

# Formidable !



Être formidable, c'est être « capable de la forme ». La physique quantique a permis de redécouvrir l'impact des formes sur la psyché. L'être formidable est celui qui est capable de donner forme à sa pensée si bien que tous la perçoivent et l'apprécient.

**A**utrefois impressionnants et même craints pour leur efficacité psychique, les gens formidables sont aujourd'hui plutôt appréciés pour leur rayonnement matérialiste. Une sorte de contradiction semble planer sur ce mot, qu'il faut clarifier : être formidable, c'est, étymologiquement, être capable de formaliser, construire une forme compréhensible du sens que l'on souhaite partager avec autrui. Être reconnu comme formidable, quel bonheur !

## Les ondes dues à la forme

Dans l'univers, tout est lié et résulte de proportions géométriques. Toutes les formes interfèrent les unes avec les autres. La physique quantique révèle que le seul fait d'observer un phénomène suffit à en transformer la réalité instantanée<sup>1</sup>. Ainsi, lorsque nous conscientisons du sens sur une forme, il en résulte une information non mesurable<sup>2</sup> dont les neutrinos<sup>3</sup> sont les médias. Seul leur effet est

biochimiquement<sup>4</sup> observable. Chez l'homme, l'interprétation a lieu au niveau de l'épiphyse, une glande endocrine aussi appelée « pinéale ». Située au milieu du cerveau, elle sécrète aussi la sérotonine, hormone dite « de la joie »<sup>5</sup>.

## Géométrie sacrée

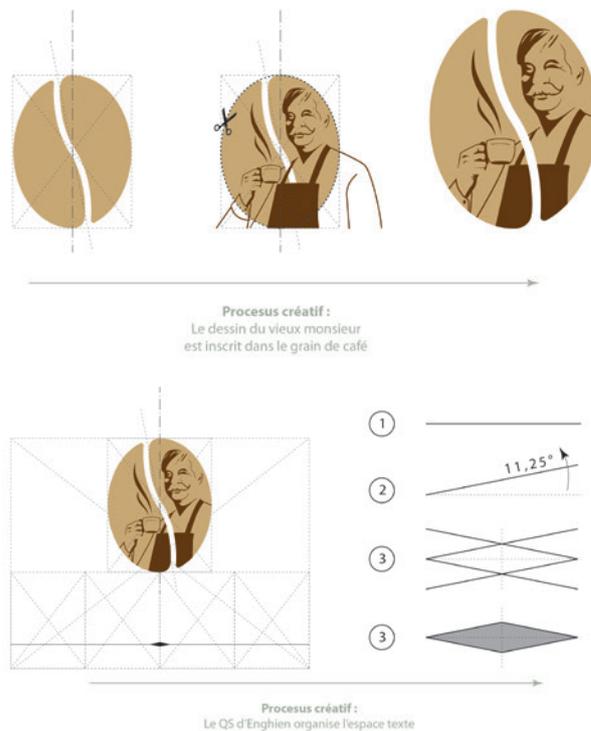
Science des formes, la géométrie est dite « sacrée » lorsqu'elle s'intéresse à la biosphère, c'est-à-dire à toutes les interactions de l'« Unis-vers ». Tout est lié à tout, humanité incluse. Depuis 40 000 ans si l'on considère les dessins aborigènes d'Australie<sup>6</sup>, et une centaine de siècles à Lepenski Vir<sup>7</sup>, l'homme utilise la forme pour s'harmoniser avec l'univers et donc avec lui-même. La géométrie sacrée utilise des formes observées<sup>8</sup> ou créées<sup>9</sup> pour des applications aussi variées que l'urbanisme, l'architecture ou le dessin. Sa pratique est mondialement homogène parce qu'elle est l'application naturelle de l'harmonie du vivant<sup>10</sup>. Le Conservatoire national des arts et métiers de Paris (CNAM)<sup>11</sup> présente à l'œil attentif une infinité

\* Académie du Sens, Le Ciel Pour Toit

d'applications de géométrie sacrée, des dessins et proportions de l'église du XII<sup>e</sup> siècle aux tracés directeurs de l'architecture métallique du XX<sup>e</sup> siècle, de la gourde à gaz de Lavoisier frappée de la graine de vie à l'usinage de pièces mécaniques dont la qualité et la durabilité sont inspirées des corps platoniciens. Le design y est roi, mais qu'ont en commun ces marques et pièces de musée ?

