez-vous nous en dire plus sur le contexte régional et historique des thèmes ?

C'était comme exercer le métier de commissaire mais à contresens. Il fallait trouver des indices historiques qui se résumaient parfois à une simple anecdote. Mais, ces anecdotes sont devenues les métaphores d'une situation d'ensemble. Elles peuvent avoir un sens au niveau local tout en étant importantes au global. Dans le bureau du directeur de l'un des bâtiments des mines de Genk par exemple, il y a une boiserie qui représente des abeilles. Elles reflètent la façon dont la société était organisée à l'époque : une structure hiérarchisée dans laquelle tout le monde connaissait son rôle, où chacun savait comment communiquer ou comment produire. Le directeur étant bien entendu la reine. Tomáš Libertíny a réalisé différents projets avec des abeilles en tant qu'outils de production. Que peut-on apprendre d'elles ? Comment les abeilles peuvent-



Eric Klarenbeek, Mycelium Project 1.0

© photo: Studio Eric Klarenbeek



Tomáš Libertíny, *Thousand years* © photo: René van der Hulst



elles acquérir plus d'importance, car nous savons tous qu'elles sont primordiales pour l'environnement et qu'elles disparaissent ? Une autre part profonde de l'histoire indique que les abeilles étaient là avant le déferlement industriel qui a transformé le paysage. À La Haye, par exemple, existait une grande tradition du miel. Celui-ci était très réputé et pratiquement l'unique source de revenus. De même, dans la région du Limbourg, il y a la problématique des eaux des mines qui sont toujours pompées dans les canaux. Il y a différentes opinions sur la quantité d'eau gaspillée ou recyclée... C'est une eau potable de grande qualité, donc un gâchis d'argent et d'énergie, et certaines zones de la région sont déjà huit mètres plus bas. On peut voir des maisons qui ont été lentement submergées et ont presque disparu. Alors, que peut-on faire de cette eau ? Quel genre de produits ou industries pourrait-on développer ? Les designers imagineront de nouvelles méthodes intéressantes pour l'exploiter, ils ne la considéreront pas simplement en tant qu'eau, mais en tant que phénomène et spécificité liée à cette région. Idem pour les champignons liés au sous-sol. Les populations italiennes et polonaises qui vivent autour de Genk ont une immense connaissance des champignons. Il y a également une espèce de réseau souterrain d'illégaux qui travaillent dans les champignonnières. Eric Klarenbeek ne considère pas les champignons en tant qu'aliment, mais en tant que matière. La racine des champignons peut devenir un matériau très résistant, il est même possible d'en faire des briques. Et enfin, nous avons les poissons. La pisciculture était très présente dans la région, et ce, déjà avant les mines. Malgré une zone de sable fin très sèche et très éloignée de la côte, il y avait des lacs. La pauvreté était telle que les gens ne pouvaient se permettre de posséder ni vache, ni mouton. Ils devaient pêcher pour survivre. À cette époque, amener le poisson de la côte aurait pris trop de temps.

Quelle est votre opinion de la relation entre la nourriture et le design?

Pour découvrir ce que cette relation pourrait véritablement signifier pour notre société, nous devrions commencer par réfléchir à l'histoire, à l'avenir, aux ressources locales qui sont générées et produites. Vous verriez alors tout un système derrière cela, les personnes concernées, les répercussions et les conséquences. Ce qui est bien plus intéressant que d'assembler deux mots à la mode.

Propos recueillis par Emma Firmin

RECIPROCITY

BEYOND FOOD AND DESIGN



The Design Centre at C-Mine Genk is one of the destinations of RECIPROCITIES. which sees the Triennial extend its content borders beyond Liege and the province. It is also the site of the exhibition Beyond food and design, an explorative project and exhibition that is a powerfully relevant theme-based combination of installations, ideas and unique objects. Exploring how food shapes our lives and the city, the exhibition covers four themes: mine water, aguafarming, mushrooms and bees. Maybe not all immediately obvious when you think of the industrial landscape, but each has its origins in a regional or historical perspective, and propose a special exchange between food and design.

