

LES PETITS RIENS DU QUOTIDIEN

Compte-rendu du travail de fin d'études
Alban CAYEZ
2020-2021
Bac 3 Communication visuelle Option Graphisme
ESA Saint-Luc Tournai

SOMMAIRE :

I/ AVANT-PROPOS

II/ CONCEPT

- NAISSANCE D'XTAZ ET ESSAIS
- LOGO XTAZ

III/ PACKAGINGS ET PRODUITS

- SAKAGRIN
- TONIEP
- POMPIL
- KOOPLISS

IV/ INFLUENCES

V/ BIBLIOGRAPHIE

“ Le quotidien est tramé de ces petits riens qui occupent chaque jour : dormir, se lever, se laver, faire le lit, les courses la vaisselle, le ménage, manger, bavarder, rigoler, bailler, regarder la télé, se balader, bouquiner, rêvasser [...] Le quotidien, c'est aussi la répétition, base à partir de laquelle le sujet prend son essor. Mais parfois cette répétition lancinante lui coupe les ailes. Dans le quotidien, parfois, ça tourne en rond ou ça tourne mal. Il est difficile de rendre compte des moments du quotidien, impalpables, éphémères, fragiles. Il n'en reste guère que quelques vagues impressions, « on a passé une bonne journée », « aujourd'hui il ne s'est rien passé ”

Joseph Rouzel, *Le quotidien dans les pratiques sociales*, Champ social, 1998, p.5, [https://www.cairn.info/feuilleter.php?ID_ARTICLE=-CHASO_ROUZE_1998_01_0005]

I/ AVANT-PROPOS

Lors d'un repas, j'énonçais le fait d'avoir des amis de mon âge qui souhaitaient vivre et travailler non loin de leur domicile familial. A la suite, mon frère âgé de six ans de plus que moi énonça d'un ton accablé :

«Triste vie, finir ta vie à deux pas de chez toi, tu fais un taff, toujours le même, les enfants, la voiture, le chien.... quelle angoisse».

Mon frère est ce qu'on appelle dans ma famille, un individu au «quotidien instable» : toujours en quête de nouveauté, il voyage à l'étranger, fait des études à l'international... il semble fuir quelque chose, quelque chose qui nous concerne tous, qui nous occupe et préoccupe et pourtant qui n'a pas besoin d'être dit, c'est l'humble et le solide, ce qui va de soi : le quotidien. À la suite de ces propos, je me sens de suite concerné. En effet, il me semble naturel de vouloir vivre et chercher la nouveauté chaque jour, cependant des questions se sont posées. Comment vivent les autres, ceux qui ne pensent pas comme lui ? Ont-ils besoin d'autant de changements ? Comment arrivent-ils à se satisfaire du peu ?

«Pour beaucoup, le quotidien renvoie à l'idée de routine. Pourtant, nous allons voir que rien n'est moins banal que le quotidien, que rien n'est plus différent d'un repas que le repas suivant, que chacun de ces temps peut se transformer en véritable aventure ! Ce « quotidien », c'est peut-être aussi ce qui permet la rencontre, sans cesse renouvelée. Au fond, rien n'est plus important que ces « petits riens du quotidien».Ce qui caractérise le quotidien, c'est qu'il se répète : chaque jour il nous faut nous lever, manger ou encore dormir, cela paraît sans fin, chaque jour il faut recommencer. Pourtant, loin d'être une routine, chacun de ces gestes permet à l'être de vivre ; comme le disait Joseph Rouzel : « Ces répétitions quotidiennes font un rythme de vie, une pulsation de base qui nous permet de vivre dans un cadre sécurisant. »

Arlette Durual et Patrick Perrard, *AMP, 10. Les temps du quotidien*, Érès, 2008, p.80 à 94, [<https://www.cairn.info/amp--9782749208701-page-80.htm?contenu-resume>]

Je devais trouver un sujet pour mon travail final d'étude... Je cherchais à traiter un sujet pouvant rassembler tous types de personnes, de tous âges, de toutes origines... Durant ma période de recherche, j'ai regardé un classique du cinéma français que l'on m'a souvent conseillé : «Le fabuleux destin d'Amélie Poulain» de Jean-Pierre Jeunet (2001).

« Amélie cultive un goût particulier pour les tout petits plaisirs : plonger la main au plus profond d'un sac de grain, briser la croûte de la crème brûlée avec la pointe de la petite cuillère et faire des ricochets sur le canal Saint-Martin.»

