



the philosophy of art magazine  
25 avr. 2025

Numéro 1 (25 Avr. 2025) : «Forme, Fonction, Friction»

# CE MOIS-CI DANS



6

L'école Bauhaus

La forme suit la fonction

10

No Logo for Old Brands

La disparition de l'identité

12

Hiroshi Sugimoto

Le minimalisme du temps

14

Simplicité et accessibilité

vs perte d'identité

17

Et ensuite ?



# Édito

Le minimalisme est partout. Il s'impose dans le design, l'architecture, la photographie, l'UI, l'UX et la mode. Un carré blanc sur fond blanc, une interface dépouillée de tout artifice, un logo réduit à sa plus simple expression : l'esthétique du "moins" semble aujourd'hui une norme incontestée.

Mais comment en est-on arrivé là ?

Loin d'être une tendance récente, le minimalisme s'enracine dans des mouvements artistiques et philosophiques qui ont façonné notre manière de voir et de concevoir le monde visuel. Du Bauhaus aux compositions épurées de Sugimoto, cette recherche de l'essentiel a traversé les époques.

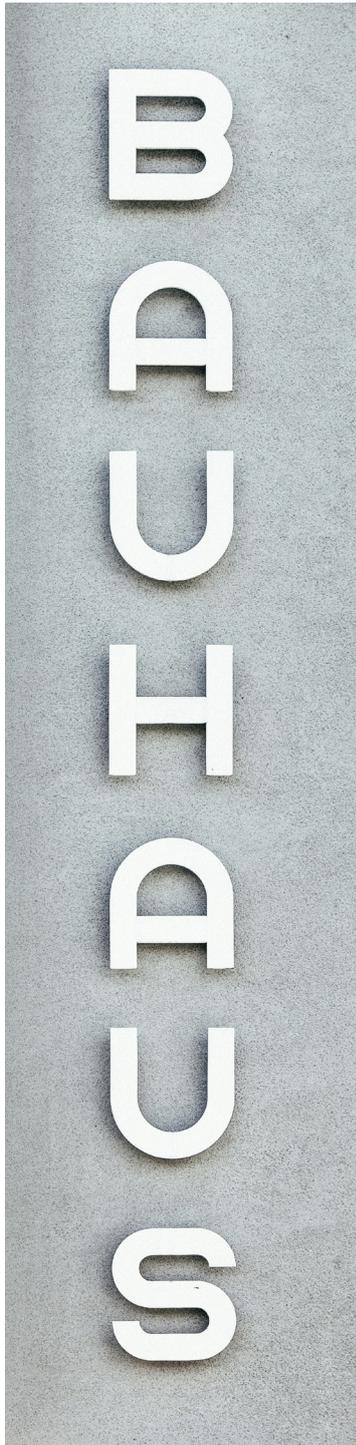
Bien que le minimalisme s'est imposé comme un langage visuel universel, il soulève aussi des interrogations. Jusqu'où peut-on épurer sans perdre l'émotion, le sens, l'identité ? Le "blanding", cette tendance qui pousse les marques à adopter des designs interchangeables, témoigne-t-il d'un minimalisme devenu dogmatique, ou d'une évolution naturelle vers une lisibilité absolue ?

Ce numéro explore les multiples facettes du minimalisme : son histoire, ses influences, ses réussites et ses dérives. Ni éloge ni critique, mais un regard curieux et informé sur un mouvement qui façonne notre perception du monde.

Enfin, si ce texte est en drapeau et non justifié, c'est un choix assumé. Il s'inscrit dans une volonté de minimalisme et fait écho aux principes du Bauhaus où la forme suit la fonction, favorisant une lecture plus fluide.

# Bauhaus

## «La forme suit la fonction»



Si l'on devait chercher l'origine du design moderne, il suffirait de suivre un fil rouge tissé en Allemagne au début du XXe siècle, jusqu'à une école mythique : le Bauhaus. Fondé en 1919 par Walter Gropius à Weimar, le Bauhaus n'a existé que quatorze ans avant d'être fermé sous la pression du régime nazi en 1933. Pourtant, en si peu de temps, il a changé notre manière de concevoir l'art, l'architecture et le design.