Beyond food and design is also part of Toegepast 20, the initiative of Cultuurplatform Design, City of Genk and Z33-House for contemporary art in Hasselt. An annual design project for graduate designers that aims to provide them with a professional springboard, to underline this jubilee year, all the winners from previous editions were also invited to collaborate in the event at C-Mine Genk.

Curator of Beyond food and design, Toegepast 20 and artistic director at Z33 is Jan Boelen. For him, the process of the content in Genk is as revealing as what visitors will visually experience. Each theme is led by a designer who has already worked in the area, while acting as mentor to their pool of Toegepast designers: Henriëtte Waal takes on mine water, having successfully created her Outdoor Brewery, a filter tower that allows the brewing of beer from ditch water and local wild plants and herbs; Eric Klarenbeek, creator of a 3D printed chair using living fungus, is the mushroom man; Foodcurators (Digna Kosse & Lucas Mullié) find inspiration from the aquafarm that uses the cooling water of an electricity plant; and Tomáš Libertiny cares for the bees, having made a number of works that employ beeswax and the living behaviour of these crucial insects. From specifics to universal questions about water management, food production and consumption and design-thinking, the design dialogues traverse not only timelines.



Beyond food and design workshop

© Photo: Kristof Vrancken



Eric Klarenbeek et/ and Ick Reuvis © photo: Kristof Vrancken

Beyond food and design workshop

© Photo: Kristof Vrancken



丽

A conversation with Jan Boelen

RECIPROCITY

© 1

It's an adverb, preposition and noun, what's your attraction to 'Beyond'?

I'm interested in the implications and the consequences of design. 'Beyond' signifies that there is more...We can talk about food, we can talk about design, we can talk about food design, but what if we don't look at it as food itself, and look at design in a broader definition, in this way the connection between 'beyond food and design' makes sense, especially in the framework of this exhibition. We also want to look at the relationships between the landscape and food, and not just in the familiar ways it impacts a city. Even industrial landscapes such as Liege are shaped or inspired by food. In effect it designs the landscape. Since we are referring to an area that reflects the first industrial revolution, it's interesting to know what was there, and how we as designers can take it forward to a new possible future – to go beyond what we know, see and expect.

Can you explain how the mentors of the four themes of aquafarming, bees, mushrooms and mine water will work with their pool of designers?

It's somewhat based on the model of the BIO design biennial of Ljubljana in 2014 [Boelen was curator of the edition], geeked and tweaked for this specific environment. The mentors stand there not only as designers, but more as experts in the different fields with links to universities, etc. He or she shares their knowledge with a group of people, and together they do a research project by design, in a certain context. I think this is a really interesting approach, because you create a stimulating environment where uncertainty and diversity are the key elements to come up with something new, something that we don't know yet. For each of the four groups, one part represents the heritage, another the projects of the mentors, and then the work they did together with the group.

Was it important to you to reflect on the past, present and future? Not only content about future scenarios, but also giving the backstory?

Most of the time – and we have also made that mistake – there is a kind of inflation of showing projects in the future. But they are mostly based and related to the past. That's why I like to say in a bit of a provocative way 'the future is now'. You can see the seeds of the future now. So it's about what they grab and what they're taking forward. That's what I wanted to make clear in the exhibition itself, to make it obvious, so that people become aware of continuity. It's not about presenting a crazy project dealing with fish, water or mushrooms, which could be fun, it has to be meaningful. When you make an exhibition based in a city like Genk, where people are very aware of its history and they are looking for a certain future, especially at this moment, you need to inspire them by showing interesting projects that can give them some hope.

P. 122-123

Groupe Eaux des mines /
Mine water group
© photo: Kristof Vrancken

In terms of the themes, could you tell us more of the regional and historical context?

