

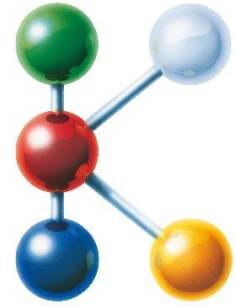
Comment transmettre la valeur de la durabilité par la couleur, les matériaux et la finition des plastiques ?

Une évaluation par Chris Lefteri, expert de renommée internationale dans le domaine du design des matériaux et organisateur des Guided Tours à la K 2025

La conception de l'esthétique des produits avec des matériaux durables est paradoxale. Si l'on remplace un matériau peu durable par un matériau plus durable, mais que l'on fait si bien ce travail que la nouvelle version plus responsable ne se distingue pas visuellement de la version initiale peu responsable, la question se pose de savoir où va l'historique de la durabilité et comment communiquer cette magnifique réalisation.

Si le matériau biosourcé, recyclé, à faible teneur en carbone ou tout autre matériau respectueux de l'environnement que vous utilisez ressemble exactement au plastique d'origine, il est difficile de communiquer sur la durabilité, car le résultat final est identique. Visuellement, il n'y a pas de différence. Le paradoxe de ce que nous faisons en tant que designers est : dans nos efforts pour être durables, l'historique de la durabilité lui-même disparaît souvent. N'est-ce pas ? Cette question est importante parce que l'on accorde tant d'importance à l'aspect environnemental qu'il devient une caractéristique de l'historique du produit - par produit, j'entends tout, des intérieurs de voiture et des appareils ménagers aux articles de sport, à l'électronique grand public, etc.

Une grande partie de notre travail de designers consiste à reproduire nos connaissances existantes sur les plastiques et les procédés courants, mais nous devons maintenant y réfléchir de manière responsable et durable. Par exemple, au lieu de galvaniser les plastiques pour créer des surfaces brillantes haut de gamme, nous pourrions plutôt utiliser un procédé recyclable qui permettrait d'obtenir un résultat final très similaire, voire visuellement identique, à celui d'origine. Mais voulons-nous simplement reproduire ce que nous avons toujours fait (plastiques métallisés, surfaces brillantes) de manière plus durable ? Ou voulons-nous réellement faire les choses différemment, stimuler l'imagination des consommateurs et les inciter à adopter une



The World's No. 1 Trade Fair
for Plastics and Rubber

8-15 OCTOBER 2025

Düsseldorf, Germany
k-online.com

M
Messe
Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Deutschland


Telefon +49 211 4560 01
Telefax +49 211 4560 668
www.messe-duesseldorf.de
info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Wolfram N. Diener (Vorsitzender)
Marius Berlemann
Bernhard J. Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Dr. Stephan Keller

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 AUMA
Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center/Verwaltung

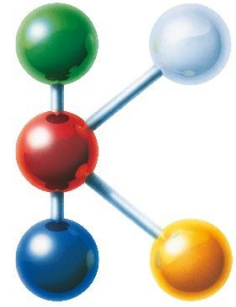
nouvelle approche ? D'un point de vue purement écologique, une esthétique progressiste est moins inquiétante tant que tout est obtenu de manière plus responsable. Mais passons-nous à côté d'une grande opportunité de faire quelque chose de vraiment différent ? Ne devrions-nous pas remettre en question ce que nous attendons d'un bon et souhaitable CMF (couleurs, matériaux et surfaces) ?

Nous avons depuis longtemps accepté que des matériaux comme le bois et le métal aient leurs propres imperfections naturelles - des nœuds dans le bois, de la patine sur le laiton ou le cuivre - et nous les célébrons même comme des signes d'authenticité, d'âge et de beauté. Pourquoi ne pas faire de même avec les plastiques moulés par injection ?

Certaines marques pionnières commencent à redéfinir l'esthétique du plastique. La manette Microsoft Xbox Remix Special Edition en est un parfait exemple. Fabriquée en plastique recyclé, elle présente sur sa surface de fins tourbillons, des lignes d'écoulement et des variations de couleur - des traces visibles du contenu recyclé. Plutôt que de dissimuler ces « défauts », Microsoft a décidé de les montrer, ce qui rend chaque manette visiblement unique.