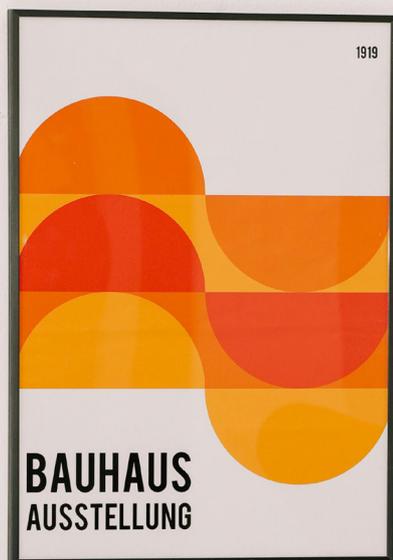
Imaginez une Allemagne en pleine reconstruction après la Première Guerre mondiale. L'époque est marquée par un désir de rupture avec les vieilles traditions artistiques et artisanales. C'est dans ce contexte que Walter Gropius, un architecte au regard tourné vers l'avenir, fonde le Bauhaus avec une idée révolutionnaire : abolir la frontière entre art et industrie.

Gropius n'élaborait pas seulement une réflexion sur le design, il s'attachait aussi à la traduire en objets concrets, utiles, accessibles et esthétiques, pensés pour améliorer le quotidien de tous.

Pour lui, l'esthétique ne devait pas être un luxe réservé aux élites, mais un élément intégré à la vie quotidienne. Il fait alors venir des esprits brillants de toutes disciplines : Wassily Kandinsky, László Moholy-Nagy, Paul Klee...

Chacun apportant sa pierre à l'édifice d'un enseignement totalement inédit.

«Bauhaus Concrete  
Apartment Building»  
- Ross Sokolovski



Une chaise Wassily - Ricky Esquivel

Les étudiants du Bauhaus ne se contentaient pas d'apprendre la peinture ou la sculpture. Ils exploraient la typographie, l'architecture, le mobilier, et même les textiles. L'enseignement mettait l'accent sur l'expérimentation, la simplicité et l'usage des matériaux modernes comme l'acier, le verre et le béton.

L'un des premiers grands projets fut la création de meubles minimalistes aux formes géométriques pures. Prenez par exemple la célèbre chaise Wassily de Marcel Breuer : une structure en tubes d'acier et en toile, à la fois légère et robuste. Un objet qui semble d'une modernité absolue encore aujourd'hui.



«Bauhaus Concrete  
Apartment Building»  
- Ross Sokolovski

« Créons ensemble la nouvelle construction de l'avenir,  
qui embrassera tout en une seule forme :  
architecture, art plastique et peinture. »

Walter Gropius, Weimar, Avril 1919

Bien que le Bauhaus ait été contraint de fermer en 1933, ses professeurs et étudiants ont essaimé à travers le monde, emportant avec eux leur vision du design. On retrouve aujourd'hui son influence partout : dans l'architecture épurée de nos villes, dans l'ergonomie de nos interfaces numériques, dans les logos aux lignes géométriques simples. Même le géant Apple, avec son design minimaliste et fonctionnel, doit une part de son ADN aux principes du Bauhaus. Un siècle après sa création, l'école de Gropius continue de nous influencer, preuve que certaines idées sont trop puissantes pour être enfermées dans un bâtiment, fussent-ils en verre et en béton.

# Büros >

«Black and White Cat» - Moritz Kindler



# No Logo for Old Brands

Dans le monde du design graphique et du branding, le minimalisme a longtemps été synonyme d'élégance et de modernité. Mais à force d'épurer, ne risque-t-on pas d'effacer toute singularité ? C'est ainsi qu'est né le terme blanding, contraction de bland (fade) et branding, pour désigner cette tendance où les marques finissent par toutes se ressembler.