This was really like reverse curating. We had to find historical hints, sometimes nothing more than anecdotes. But these anecdotes became a metaphor for a whole situation. They can be locally significant, yet also globally important. For example, in one of the mine buildings in Genk there is a piece of woodwork in the director's office, representing bees. They reflect how the society was organised at that time: a structured hierarchy, everybody knowing their role, how to communicate, and how to produce. And the director of course was the queen. Tomáš Libertíny has been doing projects using bees as a tool for production. What can we learn from them? How can the bees become more meaningful, as we all know that they are important for the environment and that they are disappearing? Another profound part of the story is that the bees were there before the swarm of industrialisation came, effectively changing the landscape. For example, the honey from The Hague was really quite something, it was almost the only source of income. It has a huge tradition there. Equally, here in the Limburg region you have the issue of mine water being pumped into the nearby canals. Opinions differ on how much is wasted or re-used, but it's high quality drinking water, and some parts of the area are already eight metres lower. You can see houses which have slowly sunk and almost disappeared. So what could we do with that water, what kind of industry and products can be developed around it? The designers will come up with interesting new ways of using it, not looking at it just as water, but as a phenomenon and as something specific given to that region. It's the same with the mushrooms. They are related to the underground, and the Italian and Polish population that lives around Genk has a huge knowledge about mushrooms. There is also a kind of underground circuit of illegal people that work in the mushroom farms. Eric Klarenbeek doesn't look at fungi as food, but as a material. The root of the mushrooms can become a really strong material, you can even make bricks out of it. And finally we have the fishes. There was a lot of fish cultivation in the area, also before the mines. There were lakes, though it's a very dry sandy area, and you are really far away from the coast. But the people were so poor that they couldn't afford cows or sheep. They had to fish to survive. And at that time you couldn't bring the fish from the coast to there, it took too much time.

What is your personal opinion on the relationship between food and design?

To find out what this relationship could really mean for our society we should start to think about the history, the future, the local resources that are generated and produced. Then you see a whole system behind it, the people involved, the implications and what it can do. That's much more interesting than connecting two buzz words together.

Interview by Emma Firmin

MADE IN EUROPE

Un projet de Kim Bouvy pour Bureau Europa, Maastricht

La photographe Kim Bouvy a été mandatée par Bureau Europa pour entreprendre des recherches sur la relation spécifique et réciproque entre les histoires industrielles et les identités de Liège et de Maastricht. Ces deux villes revêtent une importance considérable dans l'histoire européenne. En 1817, le roi des Pays-Bas, Guillaume ler, vend le château d'été du Prince-Évêque de Liège situé à Seraing aux fils de William Cockerill, un entrepreneur industriel anglais et ingénieur expérimenté. Ils posèrent les fondations du premier haut fourneau à coke en Belgique en introduisant la fabrication en série de fer et d'acier et lancèrent ainsi la révolution industrielle sur le continent européen. Ces événements peuvent être mis en parallèle avec ceux de Petrus Regout qui, à la même époque, démarra son entreprise familiale de verrerie (celle-ci fonctionnait à la vapeur) à Maastricht. Plus d'un siècle plus tard, le Traité de Maastricht était signé à Maastricht en 1992, consolidant ainsi encore davantage l'intégration européenne.

Le visage contemporain de l'Europe émerge des connexions typiques de ces deux contextes : la stagnation industrielle et le désengagement. Leur rôle industriel important à l'époque provient d'un processus sans fin de fusions. Agissant parmi les flux internationaux de capitaux, les ressources à bas prix, les populations d'ouvriers migrants et l'économie globale, les multinationales ne sont plus connectées avec le contexte local des ressources et de la main-d'œuvre disponibles. Dans ces conditions, comment ces deux villes de l'Euregio Meuse-Rhin - autrefois étroitement connectées par la religion et le commerce - forment-elles, ou plutôt réinventent-elles leurs identités sociales et économiques?

En démarrant du Château Cockerill à Seraing, Kim Bouvy a suivi la Meuse jusqu'à Maastricht. Elle a observé les paysages successifs qui lui sont apparus le long des rives, depuis l'époque de la Révolution Industrielle iusqu'à nos jours. La Meuse joue le rôle d'un lien intemporel de « décors » qui sont à la fois génériques et façonnés par les histoires locales. À Seraing, les désormais inutiles hauts fourneaux (appartenant au géant indien de l'acier, Arcelor Mittal) se tiennent silencieux à côté de communautés d'ouvriers, de centres commerciaux, d'autoroutes, d'incinérateurs de déchets et de plateformes de logistique en développement. Tout ceci détonnerait avec le paysage pittoresque de la carrière de tuffeau ENCI de Maastricht.