## Média du sens

Les médias sont des ponts pour les cinq sens et la géométrie sacrée est le média du sens. Pour porter tous les médias, et donc celui du sens, la marque agit tel un masque, un média dont le rôle est moins de dissimuler le visage que de révéler « une essence présente derrière l'existence qu'il recouvre. [...] Créer une marque n'est pas [qu'] un simple processus technique. Les meilleures marques naissent de la créativité et encore plus de l'obsession d'un créateur, au point que son nom même peut se transformer en marque : Citroën, Dior, Chanel, Yves Saint Laurent nous rappellent tout l'archétype du héros fondateur ou demiurge créateur d'où naissent toutes les marques. [...] Même si les logos des marques se transforment avec le temps, ils gardent toujours une référence à leur origine, comme les chevrons pour Citroën, la pomme pour Apple... [...] Pour qu'une marque ait de l'impact durablement, elle doit acquérir la puissance du masque »<sup>12</sup>. Les techniques de la géométrie sacrée deviennent opérantes si elles sont adossées à une intention claire. Steve Job, le fondateur d'Apple, a compris que sa jeune entreprise ne survivrait qu'en étant très rapidement compétitive à l'international. Il devait donc éviter le dédale des processus opérationnels qui l'entravaient. Son slogan *Think different* indique qu'il contourna les problèmes (le dédale) et n'hésita pas à croquer dans la « pomme de la



### Extraits du processus créatif d'un logo réalisé par Le Ciel pour Toit pour un torrificateur

connaissance » (comme Ève !). En cela, il s'est conformé aux règles de la géométrie sacrée. Ce choix spirituel et quantique était hardi : donner sa préférence au respect des différences qui rassemblent et enrichissent plutôt qu'à un modèle de société basée sur le cloisonnement et la séparativité<sup>13</sup> étant non seulement visionnaire, mais de nature à faire évoluer les mentalités d'une époque.

## Relatif et absolu

Une intention peut-elle durablement prendre corps si elle et son porteur ne sont pas correctement enracinés dans la vie ? Est-il sérieux de financer une start-up sans lui assurer l'enracinement physique qui permettra aux fondateurs de s'investir dans l'innovation ? Une grande entreprise lance-t-elle un produit sans lui assurer un solide contexte de développement ? Envisageant les huit techniques de la géométrie du sens, aussi dite « sacrée »<sup>14</sup>, communément utilisées de par le monde, je me suis interrogé dans *La Force de la forme*<sup>15</sup> sur la disparition de la moitié d'entre elles au cours des deux derniers siècles. Quatre techniques de géométrie sacrée permettent d'activer des énergies relatives au lieu, dont nous savons tous qu'il est nécessaire au lien<sup>16</sup>, quel qu'en soit la nature. Les coordonnées d'un lieu se mesurent par rapport à la Terre et à sa position vis-à-vis du Soleil et

1 - Lire la littérature relative à l'influence de l'observateur sur les résultats d'une expérience en physique quantique.

2 - Même René Descartes conviendrait aujourd'hui de l'impossibilité d'expliquer l'irrationnel par un raisonnement rationnel.

3 - Particule élémentaire de notre univers, dont plusieurs milliards nous traversent à chaque instant (Nobel 2015).

4 - « Transmutation et réactions chimiques » in Laurent Souriau, Les Ondes de forme vues par un physicien, Servranx Éditions et Laboratoires, p. 70.

5 - La peur, la colère et la tristesse sont les trois émotions qui entravent l'accès à la joie.

6 - Voir la vidéo Le Rêve brisé des Aborigènes : [youtube.com/watch?v=Exgot1SPc1Y](https://youtube.com/watch?v=Exgot1SPc1Y)

7 - En Serbie.

8 - Pi (3,14), le nombre d'or ou Phi (1,61), la fleur de vie.

9 - Symboles, nombres, trames, module, quadrilatère solsticial.

10 - Les tentatives déviantes telles la croix gammée qui s'inspire de la Swastika, répandue sur toute la Terre, s'achèvent inéluctablement dans le chaos.

11 - arts-et-metiers.net.

12 - Fernand Félix Schwarz, Le Sacré camouflé, éditions Cabédita, 2014, p. 72-73.

13 - Droite/gauche, riche/pauvre, pensée unique...

14 - Absolues : Phi (Φ), pi (π), mandala, trames. Relatives : symbole, module, trame et quadrilatère solsticial.

15 - Philippe Blot-Lefevre, La Force de la forme, géométrie sacrée, Le ciel pour toit.

16 - [cairn.info/revue-cahiers-critiques-de-therapie-familiale-2006-2-page-9.htm](http://cairn.info/revue-cahiers-critiques-de-therapie-familiale-2006-2-page-9.htm).

## L'harmonie fait précisément la différence de ressenti pour un individu entre un lieu sacré et un lieu profane et déconnecté.

de la Lune. L'approche quantique nous aide à comprendre que la géométrie du sens s'est dédouanée de l'astrologie en travaillant sur la vibration « relative » du lieu et plus précisément à partir de sa latitude. Ainsi sont nées différentes techniques de mesure parmi lesquelles la coudée locale, égale à 1/40 000 000<sup>e</sup> de la circonférence terrestre, soit un mètre à l'équateur et 0,6580 mètre à Paris.

