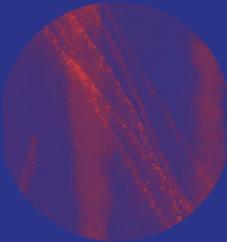
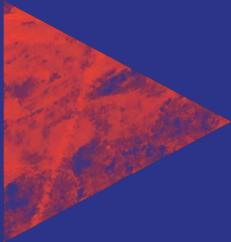
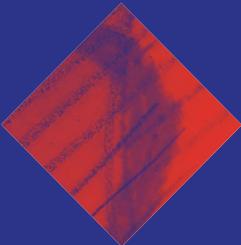
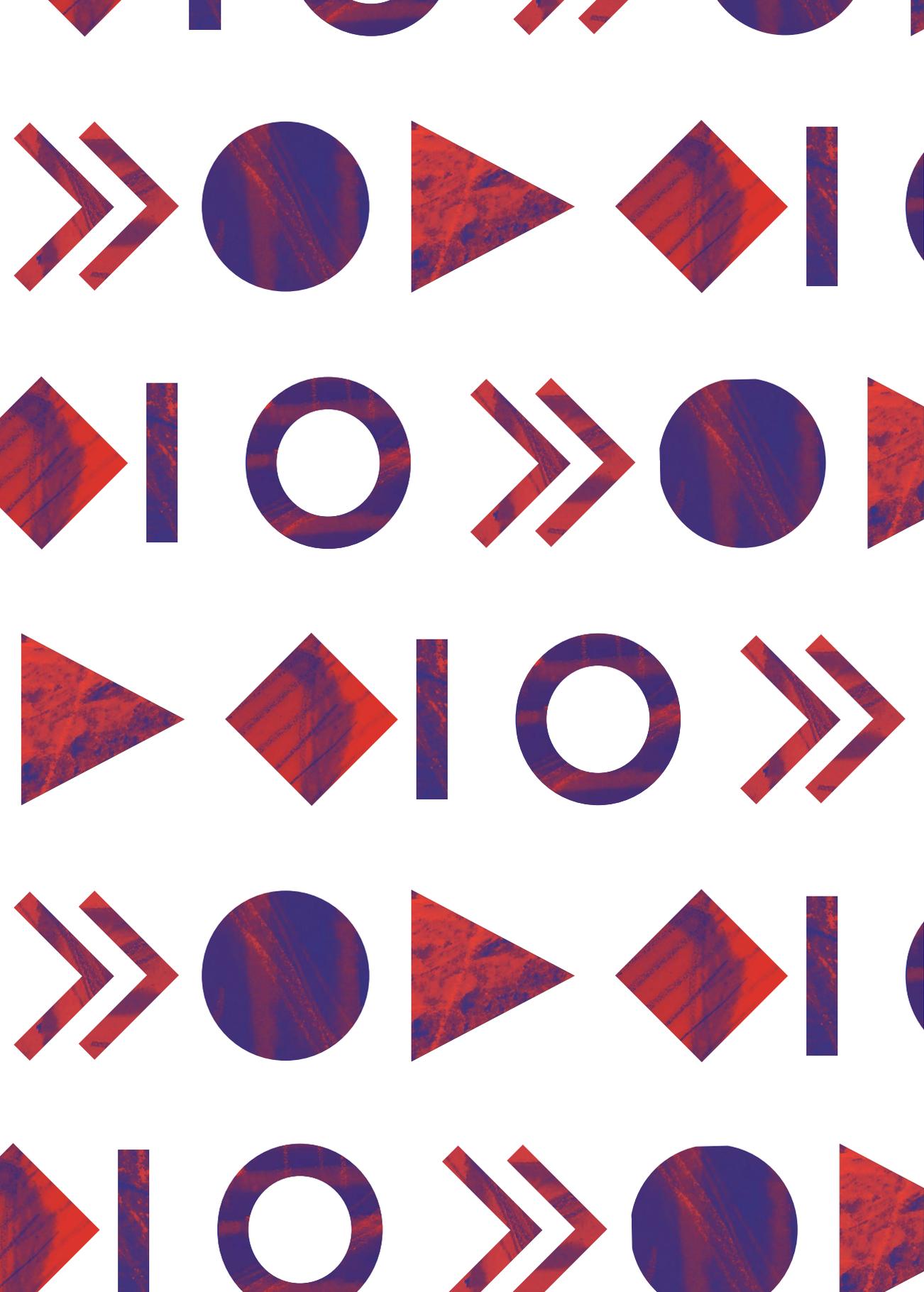