Depuis cette suite de paysages transfrontaliers, industriels et fragmentés, nous pouvons comprendre le combat de la société post-industrielle en proie à des changements permanents et qui doit s'adapter constamment aux conditions économiques et sociales. L'itinéraire se termine avec le bâtiment de Bureau Europa, une villa dans I'« usine à bois » qui faisait autrefois partie de Sphinx, empire de la production de céramique, verre et cristal appartenant à Petrus Regout et Fils.

Kim Bouvy

P. 126-127

La Meuse / The Meuse

P. 130-131

Les restes des tours démolies à Droixhe / Remains of demolished towers at Droixhe





128 Master plan in progress, Seraing 129



MADE IN EUROPE

A project by Kim Bouvy for Bureau Europa, Maastricht

Photographer Kim Bouvy has been commissioned by Bureau Europa to research the specific and reciprocal relationship between the industrial histories and identities of Liege and Maastricht. Both cities are of considerable importance to the footnotes of European history. In 1817, the Dutch monarch, William I, sold the Prince-Bishop of Liege's summer castle in Seraing to the sons of William Cockerill, an English industrial entrepreneur and skilled engineer. They then laid the foundations for the first coke blast furnace in Belgium, thus introducing the mass-production of iron and steel and sparking the Industrial Revolution on the European continent. These events were paralleled by Petrus Regout, who, in the same era, started his family-run steam-powered glassworks in Maastricht. More than a century later, the Maastricht Treaty was signed in Maastricht in 1992, consolidating further European integration.

The contemporary face of Europe emerges from the connections typical of these two contexts: industrial stagnation and disengagement. Their once prominent industrial role has been played out through an endless process of mergers. Operating within the international flows of capital, cheap resources, migrant worker populations and global economics, multinational companies no longer connect to the local context of available resources and labour. Under these conditions, how do these two cities in the

Meuse-Rhine Euregion - once closely connected by religion and trade - shape, or rather reinvent, their social and economic identities?

Starting at the Cockerill Castle in Seraing, Bouvy followed the river Meuse to Maastricht, looking at the successive landscapes that have emerged along the riverbanks from the time of the Industrial Revolution to the present. The river Meuse acts as a timeless connector of 'décors' that are both generic and informed by local histories. In Seraing, the now redundant furnaces (owned by Indian steel giant ArcelorMittal) stand silently next to worker communities, off-motorway shopping malls, waste incinerators, and logistic hubs in development, all of which would clash with the picturesque landscape of the ENCI marl quarry in Maastricht.

From this sequence of fragmented cross-border industrial landscapes, one can read the struggle of a post-industrial society in flux; one that needs to constantly adapt to its economic and social conditions. The route ends at Bureau Europa, a villa in the 'Timber factory' that was once part of the Sphinx empire of ceramic, glass, and crystal production owned by Petrus Regout and Sons.

Kim Bouvy

P. 134-135

Master plan in progress, Seraing





Hasard Cheratte



La mine de Blégny, patrimoine Unesco / The mine at Blegny, a UNESCO heritage site







PAUL-ÉMILE MOTTARD (BE)

Député provincial en charge de la Culture à Liège et président de l'OPMA et de Wallonie Design. Initiateur de la Biennale internationale du design de Liège et de RECIPROCITY design liège.

Provincial Deputy in charge of Culture and chairman of OPMA and Wallonie Design. Initiator of the International Design Biennial of Liège and RECIPROCITY design liège.

www.provincedeliege.be



CLIO BRZAKALA (BE)

Directrice de Wallonie Design, une asbl créée en 2005, à l'initiative du Ministre wallon de l'Économie, Jean-Claude Marcourt et du Député provincial en charge de la Culture à Liège, Paul-Emile Mottard. Sa mission s'adresse aux entrepreneurs et aux designers afin de développer l'activité économique wallonne dans le secteur du design. Wallonie Design est en charge de la direction générale de RECIPROCITY design liège.