Cela a été comme une révélation pour moi. Pourquoi dès lors, ne pas traiter le sujet des «petits riens du quotidien» :

Ces choses insignifiantes que nous réalisons tous, parfois sans s'en rendre compte. De toutes petites choses qui illuminent notre vie, se contenter de peu ne veut pas dire manquer d'ambition, de projets ou d'envies, mais simplement savoir apprécier la vie et les cadeaux qu'elle nous offre à chaque instant. Savoir apprécier chaque moment ici et maintenant, à sa juste valeur. Voir le positif dans chaque situation.

Cette thématique parle d'autant plus en cette période : le 17 mars 2020 marque la date du 1er confinement en France. La France s'arrête nous sommes cloîtrés chez nous. Certains voient cette situation comme une sale histoire, d'autres comme une bénédiction. Mais les petits plaisirs que nous vivons en tant que confinés nous permettent de «survivre». Ce sont eux qui nous rattachent à la vie, c'est l'accumulation de ces petits plaisirs qui a permis à de nombreux individus de supporter cet isolement social.

Quels sont ces petits riens ?

- plonger sa main dans des grains
- fouler la neige immaculée
- sentir l'odeur du gazon coupé
- éclater du papier bulle
- profiter d'un rayon de soleil
- arracher les feuilles d'une branche
- se coucher dans des draps propres
- utiliser un coton-tige
- boire de l'eau après un effort physique
- le bruit d'une baguette qui croustille
- faire des ricochets
- sentir l'odeur de la colle
- faire la plus longue pelure de crayon de bois
- sentir l'odeur du béton mouillé
- sauter au-dessus des vagues
- regarder le lever de soleil
- percer un bouton
- écouter la pluie sur les fenêtres...

II/ LE CONCEPT

Souvent, on ne fait pas assez attention à ces “petits riens” du quotidien, qui peuvent cependant faire toute la différence. A travers mon travail j’ai pour volonté de faire l’éloge de ces petits plaisirs en les mettant en avant. Je possède une identité artistique très graphique, j’ai donc voulu mélanger mon univers à cette notion de petits riens.

Mon travail s’articule en quatre parties distinctes toutes représentées par un «petit rien» :

- la satisfaction de plonger sa main au fond d’un sac de grain;
- la satisfaction de marcher sur les bandes blanches d’un passage piéton;
- la satisfaction d’obtenir des chiffres ronds à la station essence;
- la satisfaction de découper une feuille en laissant glisser les ciseaux.

Savoir apprécier les petits moments :

«C’est facile, d’écosser les petits pois. Une pression du pouce sur la fente de la gousse et elle s’ouvre, docile, offerte. Quelques-unes, moins mûres, sont plus réticentes - une incision de l’ongle de l’index permet alors de déchirer le vert, et de sentir la mouillure et la chair dense, juste sous la peau faussement parcheminée. Après, on fait glisser les boules d’un seul doigt. La dernière est si minuscule. Parfois, on a envie de la croquer. Ce n’est pas bon, un peu amer, mais frais comme la cuisine de onze heures, cuisine de l’eau froide, des légumes épluchés - tout près, contre l’évier, quelques carottes nues brillent sur un torchon, finissent de sécher.»

Philippe Delerm, *La première gorgée de bière et autres plaisirs minuscules*, Gallimard, 1997, quatrième de couverture, [<https://www.babelio.com/livres/Delerm-La-Premiere-Gorgee-de-biere-et-autres-plaisirs-min/1704>]

Dans la réalisation de ce travail, je souhaitais aborder un aspect important du graphisme: le branding (comprenant le packaging). Comment mélanger mon univers graphique et le packaging à cette idée de petits riens ?

Après beaucoup de réflexion, une idée m'est venue : Pourquoi ne pas créer une entreprise fictive capable de produire des objets en rapport avec ces petits riens du quotidien ? L'entreprise en question s'installe dans mon sujet comme étant non seulement un point de départ à mon travail mais aussi un fil conducteur.

Cette entreprise serait un concept store qui aurait pour objectif de commercialiser des produits dit «satisfaisants» en rapport avec l'idée de petits plaisirs. Je devais trouver donc une identité à cette entreprise (française), un nom qui serait la tête de proue de mon sujet de fin d'étude, un nom qui représente les notions de plaisir, de satisfaction, d'apaisement, de ludisme, de sensationnel... Pour cela, je me suis souvenu que dans le cadre de mes études en communication visuelle, on nous apprend à amplifier, à abuser de certains traits caractéristiques afin de surprendre et d'interpeler au mieux le spectateur. De ce fait, les petits riens procureraient non pas un simple plaisir fugace mais quelque chose de démesuré comparable à de «l'extase» !

Selon le Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, l'extase peut être définie comme suit :

«L'état particulier dans lequel une personne, se trouvant comme transportée hors d'elle-même, est soustraite aux modalités du monde sensible en découvrant par une sorte d'illumination certaines révélations du monde intelligible. Sentiment intense et ineffable paraissant correspondre à une joie indicible teintée d'angoisse, qui fige le sujet dans une immobilité presque complète».