Design 
graphique
   et
espaces
  publics

Louise Lunel
Master 2
Design graphique
communication
et édition - 2021

**Design
graphique
et
espaces
publics**



Je souhaite remercier ma directrice de mémoire Madame Lucie Ling, pour ses éclaircissements et suggestions opportunes durant la rédaction de mon mémoire.

Je suis également reconnaissante envers mes responsables de formation professionnelle, Monsieur Olivier Subra et Monsieur François Malbezin, qui ont contribué à alimenter ma réflexion.

10 Introduction**16 De la spécificité de l'espace public à l'intégration du design graphique**

- 18 Analyse de l'espace pour aller vers le graphisme
- 24 Les besoins des usagers dans un espace public
- 34 Les différents concepts et les différentes mises en œuvre du design graphique, dans ces espaces

48 Le rôle du designer graphique au sein des espaces publics

- 50 Le Projet Professionnel Personnel comme support d'expérimentation graphique
- 64 Les problèmes de communication et les solutions envisagées
- 72 Les enjeux du métier

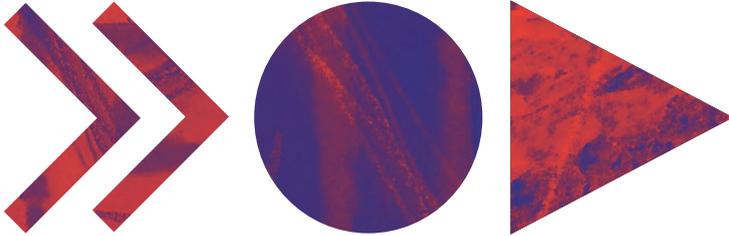
78 Évolution du design graphique dans les espaces publics

- 82 Apport des nouvelles technologies
- 96 Les limites des nouvelles technologies

105 Conclusion**108 Bibliographie**

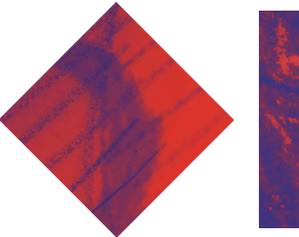
Design

graphique



et

espaces



publics



Design de service : Il s'agit d'une discipline du design, qui crée un service centré sur les besoins de l'utilisateur.

Espace public : Un espace public est un espace urbain, accessible et destiné à tous.

Expérience utilisateur : L'expérience utilisateur correspond au ressenti de l'utilisateur sur des interfaces numériques.

Geolocalisation : La géolocalisation désigne « un ensemble de techniques employées pour localiser, sur un plan ou une carte numérique, un objet ou un individu en fonction de ses coordonnées géographiques. », (Selon le *lejournaldunet.fr*, 2019).

Institution publique : Une institution publique est « un ensemble des formes ou des structures politiques, telles qu'elles sont établies par la loi ou la coutume et qui relèvent du droit public », (Dictionnaire en ligne Larousse).

Logiciel PAO : Ce sont des logiciels de publication assistée par ordinateur, ils permettent la création et la mise en page de documents d'édition, sur l'ordinateur. (comme par exemple : Les logiciels de la suite Adobe).

Sémiologie : La sémiologie est une « science qui étudie les systèmes de signes (langage et autres systèmes) », (Dictionnaires en ligne, Le Robert).



« Le design a le pouvoir de rendre familier l'étrange et l'étrange familier »

Nathalie Joulin, Les coulisses des nouveaux produits, 2002

Extrait de Volgaire Yves, Quand c'est un designer, Université de Nîmes, 2020

Nathalie Joulin met l'accent sur une compétence clé du designer graphique. En effet, au début de la création du métier de designer, l'une de ses qualités primordiales était de rendre familier, homogène, simple, lisible, ce qui apparemment ne l'était pas.