Le XIX<sup>e</sup> siècle se devait de normaliser les mesures pour faciliter les échanges d'information entre l'industrie naissante et ses donneurs d'ordres distants. La pratique de la géométrie du sens s'est donc réduite aux techniques dites « absolues », qui, s'appuyant sur des données normalisées, affranchissent les professionnels de fastidieuses conversions mathématiques. On a gagné un peu de temps, mais on a perdu l'harmonie avec le lieu ! Harmonie qui précisément fait la différence de ressenti pour un individu entre un lieu sacré, c'est-à-dire porteur d'harmonie collective, et un lieu profane et déconnecté, comme le sont malheureusement les halls de gares. Et pourquoi, forts de l'informatique actuelle, ne construirait-on pas des gares harmonieuses ? Pourquoi ne viendrions-nous pas aux locaux, logos, packagings et présentoirs idéaux pour la biosphère ?

### Formidable

Depuis son emménagement à l'angle des avenues des Champs-Élysées et George-V, la marque Louis Vuitton a modifié la façade de l'immeuble dans lequel elle s'est installée en y sculptant des fleurs de vie<sup>17</sup>. La marque utilise ce mandala pour « vibrer » son message d'harmonie avec l'ensemble de la nature, et donc l'humain. La fleur de vie et ses divisions (la graine de vie des pharaons à Abidos, et la vesica piscis) figurent sur de très nombreux objets et sites célèbres<sup>18</sup>. Citons l'une des sphères des lions de l'entrée de la Cité interdite, les mosaïques de nombreuse églises et



Gourde à gaz, en cuir huilé, de Lavoisier, La Fleur de Vie y est incrustée pour préserver les vibrations originelles et naturelles

temples tels Saint-Sernin à Toulouse et la medersa Ben-Youssef à Marrakech, et du côté des marques, les logos de Chanel (calqué sur l'épingle à cheveux de Catherine de Médicis), de Mastercard, de Gucci, de la TWA, du tabac Kool, etc. Dans l'intention d'enraciner sa marque et de matérialiser ses idées originales pour mieux les transformer jusqu'au « fruit idéal », Georges Vuitton a utilisé la technique des nombres. Cette technique de la géométrie du sens permet d'utiliser le cycle des saisons dans la formalisation des intentions<sup>19</sup> du créateur ; résultat : 140 ans de croissance « *all over the world* » ! Aujourd'hui, pour formaliser l'intention d'une marque ou d'un produit, pour créer ou faire évoluer un logo dans la continuité, nous nous inspirons des travaux de Carl Gustav Jung<sup>20</sup>, auxquels nous adossons celles nécessaires des huit techniques de la géométrie du sens. Trois à cinq itérations sont

généralement nécessaires à la révélation du « sens partagé » désiré d'un projet ; concrètement ouvert à la biosphère !

Toutes les marques ayant acquis une obédience mondiale et la plupart des entreprises qui ont fêté leur cinquantenaire mettent en jeu cette géométrie du sens dans leur logo, leur packaging et leur mise en page. Ni les Américains (Ford, Coca-Cola, General Electric... Apple, Twitter...) ni les Européens ne se cachent, comme c'est trop souvent le cas en France, d'utiliser la force des « tracés régulateurs ». Pourquoi le leader mondial Tetra Pack remplit-il la moitié des vitrines dédiées aux marques du musée des Arts et Métiers<sup>21</sup> ? Comment cette même entreprise réussit-elle autant de paris sociaux (23 000 collaborateurs dans 165 pays), marketing (à nouveau primée au Forum international du design d'emballage en 2014), et économiques (une augmentation de 12 milliards d'euros de son chiffre d'affaire en 2015) de par le monde depuis 1943 ? Parce que ses produits « formalisent » son intention de « protéger ce qui est bon »<sup>22</sup>. ■

17 - [wikipedia.org/wiki/Fleur\\_de\\_Vie](http://wikipedia.org/wiki/Fleur_de_Vie).

18 - 85 % des sites les plus touristiques de la planète utilisent au moins trois des huit techniques de géométrie sacrée citées ici.

19 - Enraciner l'entreprise, lui donner la pérennité et transformer ses inventions en fruits idéaux.

20 - [cgjung.net/qui.htm](http://cgjung.net/qui.htm).

21 - [arts-et-metiers.net/musee/emballages-alimentaires-linnovation-est-dans-la-boite-o](http://arts-et-metiers.net/musee/emballages-alimentaires-linnovation-est-dans-la-boite-o).

22 - « Les aliments, les individus et l'avenir » : [tetrapak.com/fr/about/protects-whats-good](http://tetrapak.com/fr/about/protects-whats-good).