Le tabouret Perch de Steelcase va encore plus loin. Fabriqué à partir de plastiques difficiles à recycler provenant de déchets électroniques, il a de nombreuses irrégularités de couleur et des « lignes fantômes » dues à la fusion irrégulière du matériau recyclé. Plutôt que d'essayer d'améliorer la qualité du plastique recyclé, Steelcase a adopté cette surface imparfaite - et est même allé plus loin en faisant don à des partenaires en innovation sociale des tabourets Perch « à l'aspect le plus irrégulier », qui se manifestent en cours de production par des dégradés de couleurs. Ils ont présenté cette esthétique imprévisible comme un reflet de la complexité et du changement dans le monde réel.

Ces exemples indiquent une nouvelle possibilité : changer la manière dont nous définissons la beauté dans le plastique et développer un langage esthétique dans lequel les traces des processus de fabrication et des matières premières ne sont pas cachées, mais deviennent un signe de valeur et d'honnêteté.



The World's No. 1 Trade Fair
for Plastics and Rubber

8-15 OCTOBER 2025

Düsseldorf, Germany
k-online.com

M
Messe
Düsseldorf

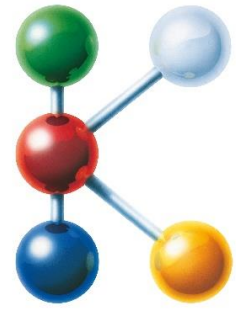
Le défi est encore plus grand pour les produits haut de gamme, pour lesquels les notions traditionnelles de luxe jouent un rôle crucial. Souvent, il existe un fort désir de conserver une esthétique familière et de qualité, comme p.ex. des surfaces métalliques, ce qui peut rendre difficile l'introduction de nouveaux matériaux visiblement durables.

Outre la recherche de solutions durables pour les matériaux et les surfaces établis, comme p.ex. le chrome, devrions-nous également rechercher d'autres procédés durables afin de caractériser un nouveau type de luxe ? La durabilité devrait-elle réellement aider les consommateurs à changer leur idée du luxe, plutôt que de simplement reproduire celle qu'ils ont actuellement ?

Certaines marques tournées vers l'avenir montrent déjà comment ce changement peut s'opérer. Panasonic a par exemple développé Nagori, un matériau plastique fabriqué à partir de minéraux issus du traitement de l'eau. Son esthétique en couches, semblable à celle des pierres précieuses, offre un look unique et raffiné qui rivalise sans problème avec les matériaux traditionnels les plus luxueux utilisés pour les accents et les détails.

De la même manière, les fibres de polypropylène (PP) unidirectionnelles, généralement utilisées dans les composites structurels, confèrent un nouveau langage visuel aux plastiques non matériels. Leur texture linéaire leur confère une esthétique distinctive et de haute qualité qui pourrait être considérée comme une caractéristique de luxe moderne - une caractéristique basée sur l'innovation des matériaux et la recyclabilité à 100 %.

Le problème, c'est que les matériaux courants comme les plastiques restent très prisés. Ils sont fabriqués de manière impeccable, pure et sans défaut, et donnent immédiatement une impression de luxe. C'est le résultat de plus de 70 ans au cours desquels les designers ont appris à utiliser les plastiques, les métaux et les nouvelles surfaces. La perfection est toujours la règle. C'est pourquoi le plastique neuf et d'autres matériaux nous ont tant captivés ; il faut un véritable changement des consciences pour se détacher de l'approvisionnement constant en produits neufs prévisibles, de haute qualité et optimisés auquel nous nous sommes tant habitués.



