



# Grand-Hornu Images wordt het

## CID – centrum voor innovatie en design in Grand-Hornu

### A. INLEIDING

Volgens zijn huidige statuten heeft “Grand-Hornu Images tot doel de herwaardering, de restauratie en het beheer van de historische site van Grand-Hornu, erfgoed van de provincie Henegouwen. Dat beheer gebeurt door het oprichten van een pijler voor culturele, toeristische, economische, en toekomstgerichte ontwikkeling. De vereniging tracht de cultuur te bevorderen zowel op artistiek, technisch als sociaal vlak, en de uitstraling ervan doorheen de provincie Henegouwen te bevorderen. Ze geeft steun aan creatie en aan productie.”

Op het ogenblik van de stichting, in 1984, omvatte het sociale opzet van Grand-Hornu Images nog vele andere domeinen zoals de film- en audiovisuele productie, informatica en theater, urbanisme, nieuwe technologieën en zelfs de muziek. Het doel van de vereniging, met name nieuw leven te brengen in de oude mijnsite, was op dat moment erg breed. Ze was het resultaat van de visie van een eerste denkgroep die begin jaren '80 bestond uit Claude Ollinger, Jean-François Escarmelle, Laurent Busine, Claude Durieux en Françoise Foulon.

In de eerste beheerraad zetelden: Claude Durieux, Maurice Herlemont, Henri Guchez, Claude Marlier, Jacques Renard en René Liégeois. Ze werden in 1989 vervoegd door Martine André, Jacques Maesschalck, Françoise Foulon, Georges Ollinger en Henri Urbain.

Sinds zijn oprichting heeft Grand-Hornu Images meer dan 80 tentoonstellingen en culturele evenementen georganiseerd waaronder aanvankelijk zeer diverse tentoonstellingen zoals bijvoorbeeld “The Morgue” van Andres Serrano, “Jules Verne”, “La Terre vue du ciel” van Yann Arthus Bertrand, “La main de l’homme” van fotograaf Sebastiao Salgado. Spektakels en concerten werden georganiseerd in Grand-Hornu in samenwerking met le Manège Maubeuge in het kader van de “Inattendus”. Vaak in samenwerking met de ploeg van GHI. De mensen die deze periode hebben meegemaakt, herinneren zich dat ze aan alles meewerkten, van de ticketverkoop tot de geleide bezoeken en het openhouden van de bar, van de coulissen van de productie tot en met het optreden op scène. Er werd hen zelfs gevraagd om te acteren in “La Tempête” de Mauro Gioia in 1998 en in “Les envahisseurs, le retour” van Cataracts in 1993.

Onder directie van Françoise Foulon evolueerde in de loop der jaren de programmering van Grand-Hornu Images al vlug in de richting van design, een culturele materie die toen in volle ontwikkeling was, zowel in de media als op het institutionele vlak. Wij herinneren vooral aan

Passion Plastiques, Ingo Maurer, Martin Szekely, Matali Crasset, Grouste en Bonetti, de gebroeders Bouroullec, Pierre Charpin, Big-Game en het befaamde avontuur van het project Fabrica waarin alle leden van de ploegen van Grand-Hornu Images en het MAC's over hun voorkeursobject spraken wat resulteerde in een uniek object uitgevoerd door de technische ploeg... Na de sluiting van het designcenter van Brussel in 1985, bestond er in België, met uitzondering van het Design Museum van Gent, geen plek meer die gewijd was aan hedendaags design. De programmatie van Grand-Hornu Images vulde dus een lacune in het Belgisch landschap. Omdat bovendien in de jaren '90 de Franstalige Gemeenschap van België op de site van Grand-Hornu zijn museum voor hedendaagse kunsten (het MAC's) wou installeren, liet Grand-Hornu Images definitief de disciplines foto en digitaal beeld vallen om zijn engagement op het vlak van design en de toegepaste kunst te onderstrepen. Het beheer van de site en de bescherming van het erfgoed, eigendom van de provincie Henegouwen en vandaag geklasseerd als werelderfgoed door de Unesco, blijven uiteraard fundamentele activiteiten van de vereniging.

Op 1 december 2014 wordt Grand-Hornu Images dus het CID – centrum voor innovatie en design van Grand-Hornu. Het centrum heeft de ambitie om hedendaags design te promoten door middel van een programma van tentoonstellingen en mediërende activiteiten, die de innovatie, het experimenteel onderzoek, de opkomst van nieuwe thema's en onderzoekshorizonten in de sectoren van het design, de architectuur en de grafiek bevorderen. Rekening houdend met de diversiteit van deze domeinen van creatie, wil het CID het publiek sensibiliseren voor een cultuur van design en architectuur. Het ondervraagt, bestudeert en legt deze cultuur uit in dialoog met de scheppers ervan, de onderzoekers maar ook de burgers.

**Open enclosures and other works**

Andrea Branzi  
 Van 05 oktober 2008 tot  
 01 februari 2009


**1. Étapes**

Ronan+ Erwan Bouroullec  
 Van 08 maart tot 31 mei 2009

**2. Home made**

Matali Crasset  
 Van 04 mei tot 31 augustus 2003



## B. CID - centrum voor innovatie en design

### B. 1 Hoe het begrip design definiëren ?

Voor Roger Tallon, [1929-2011] geciteerd in de Grand Larousse encyclopédique, is design “noch een kunst noch een uitdrukkingmiddel maar een methodische creatieve houding, die op alle domeinen van de schepping kan toegepast worden.”