Director of Wallonie Design, a non-profit association, created in 2005 on the initiative of Jean-Claude Marcourt, Walloon Minister of Economy, and the Provincial Deputy in charge of Culture in Liege, Paul-Emile Mottard. Aimed at companies and designers, its mission is to stimulate and develop Walloon economic activity in the design sector. Wallonie Design is in charge of the general management of RECIPRO-CITY design liège.

www.walloniedesign.be



GIOVANNA MASSONI (IT/BE)

Directrice artistique de RECIPRO-CITY design liège depuis 2012 : experte en stratégie de communication, commissaire d'expositions sur le design belge contemporain depuis 2005 (bezign, les belges, Belgium is Design), commissaire à la Biennale internationale du design de Saint-Etienne, consultante (ESE AWEX, Addict Creative Lab, Design-Singapore Council, UNEP, CESE) et iournaliste.

Since 2012, artistic director of RECI-PROCITY design liège. Massoni is an expert in communication strategies and from 2005 has acted as curator for a number of exhibitions related to contemporary Belgian design (bezign, les belges, Belgium is Design). In addition, she is a guest curator of the International Design Biennial of Saint-Etienne, design consultant (ESE AWEX, Addict Creative Lab, Design-Singapore Council, UNEP, EESC) and journalist.

www.reciprocityliege.be



NIK BAERTEN (BE)

Co-fondateur de Pantopicon, un bureau basé à Anvers qui a comme finalité de guider ses clients, du secteur public ou privé, à voir, designer et agir dans le futur à partir d'aujourd'hui.

Co-founder of Pantopicon, an Antwerp-based studio aiming to guide its clients, both public and private, to see, design and act upon the future starting today.

www.pantopicon.be



NAWAL BAKOURI (FR)

Consultante et commissaire indépendante depuis 2011, ancienne directrice de la Galerie Anatome, lieu unique en France dédié au design graphique contemporain.

Working since 2011 as a consultant and independent curator, Bakouri was previously director of the Galerie Anatome, renowned in France for its dedication to contemporary graphic design.



JAN BOELEN (BE)

Directeur artistique de Z33 à Hasselt et directeur du département des Masters en Design Social à la Design Academy Eindhoven (NL), Boelen est le président du comité sur l'Architecture et le Design de la Communauté Flamande.

Artistic director at Z33 in Hasselt and head of the Masters Department Social Design at the Design Academy Eindhoven (NL). Boelen is chairman of the Committee on architecture and design of the Flemish community.

www.janboelen.be



MAX BORKA (BE/DE)

Max Borka est né en Belgique, vit à Berlin, et travaille en tant que journaliste, critique, enseignant, consultant, rédacteur, auteur de livres, et commissaire d'expositions et d'événements sur l'art, l'architecture, la mode et le design. En tant qu'ancien directeur de la Fondation Interieur et - Biennale à Courtrai, en Belgique, et co-fondateur du magazine DAMn°, il a récemment lancé Mapping the Design World, une plate-forme (principalement numérique) sur le design social et est fondateur de State of Design Berlin. Il enseigne actuellement la Théorie du Design à la Fachhochschule Potsdam / Berlin.

Berlin-based, Borka works as a journalist, critic, teacher, consultant, copywriter, writer and curator of exhibitions and events on art, architecture, fashion and design. A former director of the Interieur Foundation and Biennial in Kortrijk (BE) and co-founder of DAMn° magazine, he recently launched Mapping the Design World, a (mainly digital) platform on social design and is the founder of State of Design Berlin. He currently teaches Design Theory at the Fachhochschule Potsdam/Berlin.



KIM BOUVY (NL)

Photographe néerlandaise qui utilise la photographie comme moyen de lecture des transformations dans le paysage urbain provoquées par les décisions sociales, politiques ou économiques.

A photographer who uses the medium as a means to read the transformations in the urban landscape that are induced by social, political or economical decisions. Bouvy also works as a freelance curator, producer and organiser of photographic and other visual arts projects.

www.kimbouvy.com



LEEN CREVE (BE)

Journaliste freelance d'Anvers qui écrit sur des sujets tels que le design, l'aménagement intérieur, le jardinage et l'architecture pour des magazines belges et internationaux. Leen a ouvert récemment une librairie. Frog and Bones. à Anvers.

Antwerp-based freelance journalist writing on topics in design, interiors, gardening and architecture for Belgian and international magazines. Creve has recently opened her own bookstore, Frog and Bones, in Antwerp.

