

THEORIES ET METHODES DES INVENTIONS

LE POSTE RADIO REDEVIENT SENTIMENTAL

WOODEN RADIO – MAGNO (2008)
DE SINGGIH KARTONO



Gamme "ReKTO", "KuBo" et "IKoNO"
(crédit photo : Christian Nill - bar-storys.ch)
"ReKTO" : 31 x 11,5 x 20,5 cm
"KuBo" : 19,3 x 11 x 20,5 cm
"IKoNO" : 18,1 x 11,5 x 12 cm

TOUTE UNE GAMME

EN BOIS

La *Wooden Radio* ne désigne pas qu'un produit, mais une marque née de la rencontre entre Singgih Kartono et Olivier Carlo Errichiello. Derrière cette marque calibrée pour les pays occidentaux se cache les produits Magno¹ conçus artisanalement au cœur du village de Kandangan en Indonésie.

Singgih Kartono est un designer indonésien diplômé de l'institut technologique de Bandung en Java occidentale (Indonésie). Il rencontre en 2006, Olivier Carlo Errichiello, un entrepreneur allemand, qui repère sa radio *IKoNO* lors d'un salon à Jakarta.² Ensemble, ils feront connaître ce produit à l'international sous la désignation *Wooden Radio*, à travers divers salons, musées et boutiques.

Singgih Kartono fait le choix de concevoir des radios pour de nombreuses raisons : c'est à la fois un produit ne nécessitant que peu de bois, suffisamment ancien pour tenter d'y apporter un design intemporel, tout en pouvant promouvoir son idéologie. La radio est aussi immanquablement un produit qui dispose d'une longue histoire.



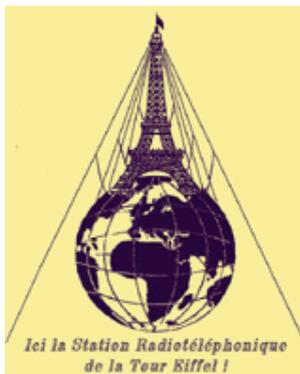
Rencontre entre Singgih Kartono et Olivier Carlo Errichiello lors de la remise du prix "BRIT Insurance Product Award" en 2009 (crédit photo : wooden-radio.com)

1 4 radios différentes : *MiKRO*, *ReKTO*, *KuBO* et *IKoNO* (la plus populaire).

2 Traduction depuis l'anglais : « J'ai quitté le salon sans cette radio qui me fascinait tant » Publication de Olivier Carlo Errichiello sur le groupe « Wooden Radio Europe ». [en ligne]. In : facebook.com, 2013.

L'AVÈNEMENT DE

LA RADIO



Première émission française
le 24 décembre 1921
Radio Tour Eiffel (1921-1940)
(crédit photo : wikipedia.fr)



Exemple de radio à
tubes électroniques
Philips BX 380 (1948)
44 x 25 x 19 cm
(crédit photo :
gejo.net46.net)



Radio offerte par le
groupe de presse
Bayard (fin 1990)
10,8 x 6,9 x 2,1 cm
(crédit photo :
Quentin Quiros)

Dès le 28 mars 1914, les premières ondes de la radio civile sont émises depuis le château de Laeken pour offrir aux Bruxellois des retransmissions de concerts.³ Dans l'ensemble de l'Europe⁴ et aux États-Unis, l'expansion de la couverture de diffusion et le développement des programmes est particulièrement rapide au cours des années 20.

En 1950, les deux tiers des ménages français possèdent un poste de réception pour écouter la radio. Cependant, ce sont des postes à tubes électroniques, des appareils encombrants et lourds, très difficilement transportable, devant se brancher au courant alternatif et demandant un temps de chauffe.

À partir de 1954, la technologie évolue : les premiers postes à transistors apparaissent. Petit, léger, fonctionnant à piles, ils permettent d'écouter la radio partout : dans sa salle de bain, dans la rue, à la plage. La radio se transforme, elle n'est plus familiale, elle devient individuelle et personnelle.