Kunstcriticus Raymond Guidot is een beetje terughoudender: “Design kenmerkt dat deel van de creatie dat in de ontwikkeling van een object (of systeem van objecten) de coherentie verzekert tussen de technische vereisten van de fabricatie, de interne structuur van het object, zijn gebruikswaarde en zijn uitzicht.”

Le Petit Robert definieert design als “een industriële esthetiek toegepast bij het zoeken naar nieuwe vormen en aangepast aan hun functie”.

Deze laatste definitie bevat de vier pijlers die essentieel zijn bij het begrijpen van wat design is:

- de industriële productie
- de functionaliteit of de gebruikswaarde
- de esthetiek
- de innovatie

Voor elke creatie varieert de graad van die vier aspecten. De aandacht van het CID zal vooral uitgaan naar innovatie.

### B. 2 Innovatie ?

In het algemeen begrijpt men het idee van innovatie in zijn industriële betekenis als iets dat een bepaalde sector doet vooruitgaan of er zelfs een revolutie in teweeg brengt. Men kan het ook begrijpen als een wijziging van een managementstrategie, van marketing of communicatie. Op een creatieve manier met een gewoonte te breken is ook een vorm van innovatie.

Dit – zeer brede – idee van innovatie vraagt om omschreven te worden in de context van onze activiteiten.

Allereerst moeten wij een onderscheid maken tussen innovatie en uitvinding. Iets nieuws wordt uitgevonden, een uitvinding betreft het voor de allereerste keer voorkomen van een idee in een nieuw product of proces van industriële fabricatie. Het is een laboratorium-fenomeen.

In tegenstelling met een uitvinding is innovatie een industrieel fenomeen waar geen octrooi kan voor aangevraagd worden. Het gaat veel meer over een stap die, soms maar niet noodzakelijk, een of meerder uitvindingen, een of meerder nieuwe technologieën, omvat. De innovatie is een houding, een evolutie in de manier van begrijpen, creëren, fabriceren.

Veel meer dan industrieel of technologisch, is innovatie ook een cultureel, filosofisch, sociaal en pedagogisch fenomeen. Zij is de weerspiegeling van de veranderingen in onze maatschappij. Als culturele materie is met name design een waardevolle illustratie van onze wereld, van zijn verlangens, zijn euforie, zijn krankzinnigheid, zijn twijfels, zijn angsten, van alles wat er in op het spel staat.

Waarom? Omdat design de motor is van de verandering. Van de vooruitgang. Van de verrassing. Van het risico. Designcriticus Yves Mirande spreekt zelfs van een disruptieve innovatie, waarbij disruptief een totale breuk met de gangbare ideeën betekent. Veeleer dan vormen van technologische vooruitgang, zijn het die omwentelingen in de ideeën die ons interesseren in de innovatie. Een van de meest treffende voorbeelden dat Yves Mirande en Nicolas Henchoz aanhalen in hun boek “Les ruptures fertiles”<sup>1</sup>, is de “botte-cul”, een stoeltje op een poot dat dient om koeien te melken in Zwitserland. De studenten van ECAL (Lausanne) hebben dit archetypische object van de Zwitserse landelijke cultuur gebruikt om er nieuwe interpretaties en varianten op esthetisch, humoristisch en zelfs erotisch vlak van te maken.

In zijn managementboek “Design driven Innovation”<sup>2</sup>, gaat Roberto Verganti verder in die zin als hij uitlegt dat innovatie niet speciaal op technologie slaat, maar wel op de betekenis, op de manier van denken, op het begrijpen van de dingen. Innoveren betekent de manier van denken veranderen.

Daniel Libeskind, de wereldberoemde architect en ontwerper van het nieuwe congrescentrum van Mons, meent dat innovatie zowel technisch, programmatorisch, esthetisch maar ook filosofisch en sociaal is. Architectuur en design hebben als culturele materies geen betekenis als ze niet verbonden zijn met de mens. Voor Ground Zero, waarvan de architect het masterplan heeft ontworpen, heeft hij – in plaats van de site te vullen met een spectaculaire building – voor een toch wel opvallende “architecturale ingreep” gekozen: de architecturale leegte. En zo voor een betere publieke ruimte, vriendelijker straten, een betere doorstroming. De verandering moet komen van een aandacht voor de mens, voor de burger. Libeskind associeert trouwens innovatie met duurzaamheid. Innovatie en duurzaamheid gaan samen. Maar in tegenstelling tot wat men zou kunnen denken gaat deze reflectie niet enkel over de uitrusting van een gebouw en zijn energiezuinigheid. Vandaag beseffen het merendeel van de architecten dat een duurzame ontwikkeling meer omvat dan de installatie van gesofistikeerde nieuwe technologieën die weinig energie verbruiken. De revolutie heeft plaats

1. Yves Mirande, Nicolas Henchoz, *Les ruptures fertiles. Design et innovation disruptive*, PPUR, Lausanne, 2014.

2. Roberto Verganti, *Design driven innovation*, Harvard Business Press, Boston, 2009.



3. Alain Seban, Voorwoord, in *Le design de nos existences à l'époque de l'innovation ascendante*, gezamenlijk werk onder de leiding van Bernard Stiegler. Fayard, 2008, p. 10.