The World's No. 1 Trade Fair
for Plastics and Rubber

8-15 OCTOBER 2025

Düsseldorf, Germany
k-online.com

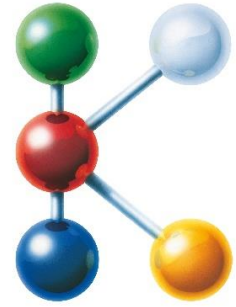
M
Messe
Düsseldorf

L'une des grandes tendances des matériaux durables de ces dernières années a été l'esthétique mouchetée. Qu'il s'agisse de fibres naturelles ou de déchets de remplissage anorganiques, ces effets orientent l'historique des matériaux dans une meilleure direction. Ils célèbrent non seulement l'origine recyclée ou biosourcée du matériau, mais créent également une esthétique unique et irremplaçable, qui confère à chaque produit une empreinte digitale unique liée à son historique de durabilité.

Plusieurs marques, dont des acteurs majeurs de l'industrie automobile, ont commencé à adopter cette nouvelle esthétique à grande échelle, et travaillent en étroite collaboration avec les fournisseurs de matériaux pour développer des qualités recyclées innovantes qui rendent la durabilité visible. Un exemple remarquable est la Volvo EX30, qui est équipée de panneaux de porte mouchetés et de garnitures en matériaux recyclés. Ces textures distinctives sont devenues un élément déterminant du design intérieur du véhicule et ont valu à l'EX30 plusieurs récompenses, dont le prestigieux prix Red Dot « Best of the Best » 2024.

De la même manière, Dacia a introduit, en collaboration avec LyondellBasell, des composants en plastique moucheté pour l'intérieur de ses véhicules, qui contiennent des matériaux recyclés post-consommation. Ces surfaces confèrent aux voitures une esthétique axée sur la durabilité et rendent visible l'origine recyclée du matériau - un changement délibéré par rapport à la quête de longue date de l'industrie pour des surfaces impeccables et uniformes.

Il est intéressant de noter que de nombreux consommateurs semblent ouverts à ce changement. L'enthousiasme pour les produits qui signalent visiblement un abandon de la production polluante et gourmande en ressources ne cesse de croître. Cependant, la véritable résistance vient souvent de l'intérieur - des décideurs qui craignent qu'ils ne soient pas assez attrayants pour le marché de masse ou des équipes de contrôle de la qualité qui se heurtent à l'absence de normes claires et mesurables pour évaluer ces nouveaux matériaux, variables par nature.



The World's No. 1 Trade Fair
for Plastics and Rubber

8-15 OCTOBER 2025

Düsseldorf, Germany

k-online.com



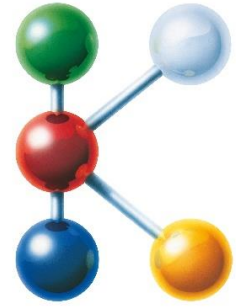
Messe
Düsseldorf

Qu'y a-t-il d'autre que les mouchetures, les marbrures et les surfaces dégradées ?

Une façon d'aller de l'avant est de mieux combiner le mainstream et la durabilité. Par exemple, que se passerait-il si nous prenions le chemin inverse des mouchetures aléatoires et créions quelque chose de vraiment durable, qui prendrait en compte les paramètres de fabrication du plastique, afin que cela exerce éventuellement un pouvoir d'attraction plus large que l'approche actuelle des mouchetures, tout en continuant à utiliser des matériaux recyclés ? Par exemple, au lieu d'utiliser des mouchetures réparties de manière aléatoire, nous pourrions utiliser de fines particules de déchets réparties de manière uniforme. Il s'agirait d'une adaptation évolutive où le résultat final serait *presque* le même, mais où le consommateur comprendrait la petite différence.

Les gens veulent acheter des produits qui sont plus respectueux de la planète - mais ils se soucient également de l'apparence et de la sensation de leurs produits. Il y a certainement un facteur de nouveauté dans nombre de ces aspects - la durabilité a quelques grandes histoires à raconter sur la nouveauté et l'innovation. De nombreux consommateurs sont tentés d'acheter un article simplement parce qu'il est nouveau. C'est là que nous intervenons en tant que designers CMF. C'est le rôle du designer de susciter le désir et de nous faire tomber amoureux d'un produit. C'est pourquoi les clients paient pour le design. Dans le contexte de la durabilité, notre tâche en tant que designers consiste non seulement à faire en sorte que les objets aient l'air bien, mais à faire en sorte que l'historique de durabilité soit agréable et désirable. Il s'agit de modifier le récit de manière à ce que les matériaux responsables ne soient pas considérés comme un compromis, mais comme quelque chose de désirable et de beau.