C'est une révolution, le développement de la radio nomade est très rapide, passant de 150 000 unités vendues en 1958 à plus de 2,5 millions en 1962.⁵ Elle devient un objet de grande consommation. En 1964, 53% des jeunes de 15 à 20 ans écoutent la radio depuis un poste à transistors.⁶ Elle se diversifie, au point d'en devenir un gadget : en 1967, Radio-Luxembourg vendra pour 35 francs des radios mignaturisées qui ne peuvent recevoir que les fréquences de Radio-Luxembourg.⁷

3 Quand la radio belge naissait à Laeken. **[en ligne]. In :** La Libre.be, 13 avril 2005.

4 France, Belgique, Allemagne, Royaume-Uni, URSS.

5 Elvina Fresneau, *Le poste à transistors à la conquête de la France. La radio nomade (1954-1970)*, Paris, INA Éditions, 2011, p 111.

6 *Ibid.*, p 231.

7 *Ibid.*, p 236.

RECONSIDÉRER

LA MACHINE

Gamme "MiKRO"
13,2 x 9,5 x 8,8 cm
Radio encore plus petite que la
"IKoNO" présente sur la couverture
(crédit photo : 332lab.wordpress.com)



Singgih Kartono ne veut pas réinventer la radio mais au contraire garder ce côté personnel pour l'approfondir afin d'en casser l'image d'objet de consommation.

L'idéologie que le designer véhicule à travers sa marque « Magno » comporte divers éléments intéressants. Notamment, il dénonce la servitude des machines envers l'humain.⁸ Cette relation dominant-dominé est mise en évidence par Gilbert Simondon dans l'introduction de son livre *Du monde d'existence des objets techniques* (1989) où il propose que l'humain abaisse son costume de « surveillant d'une troupe d'esclaves » pour devenir « organisateur [...] d'une société des objets techniques »⁹.

Pour combattre cet état de fait, Magno conçoit des objets non fini. Il fait le choix de ne pas vernir le bois¹⁰ qui rentre dans la conception de ses radios, accroissant du même coup l'entretien nécessaire par le propriétaire qui en fait l'acquisition.

Cette méthode n'est pas anodine, elle a pour but de renforcer le lien entre le propriétaire et sa machine.

8 Traduction depuis l'anglais : « Les produits commencent à devenir nos esclaves. » Concept. [en ligne]. In : magno-design.com, 2008.

9 Il s'agit de revenir à l'écoute de l'objet. L'humain et la machine peuvent fonctionner de concert comme le font « le chef d'orchestre » et « les musiciens ». Le chef d'orchestre « les modère ou les presse, mais est aussi modéré et pressé par eux »

10 Ils appliquent uniquement une huile pour bois (finition à l'huile). Cette finition ne va pas protéger complètement les produits.

L'humain doit prendre soin de la machine pour l'accompagner dans son cycle de vie et non plus seulement se servir d'elle.

Ainsi, il pense que si l'utilisateur s'investit davantage, il développera un attachement sentimental à son environnement matériel. L'objectif est d'étouffer le phénomène de mode et de casser le désir d'achat. Casser ce processus de consommation qui nous pousse à acheter un produit plus vite tout en rejetant le précédant, car considéré comme dépassé, parfois rien qu'à son seul aspect esthétique.

C'est un enseignement contre « l'obsolescence programmée »¹¹ renforcée par le fait que la radio est facilement démontable et réparable avec des pièces standard.

D'une autre manière, il lui tient à cœur d'en supprimer toutes les fonctionnalités non utiles.¹² Le cadran d'affichage des fréquences disparaît sur les modèles *MiKRO* et *IKoNO*. L'utilisateur doit à présent rechercher, tâtonner pour retrouver sa station préférée, apportant une nouvelle façon d'appréhender l'objet pour être davantage à son écoute.

11 Ensemble de techniques destinées à réduire la durée d'utilisation d'un produit afin d'en augmenter le taux de remplacement.