4. *In Progress*, monografik editions, Blou, 2010, p.100

5. *In Progress*, monografik editions, Blou, 2010, p.100

via een nieuwe, meer globale reflectie waarin duurzame architectuur gezien wordt als een teken in het landschap dat iets meedeelt, dat een toegevoegde waarde biedt, esthetisch, of op ervarings- en gevoelsmatig vlak.

De digitale, bio- en nanotechnologieën, hebben in nauwelijks enkele jaren de industriële wereld, de fabricatieprocessen, maar ook de manieren om de wereld te bekijken omgegooid. Het CID heeft niet als doel om die nieuwe technologieën en -media op zich te bestuderen. Maar wat ons wel aanspreekt in die nieuwe technologieën, is de “nieuwe relatie tussen industriële ontwikkeling en de dagdagelijkse praktijk van het bestaan”<sup>3</sup>. Door ons, als niet specialisten, te buigen over de evolutie van de digitale wereld en zijn impact op de wereld van design en architectuur, sluiten wij ons aan bij de vraag die gesteld werd door Nicolas Henchoz van het EPFL + ECAL Lab : “Hoe kan men betekenis geven aan opkomende technologieën op zo'n manier dat zij in samenklank zijn met onze emoties, ons dagelijks leven, onze leefruimte en ons milieu ?”<sup>4</sup>

Parallel met de digitale vooruitgang verdienen nieuwe manieren en opvattingen over het ambacht en het integreren ervan in het hedendaags werk, om bestudeerd en herwaardeerd te worden. Het CID zal een speciale aandacht hebben voor innoverende projecten die het traditionele savoir-faire integreren. Innovatie maakt een doorgeven van ambachtelijke technieken en kunde noodzakelijk en mogelijk. Maar met een nieuwe blik of samen met andere technieken, met een hernieuwde visie van de productiemethoden. In 2010 meende Nicols Henchoz dat “de industrie nog erg gesegmenteerd is georganiseerd in relatie tot innovatie en vooruitgang. Men heeft aan de ene kant de technologische innovatie, aan de andere kant ontwerpers die vaak veel te laat in het proces tussenkomen. Als men vooruitgang als positief ideaal neemt, moet men dringend de samenwerking tussen deze disciplines herzien ”.<sup>5</sup> Vandaag leggen designers als Delo Lindo, Normal Studio, Formafantasma, Unfold, Jolan Van der Wiel, zich toe op deze vorm van samenwerking, ja op de fusie tussen disciplines, tussen het manuele en virtuele, tussen het ambachtelijke en digitale. Een hele generatie die onderwijs gelopen heeft in instellingen als het Royal College of Art, ECAL of de Design Academy d’Eindhoven werkt vandaag in die richting.

### B. 3 Design en innovatie in de programmering van het CID ?

6. Raymond Loewy, *Never Leave Well Enough Alone*, 1951. In het Frans vertaald door Miriam Cendrars als « La laideur se vend mal » of « Comment rendre beau les objets nécessaires », Paris Gallimard 1963.

Raymond Loewy<sup>6</sup> analyseert in zijn beroemde tekst “Lelijkheid verkoopt slecht” het gedrag van de consument. Dat wordt gekenmerkt door de “aantrekking van het nieuwe en de angst voor het niet gekende. De smaak van een volwassen publiek is niet noodzakelijk voldoende verfijnd om logische oplossingen voor zijn noden te accepteren wanneer die oplossingen een te grote vernieuwing impliceren in vergelijking met wat de koper als de norm beschouwt. Met andere woorden, men gaat maar mee tot op een bepaald punt. Daarom is de slimme industriële ontwikkelaar diegene die in elk concreet geval met luciditeit die schokdrempel zo dicht mogelijk benadert.” De designer, de fabrikant, moet vernieuwend zijn, een nieuwigheid, een zekere – niet te grote – verrassing voorstellen om een product “verkoopbaar” te houden. Het CID zal ook op zoek gaan naar die “schokdrempel”, die oncomfortabele zone van weerstand waar de toeschouwer zich geconfronteerd ziet met iets dat hem niet vertrouwd is. Maar eerder dan voor die drempel te blijven staan, zal het CID hem nemen en overstijgen. Niet om de kijker te ergeren, maar om hem er toe aan te zetten zijn angst voor het nieuwe en het onbekende opzij te zetten. Deze houding is niets anders dan een oproep tot openheid voor het Andere.