EXTASE



EXTASE



EXTASE

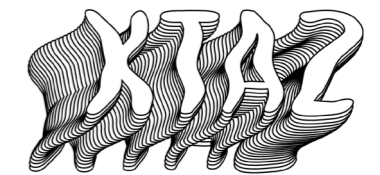
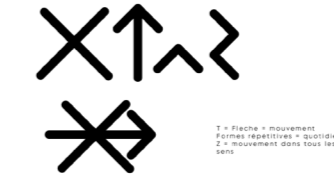
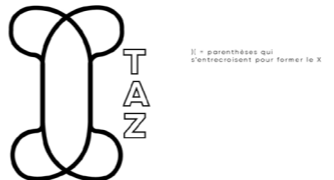
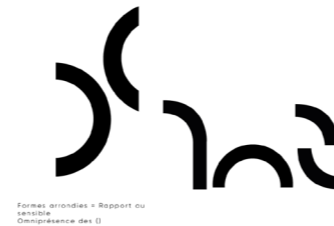


Au cours du mois de mars, lors d'un workshop de sérigraphie, j'ai réalisé des impressions sur tous types de supports illustrant divers personnages grimaçants. Aucun ne peut se contrôler, peu importe leur âge, ou leur sexe, ils semblent tous ressentir à leur façon et de manière incontrôlée cette sensation démesurément puissante : l'extase.

NAISSANCE D'XTAZ ET ESSAIS

À partir de cette notion d'extase, est né par contraction l'entreprise «XTAZ».

Je cherchais à créer une identité visuelle (un logo) pour mon entreprise. Je suis donc parti du principe que le logo, à placer sur mes packagings, devait avoir une identité visuelle forte, moderne et graphique. Il devait être simple, mémorable, à l'épreuve du temps et polyvalent. Concrètement il devait être à la fois un symbole et un pictogramme. La mise en application de mon logo devait à la fois convenir à l'impression sur supports papier mais aussi sur le web. Ce devait être un puissant outil de marketing et de communication qui devait permettre d'identifier mes produits. Après de nombreux essais, je me suis rendu compte d'un problème persistait : les visuels que je réalisais étaient trop «froids», trop géométriques et pas assez «sensibles». Etant donné que je traite un aspect de la vie doux et apaisant, j'ai préféré opter pour une identité plus souple, plus organique et donc plus sensible.



LOGO D'XTAZ

XTAZ obtient donc un aspect plus organique, en rapport au côté humain et sensible de l'Homme. Le quotidien est souvent perçu comme répétitif et similaire, j'ai donc fait le choix de créer une symétrie entre les quatre lettres d'XTAZ. Les petits riens du quotidien, ce n'est pas seulement le plaisir mais aussi le ludisme, le style d'écriture typographique est un jeu de courbe, d'angle et de perspective. Ce logo, définit l'identité visuelle et graphique, de mes produits. Il est le premier élément qu'on visualise. Ce symbole est en cohérence avec le message de mon entreprise.



III / PACKAGINGS ET PRODUITS

Une fois mon logo établi, j'ai procédé à l'élaboration de mes packagings correspondant aux quatre petits riens précédemment cités. À travers ce projet, je cherche à montrer que mes visuels de packaging n'énoncent pas que le produit en question mais est composé d'un réel travail graphique et esthétique. J'avais pour objectif de créer des visuels originaux et uniques d'une certaine rareté graphique, en décalage avec ce que l'on aperçoit dans des magasins traditionnels. Je cherchais à exprimer des formes et des concepts via le graphisme, ajoutés à une certaine sensibilité en adéquation avec mon sujet.

(Les produits ne sont en aucun cas aptes à la commercialisation, ils ne sont que le reflet de mon imagination et ne répondent pas à tous les critères de mise en vente. Ils servent de support à mes visuels graphiques).

SAKAAGRIN

SAKAGRIN

*La satisfaction de plonger sa main au fond
d'un sac de grains.*

Il s'agit d'un petit plaisir très commun qui rappelle pour beaucoup des souvenirs d'enfance: plonger sa main au plus profond d'une masse douce et chaleureuse, sans savoir si quelque chose s'y cache, sentir comme une caresse le long de ses doigts. Je voulais créer un visuel qui mélange à la fois le côté chaleureux et organique de l'humain ainsi que la géométrie plus froide des grains. Souhaitant réaliser un packaging moderne et contemporain, j'ai opté pour un visuel très graphique. Sakagrïn (littéralement «Sac à grain»), démontre un produit ludique dans sa connotation. De forme cylindrique, le packaging permet une bonne insertion de la main à son utilisation. Une typographie ronde permet d'amplifier le côté doux des grains, les lettres étaient initialement dispersées sur le visuel afin d'évoquer la multiplicité des grains et le fait qu'ils occupent tout l'espace qu'on leur offre, une idée visuelle que je n'ai pas gardée du fait que cela réduisait la lisibilité du produit.