RECIPROCITY

www.leencreve.be



EMMA FIRMIN (UK/BE)

Journaliste freelance anglaise basée en Belgique, elle a été co-directrice éditoriale de la revue DAMn° et collabore sur des projets consacrés au design, parmi lesquels les deux éditions de RECIPROCITY.

Freelance editor and journalist, former co-editor of DAMn'magazine and a contributor to a number of international design projects, including both editions of RECIPROCITY.



FRANÇOIS JÉGOU (BE/FR)

Initiateur du labo d'innovation durable Strategic Design Scenarios et professeur de design à l'école La Cambre à Bruxelles.

Creator of the sustainable innovation lab Strategic Design Scenarios and design professor at La Cambre in Brussels.

www.strategicdesignscenarios.net



ISABELLE MASSON-LOODTS (BE)

Licenciée en Histoire de l'Art et Archéologie (ULg), Isabelle Masson-Loodts est journaliste indépendante, spécialisée dans les questions de développement durable, nature, et environnement.

Art & archaeology historian (ULg), Masson-Loodts is a freelance journalist specialised in issues concerned with sustainability, nature and environment.

www.madamenature.be



ALOK B. NANDI (BE)

Directeur créatif chez Architempo stratégie, design et développement de concepts -, Alok Nandi s'investit également dans les narrations interactives, le commissariat d'expositions, les arts médiatiques, la scénographie et le storytelling. Formé en ingénierie, management et cinéma, c'est un orateur habitué des conférences internationales, dont les TEDx. Expert de cinéma, nouveaux médias et food design, il est Président de la conférence Interaction A4 à Amsterdam et fondateur de PechaKucha Bruxelles.

Along with strategy, design, concept development and creative direction at Architempo, Nandi focuses on interactive narratives, exhibitions, media art, mise-en-scene and storytelling. A background that combines engineering, management and film studies, he is a regular speaker at international conferences, including TEDx. In addition to writing on cinema, new media and food design, he is also Conference Chair of Interaction14 in Amsterdam and founder of PechaKucha Brussels.

www.aloknandi.com www.architempo.net



NNSTUDIO SNC (BE)

Responsable de la communication visuelle de l'édition 2015 et de cette publication, NNstudio SNC (Pierre Geurts, Nicolas Bebronne) est un studio de graphisme et communication de Liège, actif dans les domaines de l'édition, la communication institutionnelle et le développement de projets web.

The Liege-based NNstudio SNC (Pierre Geurts, Nicolas Bebronne) is responsible for the visual communication of RECIPROCITY 2015 and this publication. It is a graphic design / communication agency active in the fields of publishing, corporate communication and web project development.

www.nnstudio.be

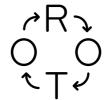


BENJAMIN PAILHE / RELAB (BE)

Benjamin Pailhe, designer liégeois actif depuis 15 ans dans la création basée sur le recyclage de matériaux, est le directeur artistique du RElab, premier fablab de Wallonie : un atelier numérique ouvert au public et une structure de développement créatif local. Sa spécificité réside dans l'utilisation de matériaux de récupération comme matière première et dans l'étude de nouveaux procédés sociaux, créatifs et économiques d'upcycling, en liaison avec les nouveaux moyens de fabrication et de communication numérique.

Artistic director of RELab, the first Fablab in Wallonia, Pailhe has worked as a designer with recycled materials for more 15 years. RELab is a digital workshop open to the public and acts as a local creative development structure. It focuses on the use of recycled materials as a raw material and research of new social processes of economic and creative upcycling, combined with new means of digital manufacturing and communication.

www.relab.be



ROTOR (BE)

Fondé en 2005, Rotor est un collectif de personnes partageant un intérêt commun pour les flux de matériaux dans l'industrie et la construction. À un niveau pratique, Rotor concoit et réalise des proiets d'architecture et d'aménagement d'intérieur. Sur un plan plus théorique, Rotor développe des positions critiques sur le design, les ressources matérielles et la notion de déchet à travers des recherches, des expositions, des publications et des conférences. Ont contribué à RECIPROCITY 2015: Lola Bazin, Lionel Billiet, Lionel Devlieger, Maarten Gielen & Benjamin Lasserre.