Puis à la fin des années soixante-dix, c'est la naissance des premiers ordinateurs et le début de l'ère numérique. L'ordinateur change considérablement nos modes de vie et nos rapports à l'espace et au temps. On observe ainsi dans le domaine de l'image et de la communication, de plus en plus de contenu numérique. Les interfaces digitales, sont en mouvement, elles suivent leurs propres temporalités d'affichage et de déplacement, grâce à des jeux d'apparitions et de disparitions à l'écran. Le numérique génère également des actions de la part du lecteur, en termes de navigation (clic, survol de la souris, défilement etc). De plus, la programmation numérique, permet d'afficher les informations presque immédiatement. Ainsi, d'une lecture linéaire nous passons à une lecture dynamique, interactive et immédiate.

Les mutations technologiques nous ont aussi permis d'accéder à une grande source d'informations que nous pouvons à tout moment modifier, incorporer, partager, recevoir et ceci sans difficulté avec rapidité. De plus, l'accroissement des médias visuels, comme les réseaux sociaux, habitue le public à lire des images, dès l'enfance. On retrouve ainsi une production abondante dans le secteur de la communication qui offre le meilleur mais aussi le pire gratuitement et rapidement. Ainsi dans un marché désormais saturé, **il faudra à présent rendre étrange le familier**. Le designer devra créer de nouveaux produits, services plus singuliers qui se distinguent. Désormais, on demandera au designer d'étonner, de renouveler, sa qualité la plus demandée deviendra alors la créativité.

Cette créativité propre au designer peut notamment apporter une contribution originale à l'élaboration des politiques publiques. C'est de ce constat qu'est né le design de service public. Il permet de repenser les procédures, les modes de décision des pouvoirs publics tout en prenant en compte les évolutions des comportements et attentes des usagers. Par exemple, le design de service peut contribuer à l'amélioration de la ville et notamment de ses espaces publics. On observe notamment de nombreuses problématiques urbaines et sociales, au niveau des espaces publics de transitions. Il s'agit de lieux de passages publics, où les usagers ne restent qu'un moment et ont un objectif bien précis : Prendre un avion, faire la visite d'une exposition, etc.

Le théoricien Marc Augé nous livre notamment une vision plus critique, de ces espaces de transition qu'il nomme « Non-lieu », dans son ouvrage *Non-lieux, Introduction à une anthropologie de la surmodernité* (1992). Selon Marc Augé, les « non-lieux » sont des espaces « non-symbolique », « non-anthropologique ». L'homme ne vit pas et ne s'approprie pas ces espaces avec lesquels il a plutôt une relation de consommation. L'usager du « non-lieu » circule alors de manière anonyme et en solitaire en vue simplement de réaliser son objectif.

Un procédé du design graphique, comme la signalétique par exemple, permet justement d'aider l'usager à réaliser son objectif dans un « non-lieu ». La signalétique agit comme un signallement, une description qui oriente et informe l'usager facilement. Elle prend la forme de code visuel (des chiffres, des mots, des symboles, des pictogrammes) et s'immisce dans l'architecture (sur les murs, le sol, les panneaux etc). La signalétique, via ce cheminement codifié, permet ainsi de lier, plus ou moins inconsciemment, l'expérience corporelle d'un usager à un lieu. La signalétique permet également de rassurer l'usager, elle lui procure une expérience sécurisante, confortable, dans des lieux parfois sources de stress (comme une gare par exemple, qui possède de nombreuses contraintes horaires). Ainsi ces différents processus de création du design, comme la signalétique, permettent d'accompagner le secteur public dans une réflexion sur les évolutions et les transformations de ses espaces publics.

Cependant, les institutions publiques qui suivent un modèle administratif, bien installé depuis des années, peuvent éprouver des difficultés à dépasser les routines et à intégrer de nouvelles démarches créatives au sein des espaces publics. Elles peuvent alors brider la créativité du designer. Ainsi, pour pouvoir transformer les pratiques des institutions publiques durablement, le designer doit aller au-delà de la créativité du design. Il doit pouvoir montrer qu'il contribue véritablement à la modernisation des espaces publics.