Ce produit contient une main effet 3D et organique afin de rompre visuellement avec les autres éléments graphiques qui l'entourent; cette main a une forme générale très crispée en lien avec le stress du quotidien, le produit permet de l'atténuer. J'utilise une gamme de couleurs chaudes afin d'amplifier visuellement le côté agréable et rassurant du produit. La main est en dégradé pour offrir un aspect en relief et plus «humain». Les grains sont de couleur jaune car elle met en avant le côté «céréale» et «naturel» du produit. Quant au fond, il est lui aussi en dégradé car il évoque la progression de la sensation obtenue au fur et à mesure que l'on plonge la main dans le sac, de l'attractif au chaleureux.



Initialement, le packaging de ce produit devait s'apparenter à un sac. Une idée qui ne restera pas car la texture papier/cartonné de l'emballage est non seulement pas très agréable au toucher mais est en plus souvent trop petit pour pouvoir y plonger la main.

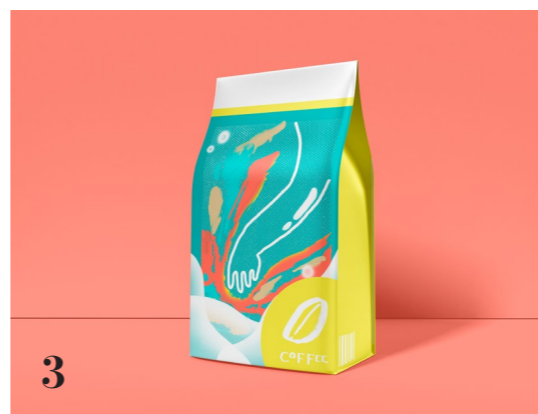
1. & 2. Je suis parti au début de ma main photographiée, un résultat trop photographique qui ne collait pas avec mon univers graphique.

3. J'ai essayé un style plus illustratif et coloré mais mon manque de compétence dans ce domaine m'empêchait d'exprimer correctement mes idées visuelles.

4. Avant SAKAGRIN, je souhaitais appeler mon produit STRESSEED, (Stress et Seed=Graine), un nom que je n'ai pas gardé mais j'ai essayé de créer visuellement des lettres compressées entre elles comme les grains dans le sac.

5. Un résultat plus convaincant mais encore trop illustratif et vide.

6. Les lettres de SAKAGRIN sont dispersées sur le visuel mais la forme n'était pas la bonne, il me fallait une forme de packaging plus ronde. Ce qui donne le résultat de la page précédente.