Het CID wil ook oeuvres herwaarderen en meedelen waarvan de narratieve kracht uitnodigt tot dromen. Waarvan het speculatieve of prospectieve karakter utopieën formuleert. Fictie is een belangrijk aspect in het werk van een designer. Soms vindt die een uitdrukking die aan poëzie grenst. Dat is bijvoorbeeld het geval in het werk van Dune en Raby, Matali Crasset, Markus Kaizer, Wieki Somers, Jolan van der Wiel. Het gaat hier slechts over enkele van de vertegenwoordigers van deze strekking die getoond zijn of getoond zullen worden in Grand-Hornu, met name in de tentoonstellingen “In Progress”, “Space oddity: design/fiction” en “Futur archaïque”.

In tegenstelling daarmee is het moeilijk om te praten over innovatie en droom in de huidige economische context. Daniel Libeskind had daarover een interessante gedachte. “Men kan niet meer bouwen en ondoordacht kosten maken zoals men tot nu toe gedaan heeft. Maar wij moeten er ook voor waken dat de crisis de culturele ontwikkeling niet onderbreekt. Wat wij vandaag bouwen is wat wij doorgeven aan de generaties van morgen. Wat gaan wij doen? Hen een deprimerende omgeving nalaten? Herinner u dat in de Verenigde Staten tijdens de grote crisis enkele van de meest emblematische en meest fascinerende gebouwen gebouwd zijn.”

De huidige conjunctuur, en in het bijzonder de budgettaire beperkingen waarvan cultuur het slachtoffer is, mogen de zoektocht naar innovatie, durf, vernieuwing, uitmuntendheid niet beknotten. Men moet zich verzetten tegen het loden deken dat de recente maatregelen doen neerdalen op de cultuur. Zich verzetten betekent ook deze beperkingen ontwijken via nieuwe denkpijlers en werkmethodes. Dat is wat er zich op het vlak van het design afspeelt. Sinds verschillende jaren hebben wij een jonge generatie van designers zich zien buigen, niet meer over het ontwerpen van afgewerkte producten (de zoveelste stoel) maar, over de creatie van nieuwe werktuigen, van nieuwe fabricatieprocessen en van economische modellen die toelaten om te creëren in een ongunstige context, en in het besef van het potentieel gevaar dat de industriële activiteit doet wegen op deze planeet. Die vormen van onderzoek zullen in het bijzonder aan bod komen in de programmering van het CID.

## C. MIDDELEN VAN MEDIËRING

7. *Un neurologue juge les audio-guides*  
interview door Maureen Marozeau, *Le Journal des Arts* n° 406, 31st januari tot 13 februari.

Het is gewettigd om van een instelling die zich wijdt aan design en innovatie te verwachten dat ze, behalve een inhoud, een methode van overdracht, ook de nodige werktuigen van bemiddeling en mediatie levert die overeenkomen met haar ambities. De mediëringspolitiek van het CID, zowel voor het ontdekken van het industrieel erfgoed als voor de tentoonstellingen, is in volle ontwikkeling.

Pierre Lemarquis, auteur van “Portret van ons brein als kunstenaar”, legt uit: als wij een kunstwerk bekijken wordt ons systeem voor de ontcijfering van visuele informatie geactiveerd dat in het achterste van onze hersenen gesitueerd is. Evenals een zone van de temporale kwab die toelaat om gezichten te herkennen (de 'gyrus fusiformis'). Anders gezegd, onze hersenen gedragen zich tegenover een werk zoals tegenover een levend wezen. De spiegelneuronen, verbonden met de zenuwbanen die betrekking hebben op empathie, dwingen ons om te imiteren wat wij zien in het werk, om in resonantie ermee te zijn. [...] Als men echter een audio-gids in het oor heeft of een tekst onder ogen, wordt die informatie geleid naar andere zones van de hersenen die betrekking hebben op de taal of het lezen en die van recentere datum zijn in de evolutie. Dat zeer gesofistikeerde deel van de hersenen slaagt erin om de betekenis van woorden die gehoord of gelezen worden te decoderen.”<sup>7</sup>

De mens heeft de neiging om spontaan te appreciëren wat hij kent, wat hem bekend is, wat hem gerust stelt. De taak van een culturele instelling is om die zone van comfort en waardering te vergroten. De hulpmiddelen tot mediatie, zoals de tekst, de audio-gids, het computertablet of applicaties, brengen zeker een hele reeks informatie bij die de bezoeker toelaat om beter het werk en zijn context te begrijpen, om het te intellectualiseren. Maar, omdat men geen rekening kan houden met de individuele geschiedenis van iedereen, verstoren deze hulpmiddelen ook de spontane verhouding, de ontmoeting tussen toeschouwer en werk. Eén van de taken van het CID is de sensibilisering van het publiek voor de hedendaagse cultuur, voor zijn objecten en producten, zijn architectuur en landschappen. Het systematisch teruggrijpen naar de audio-gids, naar de QR code of het tablet kan een paradoxale rol spelen in die aanpak. In onze toekomstvisie willen wij niet tegen elke prijs de nieuwe technologieën adopteren die gebruikt kunnen worden bij een bezoek. Wij benadrukken het emotionele en zintuiglijke deel van de ontdekking van de hedendaagse cultuur. Daarom leggen wij vooral de nadruk op geleide bezoeken, op dialoog, op de bemiddeling op menselijk vlak. Het bezoek in gezelschap van een gids is per definitie interactief en wordt verrijkt door de reacties van het publiek, zijn kennis en vragen. Sinds haar stichting organiseert het CID dagelijks gratis geleide bezoeken.