Dans mon mémoire je souhaite donc traiter du lien entre le design graphique et les espaces publics. Nous mettrons en lumière le rôle du designer graphique dans l'optimisation d'une communication visuelle au service des usagers d'espaces publics.

Dans ma démarche analytique, j'aborderai plusieurs notions clés. Tout d'abord la notion de « Design ». Étymologiquement, design, « provient du mot français "dessin" qui signifiait à la fois "dessin" et "but" » (d'après Alain Rey dans son dictionnaire historique de la langue française, 1992). Le design est un processus de création, il symbolise le fait de dessiner et de concevoir en fonction d'un plan, d'une intention, d'un dessin.

Le design graphique est notamment une spécificité de la méthodologie du design. Selon le CNRTL (Centre national de ressources textuelles et lexicales), le terme graphisme provient du mot graphique (en grec : *graphicos*), il s'agit de la « *Manière de tracer des lignes, des courbes, souvent envisagée d'un point de vue esthétique* ». Ainsi le graphiste, intervient comme le spécialiste des arts graphiques, il compose des formes, des signes visuels, (comme la typographie, les images, les couleurs) afin de les transposer sur des supports de communications, dédiés à une commande précise. Par exemple, pour mon projet professionnel personnel, je m'inspire de l'architecture du musée **Les Abattoirs de Toulouse**, afin de créer une identité visuelle ainsi qu'un système graphique pour le musée. Je collecte des formes, des traces, des variations de lignes, d'angles, des textures, des matières que l'on peut observer dans l'architecture du musée. Puis ces échantillons plastiques, je l'ai réinvesti numériquement, (avec de la typographie, de la couleur...) afin de les intégrer à des supports de communication visuelle (logotype, signalétique, brochure). Cependant, le design graphique n'a pas qu'un objectif esthétique, dans les espaces publics notamment, il joue plusieurs rôles fonctionnels : il informe, guide, rassure, promeut, communique, identifie.

En tant que designer graphique, cette recherche me permettra de voir comment le designer a su se réinventer face aux évolutions de la société et l'arrivée de l'ère numérique. Je trouve pertinent également, d'analyser les moyens, les mises en œuvre qu'utilise le designer pour livrer un message de qualité devant l'abondance des informations visuelles. Cette étude me permet également de soulever des questions sur la posture politique du designer graphique. Comment ce dernier peut-il collaborer avec les pouvoirs publics, au service de l'intérêt général ?

Ainsi, nous pouvons nous demander :

Dans quelle mesure le designer graphique va-t-il chercher à valoriser la communication visuelle dans des espaces publics pour optimiser l'expérience des usagers ?

Cette problématique me permettra de soulever de nombreuses interrogations.

D'une part : Quels types de langage graphique sont utilisés dans les espaces publics ? Comment sont-ils choisis ? Est-ce qu'il y a des formes, des signes visuels spécifiques aux espaces publics ?

Et d'autre part : Quel est l'objectif du design graphique lorsqu'il est utilisé dans les espaces publics ? Est-ce que le graphisme a un impact sur l'espace et sur les usagers ? Quelles évolutions ont permis le graphisme, sur la relation des usagers aux espaces publics ? Ou encore comment le designer définit son rôle au sein de cet espace public ?