Terme apparaissant dès les années 70 mais popularisé par *Prêt à jeter*, documentaire de Cosima Dannoritzer, 2010, 75 minutes, Arte.
12 Traduction depuis l'anglais : « Je supprime tout ce qui est inutile, pour le rendre simple. » Personal wooden radio IKoNO. [en ligne]. In : magno-design.com, 2008.

LES ENSEIGNEMENTS

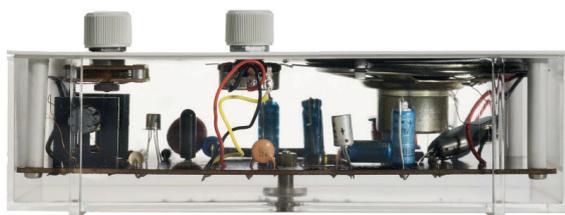
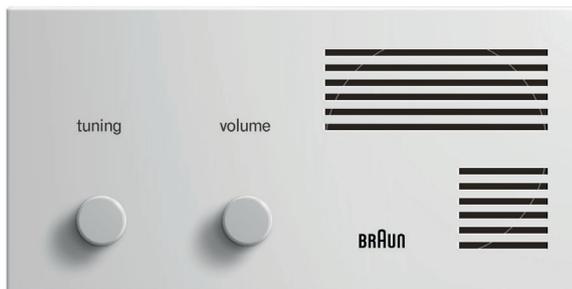
DE L'ÉCOLE D'ULM

Les produits Magno possèdent l'emprunte de l'école d'Ulm¹³, avec cette culture d'un design épuré pour offrir un objet clair et honnête. En réduisant les indicateurs visuels, cela en réduit du même coup l'apprentissage.

Dieter Rams conçoit avec Jürgen Greubel la radio *Lectron* de Braun en 1967. Elle comporte, comme les produits Magno, uniquement deux boutons rotatifs, un bouton tuner et un bouton volume.

Bien sûr, il ne s'agit pas ici de dénoncer une ressemblance, mais bien de mettre en lumière une philosophie de conception semblable.

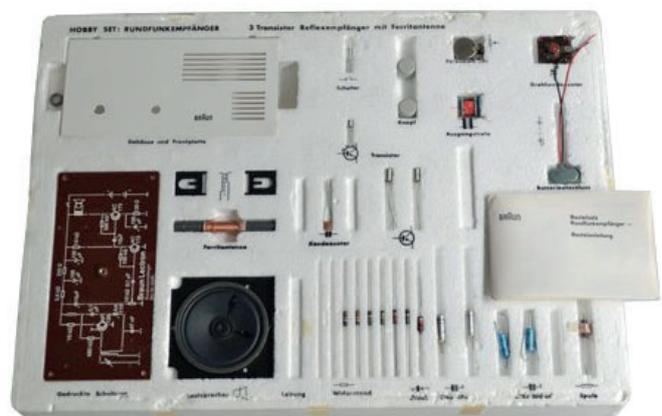
Par ailleurs, la *Lectron* apporte elle aussi cette dimension intimiste et sentimentale puisqu'elle était vendue sous forme de kit à monter soi-même. Il était donc nécessaire de s'impliquer dans la construction de l'objet renforçant notre relation avec lui d'emblée et avant même sa première utilisation.



Radio "Lectron" de Braun (1967)
Vue de face et de dessus
16,2 x 8,1 x 4,6 cm
(crédit photo : powerhousemuseum.com)



Kit de montage de la radio "Lectron" de Braun (1967)
(crédit photo : dasprogramm.org)



¹³ Situé à Ulm, en Allemagne. On y enseigne de 1953 à 1968, une nouvelle conception du design. Même après sa fermeture, l'école d'Ulm continue à avoir une grande influence.