Meer en meer instituties schaffen zich applicaties voor smartphone of tabletten aan met aangepaste inhoud, zelfs als dat niet het verwachte succes blijkt. Wij denken er aan voor het CID en de site van Grand-Hornu. Maar, zoals bij de meeste instellingen, ontbreken niet de technische middelen (die vandaag voorhanden zijn) maar wel het budget en de menselijke inbreng die nodig is om dit aspect uit te werken. In de huidige context, kan dit soort van modernisering van de mediërende hulpmiddelen niet als onze prioriteit gelden. Innovatie, in de zin van vooruitgang, impliceert voor ons de herwaardering van de inhoud door uitwisseling, dialoog en interpersoonlijke overdracht. Het is evident dat op termijn die methoden gecompliceerd moeten worden door performante technologische hulpmiddelen, zodat wij een coherentie kunnen behouden tussen de middelen die wij inzetten voor onze taak van transmissie en de objectieven die wij ons vandaag stellen.

Dat neemt niet weg dat het CID uitgerust is met een performante internetsite, gelieerd met systeem van nieuwsbrieven en een facebook pagina. Wij werken op het ogenblik aan het creëren van een 'on line' catalogoog van de collectie van het CID.

## D. HET NIEUWE LOGO

### D. 1 De procedure

Op drie juni jl. heeft de beheerraad van de vzw. Grand-Hornu Images, onder embargo tot 1 december, de nieuwe naam van de vzw. CID – centrum voor innovatie en design van Grand-Hornu goedgekeurd.

Na een vraag tot offerte bij een selectie van tien grafische Belgische bureaus, werden de drie goedkoopste kandidaturen weerhouden. De drie weerhouden kandidaten werden uitgenodigd om deel te nemen aan een wedstrijd met een prijs van 500 euro voor het voorstellen van een project/intentie van logo.

### D. 2 De briefing

Het nieuwe logo moet de identiteit van het CID weerspiegelen. Het CID – centrum voor innovatie en design van Grand-Hornu, heeft als taak om hedendaags design te promoten via een culturele programmering van tentoonstellingen en activiteiten van mediatie. De belangrijkste aspecten van deze programmering zijn:

- de innovatie
- de experimentele research
- het opkomen van nieuwe profielen
- het opkomen van nieuwe onderzoekshorizonten
- het opkomen van nieuwe thematieken in de sectoren design, architectuur en grafiek

De identiteit van de site berust eveneens op de rijke geschiedenis van zijn erfgoed. Het CID heeft als taak om dat historisch patrimonium te bewaren en door te geven aan de toekomstige generaties en activiteiten van mediëring en valorisatie van dat erfgoed te ontwikkelen.

Het CID profileert zich bovendien parallel aan het MAC's (het museum voor hedendaagse kunsten in Grand-Hornu). Het logo moet gekoppeld kunnen worden aan dat van het MAC's.

Het CID is een provinciale vzw. Het logo van de site moet kunnen gekoppeld worden aan die van de Provincie Henegouwen.

De winnaar werd op 2 september aangeduid.

**D. 3 Ekta**

Ekta is een jong grafisch bureau dat gesticht werd in 2011 door Guillaume Deman en Flore Figuière. De twee grafici, respectievelijk gevormd aan het ERG en het ENSAV La Cambre, werken op complementaire manier, waarbij elk van hen de projecten voedt met verschillende benaderingen en technieken. Het duo ziet de grafische discipline als een kans tot een herhaalde vraagstelling gebonden aan specifieke contexten. Hun engagement in de culturele sfeer geeft hen de mogelijkheid om complete en discussierijke samenwerkingsprocessen tot een goed eind te brengen. Hun productie wil bovenal zowel toegankelijk als ludiek zijn.

**D. 4 Het nieuwe logo**

Op de historische site van Grand-Hornu staat de ovale binnenplaats centraal, ook symbolisch. Hoewel het logo dat wij presenteren er niet direct naar verwijst is deze eenvoudige vorm het vertrekpunt van ons voorstel met betrekking tot de creatie van een identiteit voor het CID [Centrum voor Innovatie en Design in Grand-Hornu].