Il y a peu, chaque marque avait une identité visuelle forte et reconnaissable. Des logos travaillés, des polices uniques, des couleurs impactantes. Puis est venu le tournant du design «flat» et minimaliste. Un bon exemple est le rebranding de marques de luxe comme Burberry, Jaguar ou Yves Saint Laurent : exit les typographies sophistiquées, place aux lettres sans empattement, noires sur fond blanc.

Résultat ? Une homogénéisation qui rend ces identités interchangeable.

Le blanding ne vient pas de nulle part. Cette uniformisation trouve ses origines dans plusieurs facteurs. D'une part, la lisibilité et l'accessibilité ont poussé les designers à simplifier les visuels pour garantir une adaptation optimale sur tous les supports, qu'il s'agisse d'écrans de smartphones ou d'affiches grand format. Ensuite, la globalisation joue un rôle clé : un logo trop ancré dans une culture ou une époque spécifique peut freiner l'expansion internationale d'une marque, qui privilégiera alors une identité plus neutre et universelle. Parmi les facteurs ayant accéléré cette évolution, l'influence des start-ups, qui ont popularisé un style épuré et homogène, a progressivement influencé les marques historiques désireuses de rester en phase avec les tendances..

Si le minimalisme avait initialement pour but d'améliorer la lisibilité et l'impact d'une marque, il est aujourd'hui poussé à l'extrême. On assiste à une perte de caractère, où des marques historiques adoptent un style visuel interchangeable.



Ancien logo de Jaguar

Nouveau logo de Jaguar

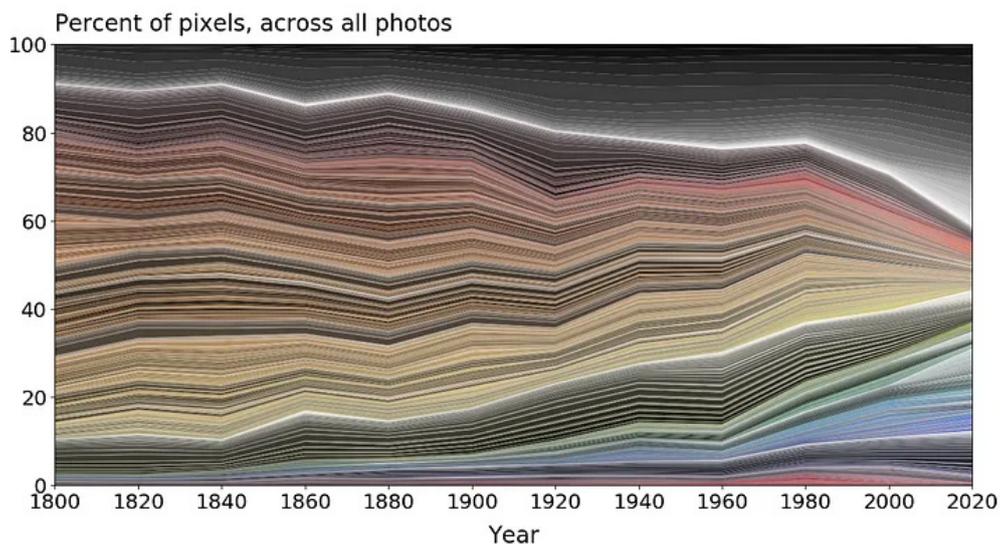
Le consommateur peine à distinguer une enseigne de mode d'une fintech ou d'une start-up SaaS.

Heureusement, certaines marques commencent à réagir en réintroduisant de la personnalité dans leur identité visuelle. Par exemple, Burger King a opéré un retour à une identité plus chaleureuse et rétro, en s'inspirant de ses logos des années 70. Même la banque Monzo, malgré son approche minimaliste, mise sur une couleur audacieuse pour se démarquer.

Cependant, si les formes et les couleurs s'effacent des identités de marque, le storytelling, lui, prend de plus en plus de place. Les entreprises compensent par des récits forts et engageants. Plutôt que de se différencier par leur logo, elles cherchent désormais à captiver leur public avec des narrations fortes, des valeurs affirmées et des campagnes publicitaires plus émotionnelles.