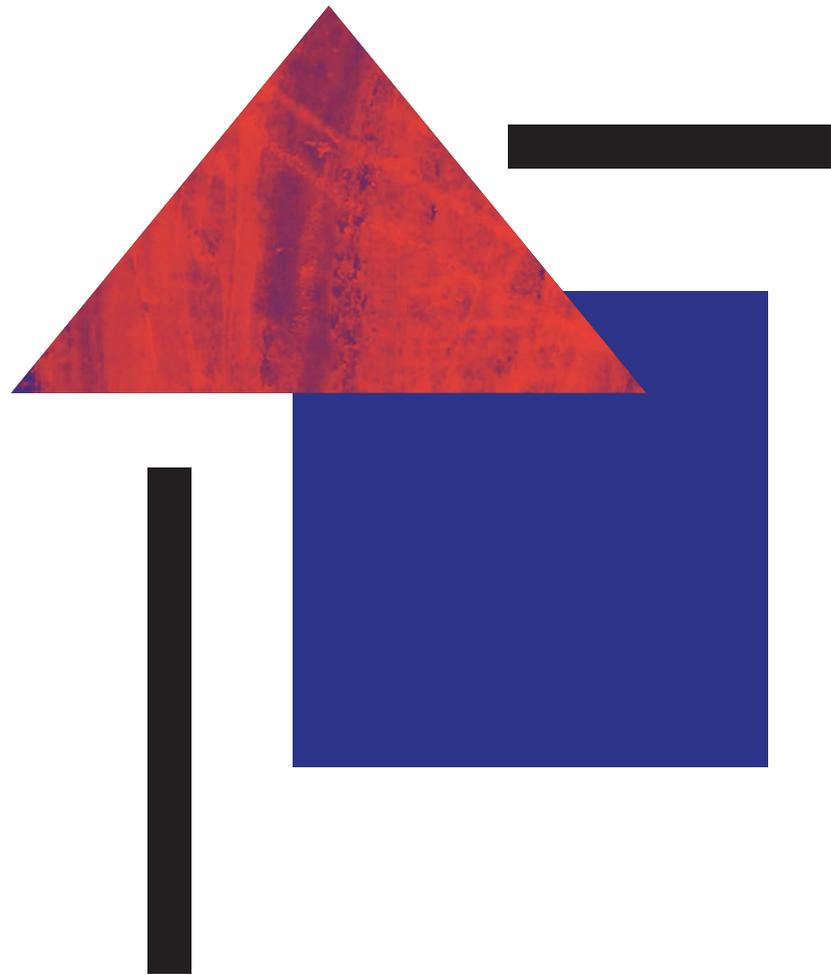
Afin de traiter ma thématique et de répondre à ces interrogations, nous établirons un plan de recherche. Nous nous appuierons sur des observations et analyses sociologiques des espaces publics, du point de vue du designer graphique. Ce travail d'enquête nous permettra de soulever des problématiques de communication visuelle, auxquelles nous tenterons de répondre à travers mon travail d'expérimentations graphiques et de recherche créatives, dans le cadre de mon projet personnel professionnel.

Mon mémoire sera organisé en trois parties distinctes :

La première évoquera les spécificités de l'espace public jusqu'à leur intégration du design graphique. J'analyserai les espaces publics, ainsi que les besoins de leurs usagers. Ainsi que, les différents concepts et les différentes mises en œuvre du design graphique dans ces espaces.

La seconde partie portera sur le rôle du designer graphique au sein des espaces publics. Je m'appuierai sur mon projet professionnel et particulièrement sur mes recherches théoriques et mes expérimentations graphiques. J'aborderai également les problèmes de communication et les solutions envisagées par le designer graphique dans ces espaces. J'ouvrirai également mon étude sur les enjeux du métier : L'avenir du designer graphique dans les espaces publics.

Enfin, la troisième partie orientera mon étude sur les évolutions du design graphique au sein des espaces publics. J'analyserai de façon critique les nouveaux apports ainsi que les limites des nouvelles technologies dans le domaine du graphisme.



De la  |
spécificité
de l'espace
public à
l'intégration
du design
graphique 

■ Analyse de l'espace public pour aller vers le graphisme

Avant de nous plonger dans une analyse plus spécifique du design graphique au sein des espaces publics, il convient d'analyser la manière dont l'espace est pensé et est pratiqué dans notre société.

D'une manière générale, on peut définir un espace, comme « une surface déterminée, à l'intérieur d'une habitation, ou surface découverte, élément du paysage » (selon le CNLTLR). Le dictionnaire en ligne Larousse, définit également un espace comme « un volume destiné à un usage particulier ». Ces différents usages induisent une pluralité d'espaces, comme les espaces intérieurs, extérieurs, privés et publics. C'est notamment cette dernière notion, l'espace public que je souhaite aborder ici.