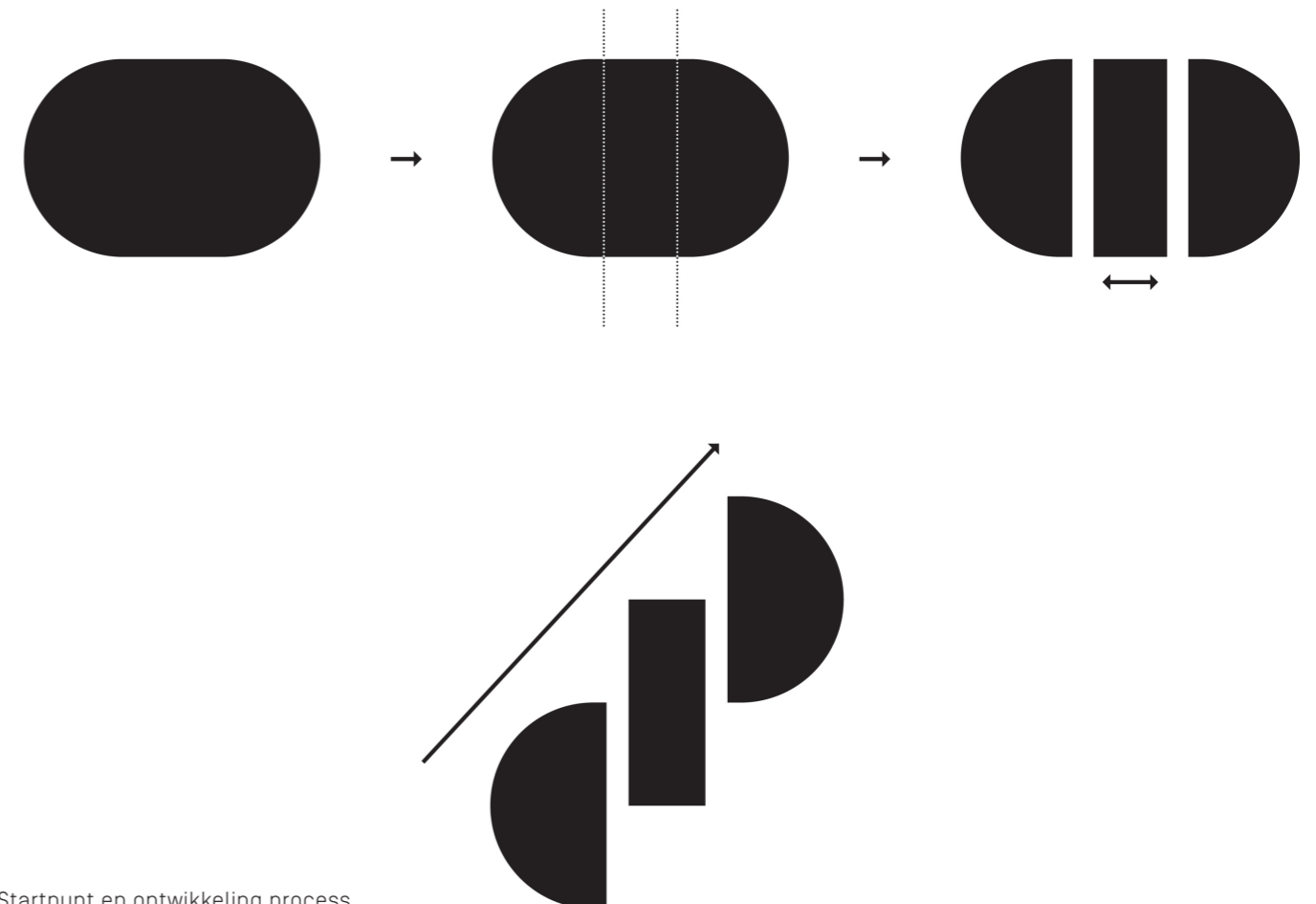
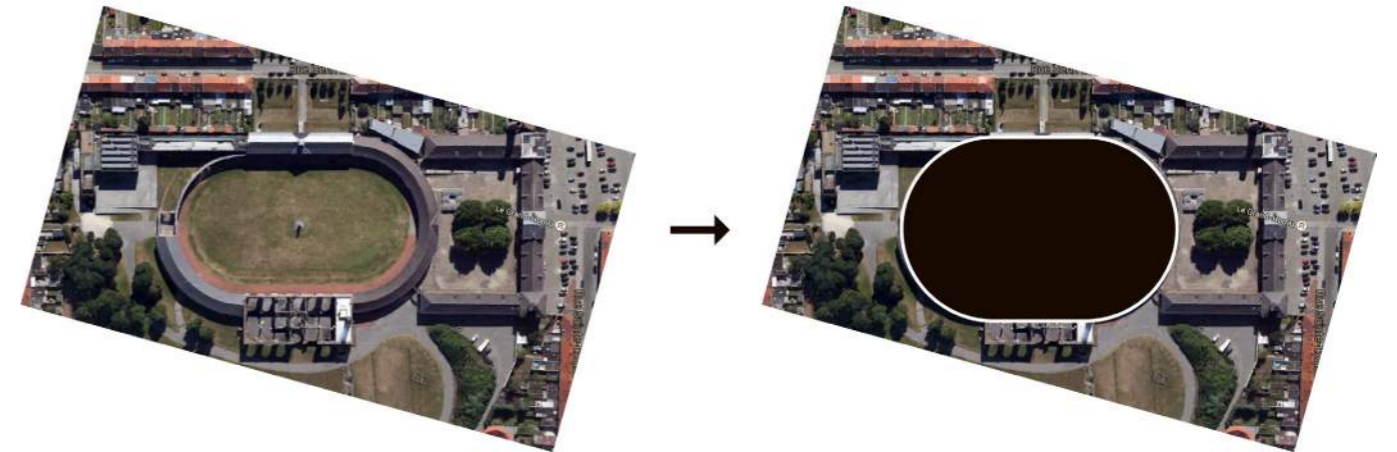
De ovaal wordt versneden om de letters C, I en D te vormen. De schuine positie van die drie elementen suggereert het dynamisme van de disciplines die het CID wil presenteren. Het logo is solide en leesbaar ondanks een zekere grafische abstractie. De drie eenvoudige vormen refereren rechtstreeks naar "design" dat in het algemeen eenvoudige formele elementen gebruikt om ruimtes, volumes, motieven en grafische vormen te ontwikkelen.