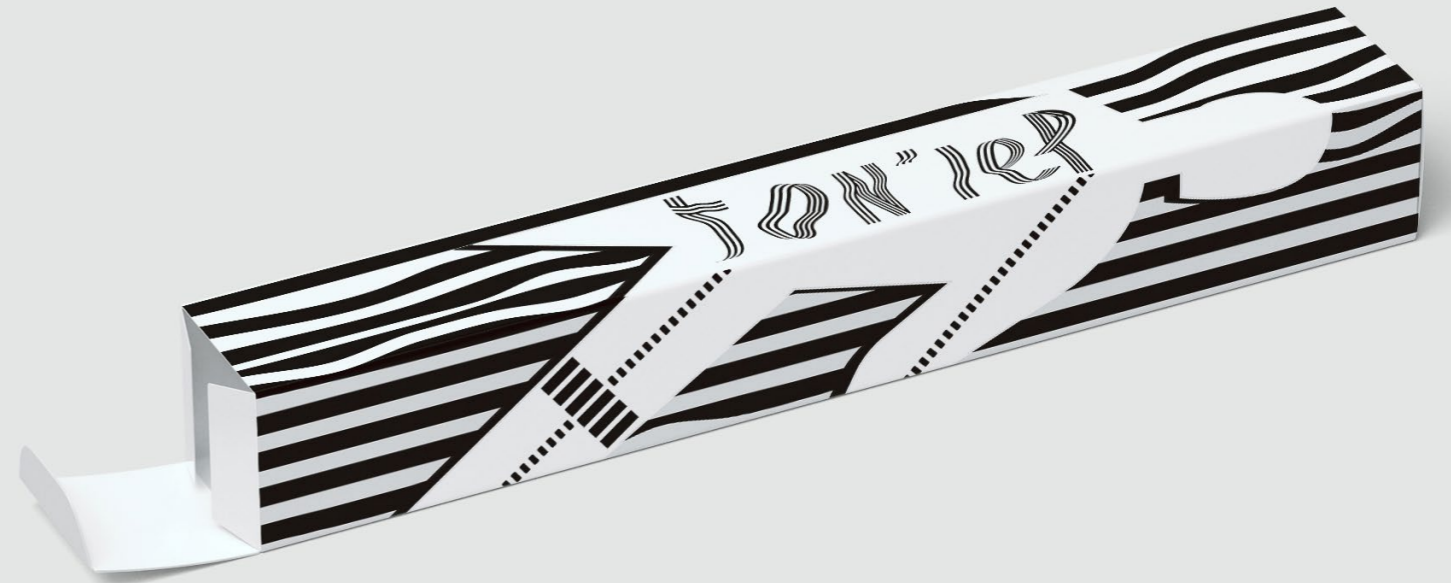



Jonathan

TON-IEP

La satisfaction de marcher sur les bandes blanches d'un passage piéton.





Il s'agit d'un petit rien insignifiant que l'on réalise parfois sans s'en rendre compte, une habitude souvent issue de notre enfance. Elle possède aussi ses dérivés : ne marcher que sur les dalles de carrelage, que sur les lignes d'un terrain de basket... Ce produit s'intitule Ton-iep. En verlan, cela signifie donc «Ton pied», c'est un produit au packaging rectangle et long capable de contenir des rouleaux dépliant à l'intérieur. Ce produit s'identifie davantage plus à un jeu de société que l'on déroule dans le salon (ex: Twister). C'est un passage piéton modifié de manière graphique que l'on déploie afin de ne marcher que sur les bandes illustrées. Plusieurs petits rouleaux de passage sont fournis afin qu'ils se complètent entre eux, permettant ainsi de créer le passage piéton de nos rêves, modifiable à volonté ! Il permet de se relaxer, mais aussi de s'entraîner à la coordination, à la souplesse, et pourquoi pas à la concentration si d'autres actions sont réalisées pendant qu'on le traverse. La typographie est de forme fluide, elle évoque l'aspect papier du produit, ainsi que les bandes d'un passage. Graphiquement la boîte se traduit par un jeu de bandes fluides, entourant une silhouette d'homme présentée généralement sur les feux de signalisation.






Il y a une manie que certaines personnes réalisent souvent : marcher sur les bandes blanches d'un passage piéton. A un certain âge il est difficile de la faire en société, de plus il faut sortir de son chez-soi pour obtenir cette satisfaction...


Cependant, l'entreprise XTAZ te propose «TON-IEP» avec cet objet interactif, plus besoin de sortir de chez toi pour marcher sur les bandes blanches ! Ce produit contient divers rouleaux dépliant de passage piéton pouvant être assemblés afin de créer le passage piéton de tes rêves ! Avec lui habille ton logement, améliore ta coordination et obtiens une démarche unique !



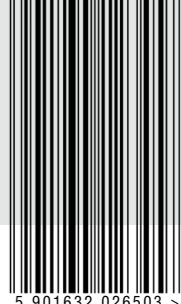
XTAZ_FR



1. DEPLIE LES PARTIES DE ROULEAUX ET ASSEMBLE TON PROPRE PASSAGE PIETON



2. DEPLACE TOI ET PROFITE



5 901632 026503 >

Initialement, le packaging de ce produit devait avoir un format carré, comme le jeu de société «Twister», le rouleau à l'intérieur devait être plié en plusieurs fois sur lui-même. Pour une question d'esthétisme, j'ai opté pour un format plus long capable d'accueillir plusieurs rouleaux. Le vert était pour moi une couleur logique dans la réalisation de ce projet. Souhaitant une couleur différente par packaging, j'ai directement favorisé la couleur verte en lien avec les feux piétonniers. J'ai préféré favoriser au final le noir et blanc qui explicitement rappelle les passages piétons.

1. Je voulais au départ créer un packaging incluant divers visuels de passage mais cela surchargeait mon visuel.
2. J'ai préféré rester plus simple mais cette fois le visuel ressemblait plus à des rayures qu'à des passages piétons.
- 3 & 4. J'aime mettre des éléments dans un effet 3D dans mes réalisations. J'ai donc voulu créer un passage piéton en relief. Une compréhension difficile. Finalement, le format a changé pour donner lieu à une boîte longue, noire et blanche.



90m9iL

POMPIL

La satisfaction d'obtenir des chiffres ronds à la station essence.