Founded in 2005, Rotor is a collective with a common interest in the material flows of industry and construction. On a practical level, Rotor handles the conception and realisation of design and architectural projects. On a theoretical level, Rotor develops critical positions on design, material resources and waste, through research, exhibitions, writings and conferences.

Lola Bazin, Lionel Billiet, Lionel Devlieger, Maarten Gielen & Benjamin Lasserre contributed to RECIPRO-CITY 2015.

www.rotordb.org



TERESA SDRALEVICH (IT/BE)

Spécialisée en graphisme, illustration et sérigraphie. Elle a participé à de nombreux événements internationaux et a exposé ses travaux en Belgique et à l'étranger à plusieurs occasions.

Graphic designer, illustrator and silkscreen printer, who has taken part in numerous international poster events, had her work exhibited in Belgium and abroad, and also organised shows on the poster.

www.teresasdralevich.net



VIRGINIA TASSINARI (IT/BE)

Philosophe, Professeur Assistante à la MAD Faculty, chercheuse en Social Spaces | CUO, membre du comité exécutif de Cumulus International School Network Association et coordinatrice des Philosophy Talks auprès de DESIS Network.

Philosopher, assistant professor at MAD Faculty, researcher Social Spaces | CUO, executive board member of the Cumulus International School Network Association and coordinator of Philosophy Talks at DESIS Network.

www.mad-fac.be www.desis-network.org

REMERCIEMENTS / ACKNOWLEDGEMENTS

RECIPROCITY design liège est une triennale qui a la volonté d'initier le débat, des projets de manière continue, d'ouvrir le champ d'une nouvelle pratique du design davantage reliée à notre société et ses citoyens.

Il s'agit d'un challenge que nous avons proposé à nos équipes, nos partenaires, nos fournisseurs, aux designers, aux membres du jury, aux écoles, aux pouvoirs politiques, aux commissaires, aux scénographes, aux galeries et aux associations; et qu'ils ont accepté de soutenir ou de mettre en marche par leur initiative, avec audace et générosité.

Merci à vous tous d'avoir rendu cette édition possible...

RECIPROCITY design liège is a triennial which wants to initiate debate on a continuous basis, and open up the field to a new design practice more connected to our society and its citizens. It is the challenge we set our teams, partners, suppliers, designers, jury members, schools, political representatives, curators, designers, galleries and associations - and they all accepted, supporting our efforts and often sparked to come up with their own projects, inventively and generously.

Thank you all for making this edition possible...

Un remerciement spécial aux organisations partenaires :

Special thanks to the partner organisations:

Bureau Europa, Maastricht (NL)

Café Europa, Mons (BE)

RECIPROCITY

CAL - Centre d'Action Laïque de la Province de Liège (BE)

Ceinture Aliment-terre, Liège (BE)

Cité du Design & ESADSE, Saint-Etienne (FR)

CLAP! bureau d'accueil des tournages, Liège (BE)

C-Mine, Genk (BE)

Comptoir des ressources créatives, Liège (BE)

Continium – Discovery Centre & CUBE, Kerkrade (NL)

Creative Commons, Maastricht (NL)

Cultuurplatform Design Limburg, Hasselt (BE)

Cumulus, Helsinki (FI)

DDW - Dutch Design Week, Eindhoven (NL)

Design Innovation, Charleroi/Mons (BE)

Designmetropole, Aachen (DE)

Design Vlaanderen, Bruxelles (BE)

DESIS International Network

for Social Innovation and Sustainable Development (IT)

ESA Saint-Luc, Liège (BE)

Expo Milano 2015 / Pavillon belge (IT)

Fédération Wallonie-Bruxelles / Cellule Architecture (BE)

FEVIA - Fédération belge de l'Industrie Alimentaire (BE)

Filmperspektive GmbH (DE)

Final Cut for Real (DK)

FTPL - Fédération du Tourisme de la Province de Liège (BE)

GOTORO, Liège (BE)

IKOB, Eupen (BE)

Job'In Design, Liège (BE)

Kolloquium Nordrhein Westfalen (DE)

La Halte, Liège (BE)

Le Lieu du Design, Paris (FR)

Liège Créative, Liège (BE)

Lille Design, Lille (FR)