Bien sûr, nous ne pourrons pas y parvenir seuls. Une courbe d'apprentissage commune sera nécessaire, dans laquelle les designers industriels, les spécialistes CMF, les scientifiques des matériaux et les fabricants de plastiques et de surfaces collaboreront plus étroitement que jamais.



The World's No. 1 Trade Fair
for Plastics and Rubber

8-15 OCTOBER 2025

Düsseldorf, Germany
k-online.com



Ensemble, nous devons développer un nouveau langage esthétique - un langage qui rend la durabilité visible, honnête et désirable.

C'est exactement l'esprit qui sous-tend les Guided Tours que j'animerai à la K 2025. J'ai rassemblé une sélection des solutions les plus innovantes et les plus avant-gardistes en matière de plastiques, de matériaux et de surfaces durables - des solutions qui sont d'ores et déjà à notre disposition et qui serviront de point de départ à ce nouveau voyage passionnant. Mon objectif est de donner aux designers présents au salon K de Düsseldorf une inspiration fraîche, des exemples réels et les outils nécessaires pour créer un avenir dans lequel la qualité du design et la durabilité iront de pair.

Il est temps de redéfinir ce que sont la beauté et la valeur, à commencer par les matériaux eux-mêmes.

Material Design Tours à la K 2025

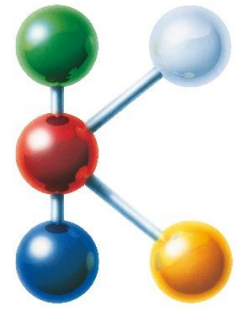
Les Material Design Tours au salon K 2025 auront lieu le samedi 11 et le dimanche 12 octobre à 10h30 et dureront 1 heure et demie. Ils seront gratuits. Le nombre de participants est limité, il est possible de s'inscrire ici : [Materials and Design](#)

À propos de l'auteur

Chris Lefteri est une autorité internationalement reconnue dans le domaine des matériaux et de leur application au design. Le travail de son studio ainsi que ses publications ont largement contribué à changer fondamentalement la vision des matériaux par les designers et l'industrie des matériaux. Chris Lefteri Design a des bureaux à Londres et à Séoul et collabore avec de nombreuses entreprises figurant sur la liste Fortune 100. Son studio est considéré dans le monde entier comme l'un des studios leaders dans le domaine des matériaux et du CMF (Colour, Material, Finish). Chris Lefteri a étudié le design industriel avec le professeur Daniel Weil au prestigieux Royal College of Art de Londres.

À propos de la K à Düsseldorf :

Organisée pour la première fois en 1952 par Messe Düsseldorf, la K a lieu tous les trois ans. La dernière K, en 2022, a accueilli 3020 exposants de 59 pays sur plus de 177000 m² de surface d'exposition nette et 177486 visiteurs professionnels, dont 71 % venus de l'étranger. Plus d'informations sur www.k-online.com.



The World's No. 1 Trade Fair
for Plastics and Rubber

8-15 OCTOBER 2025

Düsseldorf, Germany
k-online.com



Votre contact presse :

Dr. Cornelia Jokisch (Senior Manager Press & PR, MarCom)

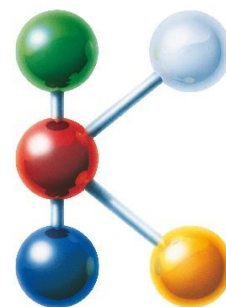
Desislava Angelova (Manager MarCom)

tél. : +49 (0)211/4560-998/-242, fax : +49 (0)211/4560-8548

e-mail : JokischC@messe-duesseldorf.de

AngelovaD@messe-duesseldorf.de

mise à jour : mai 2025



The World's No. 1 Trade Fair
for Plastics and Rubber

8-15 OCTOBER 2025

Düsseldorf, Germany

k-online.com

TM
Messe
Düsseldorf