Bovendien kunnen de drie abstracte elementen aangekleed of veranderd worden volgens noodzaak of de behoeften, al naar gelang de tentoonstellingen en sterke momenten van het CID. Het logo laat een veelheid aan grafische variaties toe (eenvoudige of complexe). Dit spelen met vormen benadrukt de wil van het CID om de creativiteit, de innovatie en het experimenteel onderzoek te bevorderen. Net zoals het design zelf, zal de identiteit ervan in constante evolutie zijn.

De kracht van het logo en de vele mogelijkheden om erop te variëren laten toe om een bijzondere, complete en flexibele visuele identiteit te ontwikkelen. Deze nieuwe identiteit kan aangepast worden aan al de activiteiten van het CID. Ze kan gebruikt worden als briefhoofd, op de website, op gedrukte communicatie, catalogen, en het pakpapier van de shop.

Behalve het logo wordt de identiteit ook benadrukt door het gebruik van een nieuw lettertype, "Simplon", waarvan de eenvoudige en geometrische lijnen in 2011 ontworpen zijn door de Zwitserse typograaf Emmanuel Rey.

Ekta



Startpunt en ontwikkeling proces





# centre d'innovation et de design au Grand-Hornu

Afgeleide producten



© Ekta



© Ekta



© Ekta

## E. PROGRAMMA 2015

### Futur Archaique / Archaische Toekomst

Van 25 januari tot 19 april 2015

Tentoonstelling geconcipeerd en gerealiseerd door het CID en mudac, Lausanne  
 Yves Mirande, commissaris van de tentoonstelling

De tentoonstelling 'Futur Archaique / Archaische Toekomst' belicht door middel van het design het verband dat er bestaat tussen de toekomst – of ze nu onmiddellijk, nabij of veraf is – en het verleden, het archaische. En dat in de zin van een terugkeer naar wat fundamenteel is [het Griekse 'arche' wil zeggen 'bij het begin']. Ze toont de manier waarop jonge ontwerpers – maar ook minder jonge – objecten creëren waarin onze 'roots', die door de moderniteit zo toegetakeld zijn, opnieuw aan bod komen.

De 19de en 20ste eeuw waren het toneel voor de opkomst en de consecratie van het design. Van de industriële revolutie en de mogelijkheid om objecten in serie te vervaardigen – de café-stoel van Thonet was de eerste om geïndustrialiseerd te worden – over de arts & crafts beweging tot de explosie van het design. Tegelijk heeft de moderniteit – die van de vooruitgang, de ratio en de rationalisatie – geleid tot het verloren gaan van de intrinsieke waarden van de objecten. Van hun essentie ! En van een bepaalde vorm van aura. Zowel in de zin van een uitzuivering – zoals bij de Hochschule van Ulm waarover Roger Tallon zei: "Als Ulm verder gegaan was, had het waarschijnlijk geleid tot een eenduidige formalisering in de zin van een "non-object" en een complete afwezigheid van zichtbaarheid". Als in de zin van een opbod van materie, vorm, enz. Design is in zekere mate ontgaan van zijn betekenis, ja van zijn betekenissen.

Vandaag hebben er fundamentele veranderingen plaats ! In plaats van negatief te denken over onze wortels, ze opzij te zetten, ze te ontkennen, moet men constateren dat wie creatief is – kunstenaars, architecten, en a fortiori designers – er mee werken, er zich in schikken, en er verrassende en erg vernieuwende objecten mee maken. Wat te zeggen van de leren zak van het designersduo Formafantasma gemaakt op basis van koeienpens? Het zijn objecten die een licht werpen op maatschappelijke verlangens die nog onderhuids zijn maar die in alle domeinen opduiken.

Deze uitdagende tentoonstelling onderzoekt het opnieuw verschijnen van deze archaische vormen in design. Maar onderhuids werpt dit project ook een sociologische kijk op het groeiende, maar essentiële verlangen om ons terug in contact te brengen met onze 'roots'. Men kan de toekomst niet denken zonder opnieuw aansluiting te vinden bij de wortels die het fundament vormen waarop wij kunnen steunen. Wat die wortels mogen ook zijn ! Die van de mensheid zowel als die van wie die het dichtst bij ons staat: de familie.