Pour beaucoup c'est presque une victoire personnelle que de réussir à avoir un prix rond à la station essence. On fixe le compteur de la station afin de ne pas dépasser d'un centime le prix souhaité. Cela demande de ne pas cligner des yeux et de jouer en flexion des doigts sur le bouton de la pompe. En cas d'échec, c'est très frustrant. La station Pompil est un produit interactif de salon muni de plusieurs pompes utilisables et d'un compteur numérique. Le produit s'utilise en pressant le piston de la pompe afin de faire défiler les chiffres. Cependant, elle n'affiche que des chiffres ronds afin de procurer une satisfaction visuelle. Le packaging de la station Pompil mesure plus d'un mètre. Il devait être initialement de forme rectangulaire mais, afin de mieux cerner son utilité, elle sera de la forme d'une station. L'intérieur de mon packaging est vide, je n'ai pas créé réellement l'objet étant donné mon manque de compétence dans le domaine du design d'objet. Ce packaging est donc réalisé à titre purement esthétique car il ne contient pas réellement le produit énoncé. La typographie que j'ai réalisée s'inspire de différents chiffres: P=9, O=0, M=3, I=1, L=7, cela amplifie l'omniprésence des chiffres dans mon produit.

Dans le fond, il y a un amas de chiffres imbriqués, cela évoque le défilement du compteur électronique. Si j'utilise des couleurs chaudes comme le rouge, c'est pour rappeler les stations essence généralement de cette colorimétrie. Un visuel à la fois sensible, pétillant et dynamique. La station Pompil obtient de plus un mode d'emploi réalisé suivant le modèle d'un ticket de caisse, expliquant ainsi l'article, son fonctionnement, ainsi que les coordonnées de l'entreprise XTAZ.

XT
AZ

STATION
POMPIL

Rue 7, Chaussée de Tournai
B-7520 RAMEGNIES-CHIN
DATE : 30/10/20 10:30
N° CARTE : XXXXXXXXXXXX6000
TICKET N° : 000500 0001
N° POMPE : 0
X 0.1000 EUR/L

On a tous une victoire du
quotidien à gagner :

Mettez une quantité d'essence
qui te permettra de faire un
compte rond au paiement.
Sans un centime qui dépasse.
C'est très difficile et frustrant
en cas d'échec.

L'entreprise XtaZ
te propose donc:
la Station Pompil,

avec elle plus besoin de
regarder le compteur
défiler, plus besoin de
travailler en flexion
des doigts.

La Station te permet d'atteindre
des chiffres ronds en toute sérénité,
car elle n'affiche pas les
autres chiffres! Pas besoin non
plus de passer à la caisse, tu
n'as qu'à appuyer sur le piston
en toute tranquillité et laisse
toi emporter par la satisfaction
de n'obtenir que des chiffres
arrondis.

Comment la Station
Fonctionne ?

- 1- Prends la Pompe
- 2- Appuie sur le Piston
- 3- Profite



Xtaz_fr

TEL. : 00 20 60 80 70

MERCI POUR TON ACHAT
ET BONNE ROUTE !

CECERES Fait en France



Dès le début, je voulais mettre en avant le sens de la vue dans ce packaging.

1. Le packaging orné au début d'un gros oeil en relief, tandis que le fond comportait un effet de fluidité, je voulais rappeler l'aspect «essence» de la station en utilisant majoritairement la couleur bleue. De plus, je voulais créer par la répétition et la distorsion du nom Pompil l'effet liquide du gazoil. Je me suis rendu compte que mon produit ne vendait pas d'essence mais des chiffres ronds.

2 & 3. Je voulais donc mettre en avant la notion de chiffre. A ce stade de mon évolution, j'aimais les choix que je prenais mais l'esthétique générale faisait davantage penser à des produits cosmétiques qu'à un jeu ludique. De plus, le nom Pompil était trop souvent secondaire dans mon visuel, j'ai donc dû procéder à une hiérarchisation de mes informations.

4. J'ai rajouté deux informations : 24/24 et 7/7, afin d'amplifier le concept de station. Je n'ai pas gardé cette idée car elle était non essentielle. De plus, j'ai opté pour des formes graphiques en dégradés pour alimenter le visuel. Ce ne fut pas un choix judicieux.

5. J'ai ajouté la couleur grise, renvoyant au béton/macadam. Un visuel plus agréable et moins agressif mais pas assez travaillé.