UNE RÉFLEXION

SUR LA SOCIÉTÉ

Horloge en bois "KLoCKU"
20,5 x 13 x 13 cm
Magno ne vend pas que des radios
(crédit photo : 332lab.wordpress.com)



Ce n'est pas tout, le designer ne s'est pas seulement intéressé à l'objet, mais à tout ce qui gravite autour et à la société dans son ensemble. Le designer observe et reste à l'affût de ce qui se passe autour de lui.¹⁴

L'Indonésie, y compris dans le *kabupaten de Temanggung*¹⁵, exporte de nombreuses quantités de bois, sans pour autant que cela soit particulièrement rémunérateur. La situation s'est par ailleurs particulièrement aggravée depuis la crise de 2008. De plus, l'Indonésie est en train de vivre une révolution agricole, tout en augmentant sa productivité, de moins en moins d'employés sont dans les fermes. C'est à ce moment que Singgih Kartono fonde la société Magno dans l'optique de n'utiliser que les ressources locales.

L'idée de concevoir une radio ne vient qu'après, car il souhaite avant tout vendre de petits objets à travers une industrie raisonnée qui n'utilise que peu de bois¹⁶ et préserve du même coup les ressources naturelles dans l'optique de répondre

aux problèmes économiques et environnementaux. Alors que Magno utilise 80 arbres par an pour sa production d'objet en bois, ils ont dans le même temps plantés 8 000 arbres en 2010¹⁷ et 10 000 en 2011¹⁸.

Le designer se refuse à utiliser des machines industrielles constatant les dégâts que celles-ci font à la société indonésienne. Le but est donc de fabriquer un produit artisanal de haute qualité viable à l'exportation et à l'enrichissement du village, tel un tremplin vers l'avenir.

Il s'agit aussi de redonner de la valeur aux produits en bois¹⁹ aidant à construire une relation plus étroite avec son utilisateur. Ramenant, par la même occasion, les souvenirs d'antan des vieux postes de radio sans jamais refaire de l'ancien. Il convient de faire réfléchir à la valeur de ces bois précieux, toutes les bonnes choses demandent du temps nous rappelle le designer.²⁰

14 Process. **[en ligne]. In :** magno-design.com, 2008. (À propos de sa démarche de réflexion)

15 « Département » indonésien situé au centre de l'île de Java d'où est originaire le designer.

16 Traduction depuis l'anglais : « Les petits objets avec mon processus artisanal ne nécessite qu'une faible quantité de bois, mais cela permet de créer des opportunités d'emploi de plus en plus grandes. » Focus. **[en ligne]. In :** magno-design.com, 2008.

17 Traduction depuis l'anglais : « Nous avons utilisé 80 arbres en 2010, mais en avons replanté 8000 » Manufacturing. **[en ligne]. In :** wooden-radio.com, 2008.

18 Traduction depuis l'anglais : « En 2011, [...] nous avons replanté environ 10.000 arbres » Wood. **[en ligne]. In :** wooden-radio.com, 2008.

19 Notamment avec l'utilisation du pin et du palissandre de l'est indonésien, des bois exotiques reconnus.

20 Le bois utilisé pour le processus de fabrication peut avoir besoin de plus de 50 ans pour arriver à maturité.

ENTRE ARTISANAT

ET STANDARDISATION



Singgih Kartono avec sa radio "IKoNo"
(crédit photo : wooden-radio.com)



Ponçage dans les ateliers de Magno
(crédit photo : wooden-radio.com)



Montage des composants électroniques
(crédit photo : ibark.com.au)

Lorsque Singgih Kartono décide de mettre en production un nouveau produit qu'il a imaginé, celui-ci est d'abord analysé afin de créer un manuel définissant toutes les démarches de conception : un processus qu'il nomme « New Craft method »²¹. Il utilise l'artisanat traditionnel comme moyen de production principal et adopte des techniques modernes de gestion et d'organisation. Chaque étape du processus contient des procédures standard de fabrication possédant des normes de qualité, de production et de gestion des matériaux.²²