Lycée Léonie de Waha, Liège (BE)

MAD Brussels, Bruxelles (BE)

Maison des jeunes du Haut Pré, Ougrée (BE)

Maison du Combattant, Seraing (BE)

Maison du Design, Mons (BE)

MNEMA, Liège (BE)

Mons 2015 (BE)

Mouvement Saint-Gilles, Liège (BE)

Musée de la Vie wallonne, Liège (BE)

Musée du Grand Curtius, Liège (BE)

Naos design, Bruxelles (BE)

Royal Academy of Fine Arts Antwerp (BE)

Saint-Luc Liège - Promotion sociale (BE)

SMart Liège (BE)

Smart Gastronomy Lab, Gembloux (BE)

Wagralim, Gembloux (BE)

Wallonie Image Production, Liège (BE)

Z33, Hasselt (BE)

Sans oublier la constance, la passion et l'efficacité de l'équipe de Wallonie Design qui, depuis 2012, assure la qualité de l'organisation et de la coordination de cet événement :

Without forgetting the consistent and passionate hard work of the Wallonie Design team, which since 2012 has ensured the quality of the organisation and coordination of this event:

Stéphanie 'Mini' Vessière, avec / with Aurore Falla, Cyrielle Doutrewe, Nicolas Delathuy, Richard Lecomte, Sara Boxus, Simona Sandu, Stéphanie Koch, Véronique Closon.

La valeur d'une manifestation comme RECIPROCITY design liège se fonde

The success of RECIPROCITY design liège depends widely on excellent cooperation with public and private stakeholders and with the media. We would like to thank all our partners:

UNE INITIATIVE DE / AN INITIATIVE BY





PARTENAIRES PRINCIPAUX / MAIN PARTNERS









AVEC LE SOUTIEN DE / WITH THE KIND SUPPORT OF



RECIPROCITY























LIÈGETOGETHER

SPONSORS











PARTENAIRES MÉDIA / MEDIA PARTNERS























ÉDITEURS RESPONSABLES / PUBLISHERS

Paul-Émile Mottard, Province de Liège-Culture avenue Maurice Desenay, 13 - 4000 Liège Clio Brzakala, Wallonie Design rue des Croisiers, 17 - 4000 Liège

DIRECTION ÉDITORIALE / EDITOR

Giovanna Massoni

RÉDACTION / EDITORIAL DIRECTION

Emma Firmin, Giovanna Massoni

AVEC LA COLLABORATION DE / IN COLLABORATION WITH

Stefan Pollak

Stéphanie Vessière, Véronique Closon

TRADUCTIONS / TRANSLATIONS

Aurélie Moussiaux - Province de Liège Multilinguist Emma Firmin

DESIGN ET MISE EN PAGE / DESIGN AND LAYOUT

NNstudio SNC, Liège - Bressoux

IMPRIMEUR / PRINTER

Imprimerie Massoz, Liège

IMPRIMÉ SUR / PRINTED ON

Munken Lynx 150g

DISTRIBUTION

Absolute Books

La version digitale de cette publication est téléchargeable gratuitement au format PDF sur: www.reciprocityliege.be/telechargements.

The digital version of this publication can be downloaded for free in PDF format from: www.reciprocityliege.be/downloads.

Imprimé à Liège / Printed in Liège / Belgium

RECIPROCITY design liège 2015

ISBN: 978-2-930835-02-0 Dépôt légal : D/2015/13.577/3

Parution / Publication: 10.2015

Cet ouvrage développe, aux travers de récits, d'interviews, d'Illustrations et de photographies, les thématiques traitées en amont et pendant la Triennale internationale du design & innovation sociale RECIPROCITY design liège 2015. Et notamment, le rôie du design en matière d'alimentation durable, de communautés locales et collectivités créatives, de réemploi des matériaux de construction, d'activisme graphique et, plus en général, d'innovation sociale et publique.

In stories, interviews, pictures and photographs, this book features themes developed before and during the International Triennial of Design & Social Innovation, RECIPROCITY design liège 2015. Special focus is given to the role of design in sustainable food systems & services, local communities & creative collectives, reuse of building materials, graphic activism and, more generally, examples of social and public innovation in action.