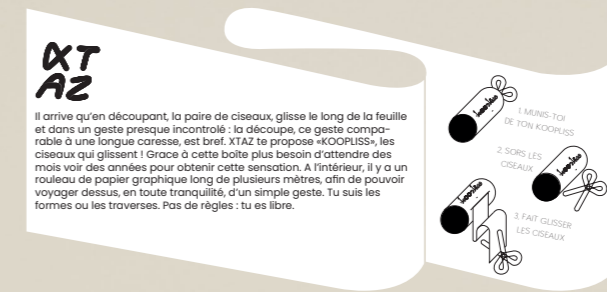


hoopliss

KOOPLISS

*La satisfaction de découper une feuille
en laissant glisser les ciseaux.*

Il arrive qu'en découpant, la paire de ciseaux glisse le long de la feuille et, dans un geste presque incontrôlé, la découpe. Ce geste comparable à une longue caresse est bref. KOOPLISS est une boîte contenant à l'intérieur un rouleau de papier retravaillé, qui comporte un jeu de formes, de lignes et de reliefs, long de plusieurs mètres. Afin de pouvoir voyager dessus, en toute tranquillité, d'un simple geste. La boîte est longue de dix-sept centimètres, sa petite taille lui permet d'être transportée partout. Une forme traverse le packaging de chaque côté, elle semble fluide et infinie, elle représente le papier fourni à l'intérieur, ainsi que le geste réalisé en découpant une feuille sans effort. Dessus des ciseaux sont représentés en blanc et semblent s'emmêler à travers les feuilles. Le nom est en pointillé car il évoque les pictogrammes dessinés sur les bons d'achat, les magazines, les journaux... afin d'inciter à la découpe. Pour finir, il y a une zone explicative sur l'utilisation du produit sur le packaging.



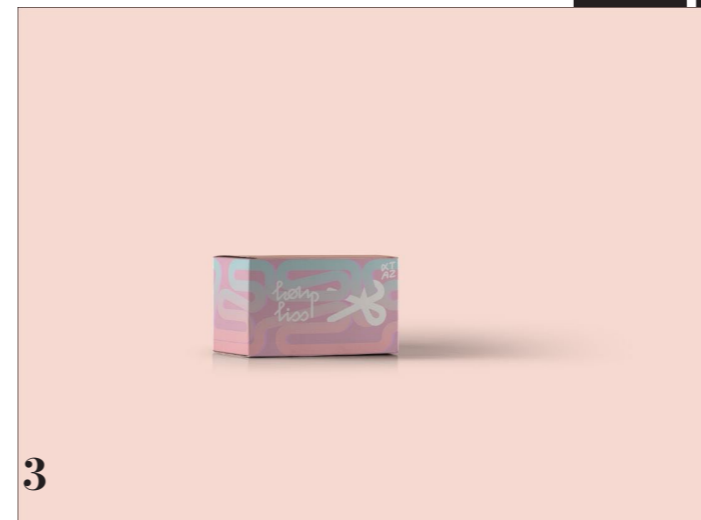
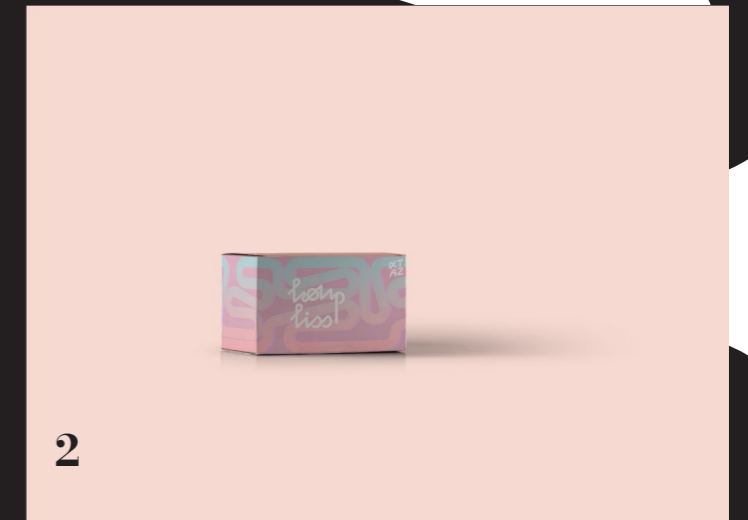
Je souhaitais un packaging rectangulaire et facilement transportable. Cependant, la forme n'étant pas très innovante et le format difficile d'utilisation, le format cylindrique fut une révélation par la suite.

1. Un début à travers lequel j'inscrivais le nom du produit mais écrit différemment : KOUPLISS. Il était difficile de comprendre le nom, le H ressemblant à un K. La couleur noire n'était pas la bonne. Et la paire de ciseaux, trop petite et secondaire.

2. La notion de feuille graphique est mise en place. L'idée me plaît mais les ciseaux ne sont pas présents, on ne comprend pas le produit.

3. Avec du mieux, mais le format n'est pas agréable.

4. Une piste plus intéressante, à travers laquelle les différents éléments que je souhaite traiter sont plus correctement placés mais le nom sera légèrement modifié par la suite en KOOPLISS.