Le processus d'apprentissage des nouveaux employés des ateliers Magno est rapide et chacun prend part à une étape de la conception du produit sur cette chaîne de production artisanale. Avec cette approche, le designer se félicite de pouvoir mettre en place un nouveau centre de fabrication dans les villages alentours sans aucun recours à des machines industrielles. Seuls les composants électroniques ne sont pas produits par Magno mais par une entreprise sud-coréenne²³. La *Wooden Radio* n'est donc pas qu'une simple radio en bois, mais une réponse intelligente à la montée en compétence progressive d'une région. Subsiste de l'artisanat la conception manuelle puisqu'aucune machine-outil automatique n'est utilisée. 16 heures²⁴ sont nécessaires pour façonner ces produits faits à la main, ce qui fait de la *Wooden Radio* un produit artisanal à part entière.

21 En français : « Nouvelles méthodes artisanales »

22 Traduction depuis l'anglais : « Les nouveaux produits et design sont d'abord analysés dans le but de créer un manuel de production »

Production. [en ligne]. In : magno-design.com, 2008.

23 Nadiyah Tunnikmah, Inscription visible sur la partie démontable de la radio *IKoNo*.

URL : <http://quiros.fr/projets/wooden-radio/ikono.jpg>

24 Traduction depuis l'anglais : « Un produit demande 16 heures de conception manuelle » Magno wooden radio - Eco Design. [en ligne]. In : wooden-radio.com, 2008.

RÉFÉRENCES

Bibliographie :

- Elvina Fresneau, *Le poste à transistors à la conquête de la France. La radio nomade (1954-1970)*, Paris, INA Éditions, 2011, 317p.

- Gilbert Simondon, « Introduction », *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris : Aubier, 1958, 1969, 1989, p.09-16.

Filmographie :

- Sustainable wooden radio benefits local community, reportage, 2011, 5 minutes 23 sec., Associated Press (AP).

<https://www.youtube.com/watch?v=hMf8mF6vQvw>

- IKoNO - Magno Battery Replacement, vidéo stop-motion, 2016, 40 secondes, Fakh Zakaria.

<https://www.youtube.com/watch?v=l2ngCGDvjQU>

Ressources en ligne :

(consulté le 23 février 2016)

- Magno wooden radio - Eco Design - Distributor for Europe / Importeur. **[en ligne]**. In : wooden-radio.com. <http://www.wooden-radio.com/>

- Magno. **[en ligne]**. In : magno-design.com. <http://www.magno-design.com/>

- Publication de Olivier Carlo Errichiello sur le groupe « Wooden Radio Europe ». **[en ligne]**. In : facebook.com. https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=555209644533953&id=107705959284326

- Wooden radios, bamboo bicycles and human cocoons. **[en ligne]**. In : Inside Indonesia. <http://www.insideindonesia.org/wooden-radios-bamboo-bicycles-and-human-cocoons>

- Radio Kayu Magno. **[en ligne]**. In : Tamimi Box, 13 décembre 2013. <http://tamimibox.blogspot.fr/2013/12/radio-kayu-magno.html>

- Quand la radio belge naissait à Laeken. **[en ligne]**. In : La Libre.be, 13 avril 2005. <http://www.lalibre.be/culture/medias-tele/quand-la-radio-belge-naissait-a-laeken-51b8895be4b0de6db9abe3d8>

- Philips BX 380 A. **[en ligne]**. In : Achtergrond, activiteiten, interesses enz. <http://www.gejo.net46.net/nostronica/Philips%20BX380A.htm>

- Braun Lectron Radio. **[en ligne]**. In : Das Programm. <http://www.dasprogramm.org/electrical/audio/braun-lectron-radio.html>

- Lectron radio receiver. **[en ligne]**. In : Museum Of Applied Arts And Sciences. <http://www.powerhousemuseum.com/interface/object/lectron-radio-receiver/>



Des radios et d'autres produits en bois conçus par Magno
(crédit photo : insideindonesia.org)

QUENTIN QUIROS
MASTER 1^{ER} ANNÉE
DESIGN ET ENVIRONNEMENTS
DERNIÈRE VERSION
6 AVRIL 2016