Ce phénomène d'uniformisation ne se limite pas au branding, il s'étend également à notre environnement quotidien. Dans la mode, les années 80 étaient caractérisées par des palettes flamboyantes, notamment avec l'essor des couleurs fluorescentes qui symbolisaient l'insouciance et l'exubérance de l'époque. Aujourd'hui, ces teintes audacieuses ont laissé place à des nuances plus neutres et discrètes, traduisant une certaine sobriété contemporaine.

Une étude menée par le Science Museum Group a analysé plus de 7 000 objets du quotidien et mis en évidence une augmentation notable des teintes grises au fil du temps, accompagnée d'une diminution des bruns et des jaunes. Ce changement est attribué à l'évolution des matériaux, notamment le passage du bois aux plastiques, reflétant une transformation des préférences esthétiques vers des tons plus neutres.



# Hiroshi Sugimoto

Le minimalisme ne se limite pas au design ou à l'architecture. Il existe aussi en photographie où l'épure devient une manière de révéler l'essentiel. Hiroshi Sugimoto est l'un des maîtres de cette approche, un photographe qui travaille avec le temps comme d'autres travaillent avec la matière.

Né en 1948 à Tokyo, Sugimoto développe très tôt un regard épuré, influencé par l'esthétique zen et l'art conceptuel. Son travail repose sur une idée simple mais puissante : en réduisant les éléments d'une image à leur stricte nécessité, il en décuple la portée.

Ses séries emblématiques, comme *\*Seascapes\**, capturent l'océan et le ciel en une composition épurée où seuls la lumière et l'horizon subsistent. Aucun détail superflu, aucune distraction : juste l'essence d'un paysage, intemporel et universel. Le résultat est une photographie où le vide devient sujet, où le minimalisme atteint une forme presque spirituelle.



North Atlantic Ocean Cape Breton Island - Hiroshi Sugimoto

Dans \*Theaters\*, Sugimoto pousse encore plus loin cette réduction à l'essentiel. Il photographie des salles de cinéma avec des poses longues équivalentes à la durée entière du film. À la fin, seul un écran blanc subsiste, irradiant un espace figé. Ce processus transforme une image en une abstraction lumineuse, où le minimalisme devient une façon de condenser le temps en un seul instant.

Le travail de Sugimoto montre que le minimalisme en photographie n'est pas qu'une question de forme, mais aussi de fond. Il ne s'agit pas seulement d'enlever, mais de révéler. Chaque cliché propose une méditation sur le passage du temps, une exploration de l'éphémère dans un cadre rigoureusement construit.

L'impact de Sugimoto dépasse la photographie. Ses images influencent le design, l'architecture et même l'interface numérique. L'utilisation du vide, de la lumière et des formes simples dans son travail trouve un écho dans les principes du design minimaliste contemporain.

Sugimoto nous rappelle que le minimalisme n'est pas seulement un style, mais une philosophie. À travers ses compositions, il nous invite à ralentir, à observer et à nous perdre dans l'essentiel.



Cabot Street Cinema, Beverly, Massachusetts - Hiroshi Sugimoto

# Simplicité et accessibilité vs perte d'identité

Le minimalisme a transformé le design d'interface en une quête d'efficacité et de clarté. En UX/UI, «less is more» n'est pas qu'un principe esthétique, c'est une règle quasi sacrée : interfaces épurées, polices lisibles, palettes neutres, animations discrètes. L'objectif est clair : rendre la navigation fluide et intuitive, en supprimant tout ce qui pourrait ralentir ou distraire l'utilisateur. Mais à force d'épurer, n'a-t-on pas aussi gommé toute singularité ?

Derrière le minimalisme en UX/UI se cache une volonté louable : celle de simplifier la vie des utilisateurs. Une interface surchargée d'éléments graphiques ou d'interactions inutiles peut vite devenir une source de friction cognitive. En appliquant des principes comme la loi de Hick (réduire le nombre d'options pour diminuer le temps de décision) ou la loi de Fitts (optimisation de la taille et de la position des boutons pour une meilleure accessibilité), on améliore la rapidité et la compréhension. Google et Apple ont montré que l'efficacité passe souvent par la sobriété visuelle et fonctionnelle.