**XT
AZ**

INFLUENCES



Agnes Studio, Cafe Nahual's Coffee, 2018, [<http://www.cafe-nahual.com/>]



100packages (Instagram), anese.co, [https://www.instagram.com/p/BwazeFgnWL0/?utm_]



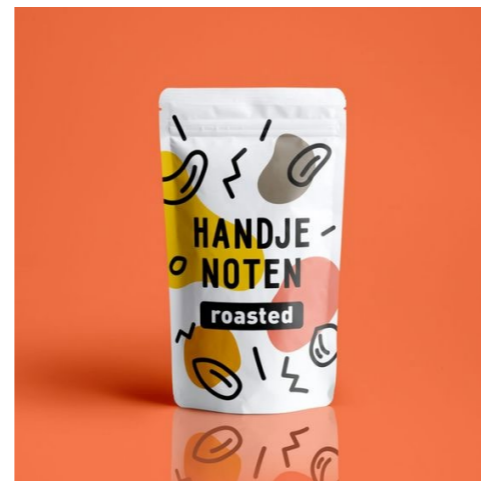
Bielke&Yang, Taylor Made, [<https://bielkeyang.com/>]



Verena Michelitsch, Jumbo, 2018, [<https://verenamichelitsch.com/project/jumbo>]



Luminous Design Group, Spongie, [<https://www.luminous.gr/>]



Kitasavi Studio, Handje Noten Visual Identity Concept, [<https://www.favourite-design.com/2019/kitasavi-studio/>]



Ordinary Things, Byte Bars, [<https://bielkeyang.com/>]



iwant, Niche Tea, 2020, [<https://www.iwantdesign.com/projects/niche-tea/>]

Bibliographie :

Films :

«Foutaises», Jean Pierre Jeunet (1989)

«Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain», Jean Pierre Jeunet (2001)

Ouvrages :

Arlette Durual et Patrick Perrard, *AMP, 10. Les temps du quotidien*, Érès, 2008, p.80 à 94, [https://www.cairn.info/amp--9782749208701-page-80.htm?contenu=resume]

Joseph Rouzel, *Le quotidien dans les pratiques sociales*, Champ social, 1998, p.5, [https://www.cairn.info/feuilleter.php?ID_ARTICLE=CHASO_ROUZE_1998_01_0005]

Philippe Delerm, *La première gorgée de bière et autres plaisirs minuscules*, Gallimard, 1997, quatrième de couverture, [https://www.babelio.com/livres/Delerm-La-Premiere-Gorgee-de-biere-et-autres-plaisirs-min/1704]

Michael Sheringhan, *Traversées du Quotidien*, Presses Universitaires de France, 2013, [https://www.cairn.info/traversees-du-quotidien--9782130592600.htm]

Internet et Articles :

Gilles Brougère, *Jacques Henriot et les sciences du jeu ou la pensée de Villeteuse*, 2013, en ligne : [https://journals.openedition.org/sdj/202]

Agnès Pecolo et Myriam Bahuaud, *L'adulte « ludique » dans le monde publicitaire : entre inversion, régression et imbrication des états d'âge*, Éditions de la Sorbonne, 2017, en ligne : [https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2017-1-page-213.html]

Gabrielle Gagnon, *Propager l'humour pour survivre au temps du coronavirus*, 20 avril 2020, en ligne : [https://www.usherbrooke.ca/actualites/nouvelles/nouvelles-details/article/42721/]

Martine Fournier, *À quoi sert le jeu ?*, Mensuel n°152 - Août-Septembre 2004, en ligne : [https://www.scienceshumaines.com/a-quoi-sert-le-jeu_fr_4291.html]

Comment l'humour et les memes nous ont aidés à tenir pendant la pandémie, rtbf, mardi 29 décembre 2020 à 18h00, en ligne : https://www.rtf.be/tendance/detente/detail_comment-l-humour-et-les-memes-nous-ont-aides-a-tenir-pendant-la-pandemie?id=10662916

Fabienne Broucaret, *Comment savourer davantage les plaisirs de la vie ?*, Marie France, 4 août 2015, en ligne : [https://www.mariefrance.fr/equilibre/psycho/coaching/comment-savourer-davantage-les-plaisirs-de-la-vie-193487.html]

Audré Couppé de Kermadec, *Bienvenue dans le monde fascinant des « vidéos étrangement satisfaisantes »*, Korii, 21 janvier 2020, en ligne : [https://korii.slate.fr/et-caetera/internet-reseaux-sociaux-videos-etrangement-satisfaisantes-oddly-satisfying-instagram-youtube#:~:text=C'est%20sur%20ce%20cr%C3%A9neau,plus%20grand%20plaisir%20des%20internautes].

Annabelle Kiéma, *Relaxation et bien-être : qu'est-ce que l'ASMR ?*, Consoglobe, 18 février 2021, en ligne : [https://www.consoglobe.com/asmr-cg].