Peugeot design lab /Design by  
 Pierre Gimbergues, *Sofa Onyx*



© Peugeot design lab

1. Barnabé Fillion, Unfold, *The Peddler*

2. Ami Drach & Dov Gan Chow, BC-AD  
*[yellow series]*



© Unfold



© Moti Fishbein

**Jasper Morrison**

Van 7 mei tot 13 september 2015

In het kader van Mons 2015

Jasper Morrison (Londen, °1959) is een designer die overal ter wereld gerespecteerd en gevierd wordt. Grand-Hornu verheugt zich erop om zijn eerste retrospectieve te presenteren. Dit belangrijk evenement zal de sleutelmomenten uit zijn 35-jarige carrière samenbrengen aan de hand van meubels, gebruiksvoorwerpen en huishoudtoestellen. Deze stukken zullen vergezeld worden van archiefdocumenten in een speciaal voor de tentoonstelling ontworpen installatie die trouw blijft aan zijn principe van verleidelijke eenvoud. Jasper Morrison maakt objecten waar wij graag mee leven maar waarvan wij de kwaliteiten nauwelijks opmerken. Hij gelooft dat goed design minder te maken heeft met het maken van opvallende producten, dan wel met ervoor te zorgen dat ze nuttig zijn.

Hij heeft gewerkt met belangrijke fabrikanten in Europa, zoals Cappellini, Alessi, Flos, Magis en Vitra, Japanse merken als Muji; en technologische bedrijven als Samsung en Sony. Hij stichtte zijn 'Office for Design' in Londen in 1986. Hij heeft vandaag ook kantoren in Londen, Parijs en Tokyo.

Jasper Morrison, ensemble ontwikkeld voor een tentoonstelling in de DAAD Galerij, Berlijn


**chevalier-masson : dingen om te doen**

Van 4 oktober 2015 tot 10 januari 2016

Anne Masson & Eric Chevalier werken sinds een tiental jaar samen. Allebei gebruiken ze textiel, ze onderzoeken de opvattingen erover via een experimentele aanpak van de materie, zonder voorafgenomen ideeën over de resultaten.

Geïnspireerd door spontaneïteit en door het plezier van het maken, benaderen ze textiel in verschillende contexten, als een medium met culturele, intieme en collectieve, functionele en vrolijke implicaties. Met veel vrijheid maar ook nauwgezetheid eigenen ze zich verschillende technieken toe, en dringen door tot wat de materie hen te bieden heeft aan wat efemeer en fragiel is, bekend of mysterieus, grappig en troostend.

De tentoonstelling wil de organische, beweeglijke en veranderlijke geest van hun werk belichten. Want de gebruikte processen stoppen in feite nooit, maar zijn geschikt om op verschillende manieren geactiveerd en ingekleurd te worden naar gelang de omstandigheden. De tentoonstelling zal ook de samenwerking en de interdisciplinaire praktijk presenteren die ze sinds enkele jaren met architecten, designers of choreografen hebben. Dat resulteerde in even zovele projecten die de horizon van hun werk uitbreiden en verschillende statuten en aspecten van het textiel ondervragen.

*Chaise pelote, 2009*


**Europalia Turquije**  
 Van oktober 2015 tot januari 2016

Tentoonstelling of lezing over opkomende architectuur.  
 Programma in voorbereiding.

## PARTNERS


**DESIGN EN TOEGEPASTE KUNSTEN  
 ARCHITECTUUR EN ERFGOED**

Site du Grand-Hornu  
 Rue Sainte-Louise 82  
 B-7301 Hornu

**COMMUNICATIEDIENST**

**Gaëtan Delehouzée**  
 00.32 (0) 65/61.38.87  
 gaetan.delehouzee@grand-hornu.be

**PERSCONTACT**

**Hélène van den Wildenberg**  
 Caracas Public Relations  
 00.32 (0)4/349.14.41  
 00.32 (0)495/22.07.92  
 info@caracascom.com

**VOORZITTER  
 Fabienne Capot**
**DIRECTRICE  
 Marie Pok**

De administratieve dienst is op werkdagen bereikbaar van 8u00 tot 16u30

**DIRECTIE CID  
 00.32 (0) 65/61.38.85**
**CID - centre d'innovation et de design  
 au Grand-Hornu**

Site du Grand-Hornu  
 Rue Sainte-Louise 82, B-7301 Hornu  
 (dicht Bergen)

Tél. 00.32(0)65/65.21.21  
 Fax 00.32(0)65/61.38.97  
 info.cid@grand-hornu.be

www.cid-grand-hornu.be  
 www.grand-hornu.eu

**OPENINGSUREN**

Dagelijks van 10 tot 18 uur, behalve op maandag

**TOEGANGSPRIJS**

- Combiticket Site du Grand-Hornu/CID/MAC's: 8 €
- Reductietarief : 4/5 €
- Groepstarief (minimum 15 pers.): 4/5 €
- Schoolgroepen: 2 €
- Gratis voor kinderen onder 6 jaar

Rondleiding (op reservatie) van de tentoonstellingen en/of historische site (FR/NL/ALLEM/ANGL).

**CONTACTNUMMER VOOR RESERVATIES**

00.32 (0) 65/61.38.81.  
 reservations@grand-hornu.be

Audio-gids om de historische site te ontdekken (FR/NL/ALLEM/ANGL/IT/ES): 2 €

Organisatie van nocturnes, VIP avonden.

**HUUR VAN ZALEN**

00.32 (0) 65/61.38.87  
 gaetan.delehouzee@grand-hornu.be

De vzw CID- centre d'innovation et de design au Grand-Hornu is gesubsidieerd door de Provincie Henegouwen.

Met de steun van Federatie Wallonië-Brussel - sectie beeldende kunsten.