« Ce sont des rues et des places, des parvis et des boulevards, des jardins et des parcs, des plages et des sentiers forestiers, campagnards ou montagnoux, bref, le réseau viaire et ses à-côtés qui permettent le libre mouvement de chacun, dans le double respect de l'accessibilité et de la gratuité. » Thierry Paquot, 2009

Un espace public est un lieu ouvert et accessible à tous résidents ou non d'une aire géographique donnée (parcs, jardins, squares, rues, allées, avenues, passages...).

Les espaces publics appartiennent soit à l'État (domaine public), soit à une entité juridique et morale de droit. C'est pourquoi ils sont dirigés par des règles, des procédures déclarées par les lois qui régissent la société. C'est un lieu qui est défini par sa localité, son architecture, mais aussi indéfini car il dépend du regard personnel de l'utilisateur. Il s'oppose à l'espace privé qui représente le lieu de vie (maison, jardin, appartement). La ville possède une identité sociale et politique, c'est pourquoi elle a besoin de lieux de rencontre, comme les espaces publics qui véhiculent une identité commune et une mémoire partagée.

De ce fait, la ville, a fait de l'aménagement de ses espaces publics, une priorité dans ses projets d'urbanisations contemporaines. Un espace public est délimité et défini par son architecture (l'espace bâti), mais sa construction véhicule également un sens. Les concepteurs de l'espace public, agencent de façon physique, fonctionnel mais aussi symbolique, esthétique ces espaces. L'espace public exprime alors une interprétation, une intention, qui émane de leurs concepteurs.

En outre, lorsqu'on observe l'urbanisation contemporaine, on constate qu'au fil du temps elle a induit des nouvelles formes de mobilité et de frontière entre centre et périphérie. La ville n'a cessé de s'étendre et de se densifier, de manière exponentielle. L'architecte Rem Koolhaas, s'interroge notamment sur ce phénomène d'urbanisation et fait émerger le concept de « ville générique »¹. La ville générique serait composée des restes de ce qui faisait la ville. Elle abandonne tout ce qui ne fonctionne pas et intègre tout ce qui vient en elle. Ainsi, elle est libérée du centre-ville, de la périphérie, des rues, pour s'étendre à l'infini. C'est une ville en devenir, en extension, sans frontière, créée par le mouvement (des individus, des activités, des événements...).

On peut citer comme exemple de ville générique : Los Angeles. Jean Baudrillard², définit Los Angeles comme un désert, car c'est une ville sans repère. Elle ne possède pas de centre, ni de périphéries. Les seuls repères se font par l'expérience, par l'usage. Elle est comme un « long travelling signalétique », cette ville s'étend, s'étale dans un discontinu flottant, sans fin. Elle ne se formalise pas de manière stable et définitive. Ainsi, on constate que l'extension toujours plus croissante des villes, due à l'urbanisation a fait perdre la singularité des villes mais aussi de ses espaces publics. L'urbanisation a induit à ses villes et à ses espaces, un discours aux voix multiples.

Autrement dit, l'identité des espaces publics disparaît au profit de la mobilité.

¹ Koolhaas Rem (1994). Traduction par Collet Catherine. La ville générique. http://th3.fr/imagesThemes/docs/th3_villien_texte_rem_koolaas_la_ville_generique.pdf?PHPSESS1%20D=fvtrkroupr85hv7al26dvbf2a85

² Baudrillard Jean. (1981). France: Simulacres et Simulation. éditions Galilée

Afin de répondre à ce besoin de mobilité, de déplacement grandissant, il existe dans les villes des espaces de passage, appelé également **espaces transitoires**. Il s'agit d'espaces, qui sont à l'intervalle entre les espaces publics et privés. Ce sont des lieux qui font partie intégrante de notre vie, que nous empruntons quotidiennement, sans que nous en ayons vraiment conscience.

Le philosophe Walter Benjamin ³, bien avant le phénomène d'urbanisation, au début du XIXe, anticipait déjà l'avenir des villes. Dans les écrits de Walter Benjamin, on relève des théories sur des espaces de transition, qu'il nomme passage couvert.