Mais cette approche a aussi ses limites. L'uniformisation des designs entraîne une perte d'identité. Aujourd'hui, la majorité des sites et applications adoptent des grilles ultra-standardisées basées sur le modèle 8pt grid, des polices neutres type Inter ou Roboto, et des palettes pastel interchangeableables. Si tout est optimisé pour être fonctionnel, qu'en est-il du caractère et de l'émotion ? L'expérience utilisateur ne se résume pas à l'ergonomie, elle doit aussi marquer les esprits et susciter l'engagement.

Si le minimalisme est bien maîtrisé, il renforce la lisibilité et l'accessibilité. Mais lorsqu'il est poussé à l'extrême, il peut poser problème. Prenons l'exemple des interfaces ultra-simplifiées où trop peu d'éléments visuels guident l'utilisateur. Un bouton sans affordance claire, une hiérarchie typographique trop subtile, une suppression excessive des contrastes au nom du «flat design»... autant de choix qui peuvent nuire à la compréhensibilité de l'interface.

## Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Portez ce vieux whisky au juge blond qui fume

## Inter Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Portez ce vieux whisky au juge blond qui fume

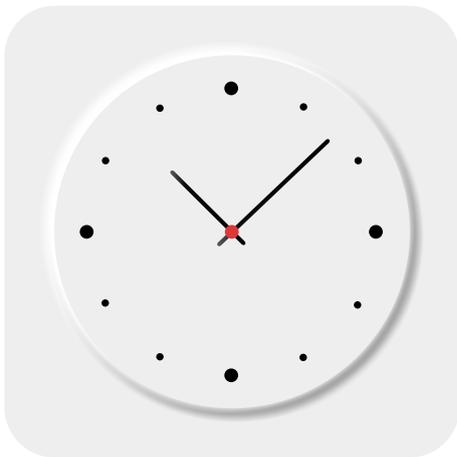
L'UX minimaliste peut également devenir contre-intuitive.

Un cas emblématique est celui des interfaces en «mode fantôme», où les actions ne sont pas évidentes. L'usage excessif des ghost buttons (boutons aux contours fins et sans fond visible, rendant leur fonction de bouton moins évidente), des placeholders à faible opacité en guise de champs de saisie ou encore des icônes dépourvues de labels textuels conduit à une baisse de la discoverability (capacité d'un utilisateur à comprendre intuitivement les fonctionnalités disponibles). En réduisant l'interface à ses éléments les plus abstraits, on oublie parfois que la clarté ne signifie pas invisibilité.

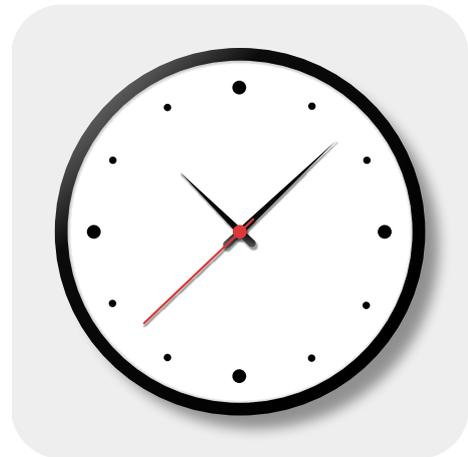
Certains designers commencent à réintroduire de la personnalité dans leurs interfaces sans sacrifier la simplicité. Plutôt qu'un minimalisme froid et clinique, ils explorent des typographies plus audacieuses (Variable fonts, serif réintroduits), des contrastes renforcés et des micro-animations engageantes qui améliorent l'expérience sans la surcharger. Des entreprises comme Notion ou Stripe montrent qu'on peut être sobre tout en conservant une vraie identité graphique.