«Ces passages, nouvelle invention du luxe industriel, sont des galeries recouvertes de verre, lambrissées de marbre, qui traversent des blocs entiers d'immeubles dont les propriétaires se sont regroupés en vue de telles spéculations. De part et d'autre de ces galeries, qui reçoivent le jour d'en haut, s'alignent les boutiques les plus élégantes, en sorte qu'un pareil passage est une ville, un monde en miniature.»

Walter Benjamin, « Paris, capitale du XIXe siècle : Le Livre des passages », 1935

Ces passages sont des traverses urbaines entre deux blocs ou pâtés d'immeubles, des ruelles intérieures reliant des rues ou avenues, parfois très éloignées. Les passages ont pour Walter Benjamin une fonction urbanistique, architecturale, économique, commerciale, mais aussi idéologique et poétique de la ville. Lorsqu'il évoque les passages couverts de Paris, il les caractérise comme des espaces entre-deux, à la frontière entre l'espace public et l'espace privé. Il les compare à un espace privé (une maison, un appartement...) car ce sont des lieux couverts, avec un toit, une verrière, une bâtisse. Mais, ce sont également des lieux avec une fonction d'espace public, car ils permettent les déplacements des Parisiens, au même titre que la rue. Les espaces de passages sont donc un espace intérieur qui simule un extérieur. Selon Walter Benjamin, ces passages permettent à la fois un étonnement esthétique, ainsi qu'une fascination pour la mobilité qu'ils instaurent. Ces espaces doivent pouvoir être esthétiques afin de séduire le visiteur, lui faire passer un agréable moment.



Fig. 1-
La galerie
Vivienne
Paris.

© David
Pendery,
2011

Mais ce sont également des espaces publics, ils suivent alors les normes, les règles, les politiques qu'ont instaurées la ville. L'aménagement de ces espaces n'est pas complètement libre, elle doit suivre les lois des politiques publiques. C'est pourquoi, les espaces de passages induisent à la fois des **problématiques, esthétiques et politiques**.

Bien plus tard, le théoricien, Marc Augé s'est également intéressé au phénomène des espaces de transition. Il soulève les traits contemporains de ces espaces et les nomme « non-lieux »⁴. Selon lui, le milieu urbain moderne, a fait émerger des « non-lieux ». Il s'agit d'espaces de circulation, de consommation et de communication, (les voies aériennes, ferroviaires, les gares, les grandes surfaces...). Ils sont caractérisés par une absence d'anthropologie et de symbolique. Plus précisément, ils n'ont pas de caractère identitaire, relationnel, historique. C'est un espace sans identité, car il ne laisse pas la possibilité aux visiteurs d'exprimer leurs propres identités, ils restent anonymes. De même, il n'a pas de dimension relationnelle, car on n'observe pas ou peu de rencontres, ni d'échange entre les différentes personnes. Enfin, un « non-lieu » ne possède pas de valeur historique, car c'est un lieu moderne, il n'a pas de passé lui donnant une valeur symbolique. Les « non-lieux » sont donc des espaces où l'on n'habite pas et dans lequel l'individu demeure anonyme et solitaire.

« un pareil passage est une ville, un monde en miniature. »

Walter Benjamin, 1935

³ Behnam Gilles (2011). Les passages parisiens de Walter Benjamin. France : Mag Philo.
<http://www.cndp.fr/magphilo/index.php?id=113>

⁴ Augé Marc. (1992). Non-lieux, Introduction à une anthropologie de la surmodernité. France : Éditions Le Seuil

Dans une démarche d'analyse des besoins de la société contemporaine, le design graphique doit donc prendre au sérieux, les problématiques de la ville et de ses espaces publics de transition.

En effet, l'expansion des villes contemporaines, a induit de nouvelles formes de mobilité. Les déplacements des citadins au sein du réseau des espaces publics et privés, se sont densifiés. C'est pourquoi les espaces de transition sont particulièrement importants, ils permettent de relier les différents espaces de notre quotidien. Ils se distinguent car ce sont des espaces à la frontière entre les espaces privés et publics. Déjà au début du XIXe siècle, Walter Benjamin les identifie comme des passages couverts : un espace intérieur simulant un extérieur. Cela met en exergue une dualité des espaces de transition. Les concepteurs doivent à la fois, créer un espace agréable, confortable, sécurisant, pour donner l'illusion d'un espace privé. Mais ils doivent également garder à l'esprit, qu'il s'agit d'espaces publics, dirigés par les lois des politiques publiques. Ces espaces doivent alors garder un aspect fonctionnel et objectif, pour le bien de la ville et de ses citoyens. De même, Marc Augé soulève une autre problématique des espaces de transition, et les définit comme des « non-lieux ». Ce sont des espaces de passage, ne possédant pas de caractère anthropologique et symbolique.