On observe également un retour vers des principes comme le skeuomorphisme (utilisation d'éléments visuels imitant des objets réels) revisité, où certaines textures et ombres subtiles réapparaissent pour améliorer la perception des éléments interactifs. Les neumorphic designs (une variante du skeuomorphisme qui joue avec des ombres douces pour donner un effet de relief) et les interfaces légèrement tactiles offrent un compromis entre lisibilité et identité visuelle.

Finalement, la question n'est pas de savoir si le minimalisme est bon ou mauvais, mais jusqu'où il peut être poussé sans dénaturer l'expérience. Un design efficace ne doit pas seulement être fonctionnel : il doit aussi raconter une histoire et susciter une émotion. L'avenir de l'UX/UI ne réside donc peut-être pas dans un minimalisme absolu, mais dans un équilibre subtil entre clarté et caractère, où l'optimisation ne se fait pas au détriment de l'âme d'une interface.



Neumorphic design



Skeuomorphisme design

# Et ensuite ?

Le minimalisme a évolué au fil des décennies, influençant aussi bien l'art contemporain que le design numérique. Mais quelle est la prochaine étape pour cette esthétique ?

Dans l'art, le minimalisme des années 60 et 70 a marqué une rupture avec l'expressivité figurative. L'art conceptuel a prolongé cette logique en affirmant que l'idée primait sur la forme, ouvrant la voie à des œuvres où la présence matérielle devient secondaire.

Aujourd'hui, cette influence se retrouve dans les expériences immersives du numérique, où l'interaction et l'intention prennent parfois le pas sur l'objet lui-même.

Dans le design digital, les interfaces sont devenues de plus en plus épurées, suivant les principes du flat design et du material design.

Mais face à cette standardisation, une nouvelle tendance commence à émerger : le post-minimalisme digital. Des plateformes comme Notion ou Stripe réintroduisent des éléments de personnalité tout en conservant une structure simple et efficace.

De même, l'essor de la 3D et des interfaces tactiles redonne une place à la texture et à la profondeur, contrastant avec l'austérité du minimalisme strict.

L'avenir du minimalisme ne sera peut-être pas son abandon, mais son adaptation. Un design qui conserve la clarté et la simplicité, tout en réintégrant des éléments expressifs et distinctifs pour éviter l'écueil de l'uniformisation.



«Back in Your Own World» - Thomas de Franzoni

# Bibliographie

## Pour aller plus loin

Ubunzo. (s.d.). Skeuomorphism vs. Neumorphism: Design Evolution. Ubunzo.  
<https://www.ubunzo.com/blog-posts/skeuomorphism-vs-neumorphism-design-evolution>

Science Museum Group. (2020). Colour & Shape: Using Computer Vision to Explore the Science Museum. Science Museum Group.  
<https://go.25magazine.fr/KoBMDP>

Sugimoto, H. (s.d.). Hiroshi Sugimoto Official Website.  
<https://www.sugimotohiroshi.com/>

Fraenkel Gallery. (s.d.). Hiroshi Sugimoto. Fraenkel Gallery.  
<https://fraenkelgallery.com/artists/hiroshi-sugimoto>

BALO. (2020, 10 dec.). Pourquoi tous les logos se ressemblent ? (mort du graphisme ?) [Vidéo]. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=ToLFJ5kdXj0>

CXL. (s.d.). Ghost Buttons: The Good, The Bad & The Conversion-Killing. CXL.  
<https://cxl.com/blog/ghost-buttons/>

25 est un journal qui se veut collaboratif, et nous serions ravis de recevoir vos contributions.

Si vous avez un texte ou une réaction à partager, envoyez-nous simplement un fichier et vos sources (.txt, .odt, .doc, .docx, etc.) ou juste un mail, à notre adresse : [contact@25magazine.fr](mailto:contact@25magazine.fr).

N'oubliez pas de nous indiquer votre nom ou le pseudonyme sous lequel vous aimeriez être publié.

Nous sommes toujours ravis de lire vos retours, votre avis nous aide à nous améliorer continuellement !

Merci de faire partie de notre communauté !



Rédaction : Cédric Georgel

Relecture : Hana

Relecture : Marie Lefebvre

[contact@25magazine.fr](mailto:contact@25magazine.fr)