Le nouveau défi pour les espaces transitoires, réside peut-être alors dans le fait qu'ils soient considérés non plus comme des « non-lieux », mais des lieux de vie, que l'homme puisse s'approprier. Les espaces de transition ne seraient alors plus un lieu homogène et impersonnel, perdu au milieu du flux de l'urbanisation. En outre, lorsque l'on regarde la ville autrement, cela incite à modifier le rapport des usagers aux lieux.

► Les besoins des usagers dans un espace public

Lorsqu'un concepteur souhaite produire un message cohérent dans un espace public, il est primordial qu'il prenne en compte les besoins des usagers dans sa conception.

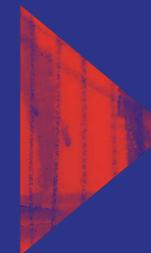
Dans les espaces publics, dit de «non-lieux»⁵ ou espace de transition, notamment, les usagers ne vivent pas et ne s'approprient pas ces espaces, ils ont plutôt une relation de consommation. Ils se déplacent silencieusement et anonymement en vue de réaliser leurs objectifs. En général, celui-ci est bien précis, il s'agit de consommer un produit ou un service (prendre un train, un avion, effectuer une visite dans un musée). L'utilisateur ici, ne flâne pas, ne s'égare pas, mais reste focalisé dans la réussite de cet objectif.

Dans la quête d'information, de planification et de préparation de son objectif, l'utilisateur peut alors se confronter à un certain nombre de problèmes. En effet, dans un espace public de transition, la lecture des informations n'est pas toujours évidente et immédiate. Tout comme la ville en perpétuelle mouvement, les espaces publics sont multiformes et changeants. Ce sont des lieux physiques de vie commune, où le visiteur fait face à des interactions toujours plus denses. Il est confronté à de nombreux flux d'individus, d'informations, une surcharge d'événements. Tout cela, va créer des discontinuités et des superpositions spatiales, rendant ce lieu moins maniable et moins compréhensible. Cela entraîne un manque clair de hiérarchisation (des informations, des dispositifs, des services, des différents lieux...). Le visiteur capte moins bien ou met plus de temps, à relever l'information, à interagir, avec l'espace. Or l'utilisateur a un besoin de compréhension et d'interaction, lisible et limpide, avec cet espace.

⁵ Augé Marc. (1992). Non-lieux, Introduction à une anthropologie de la surmodernité. France : Éditions Le Seuil

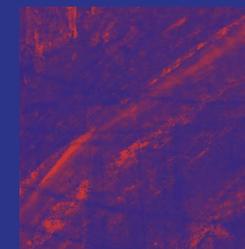
Étude de cas : Aéroport de Nantes

Je m'appuierai également sur ma propre expérience dans l'aéroport de Nantes, pour montrer mes différents besoins dans un espace transitoire.



Tout d'abord, lorsque j'arrive à l'aéroport de Nantes, la première chose que j'effectue, c'est de m'informer si mon avion est bien annoncé. J'ai besoin de connaître les dernières données évolutives sur mon avion : Les horaires, la voie d'embarquement, les retards éventuels. Je peux notamment accéder à ces informations par le biais du grand tableau d'affichage. Celui-ci est situé à l'entrée de l'aéroport et en hauteur, de façon à être bien visible et par le plus grand nombre.

Par la suite, lorsque je souhaite enregistrer mes bagages en soute, j'ai besoin de comprendre comment fonctionne le système automatique pour pouvoir enregistrer mes bagages. Le mode d'emploi affiché, très visuel par le biais de pictogramme m'a permis de comprendre immédiatement les procédures de fonctionnement du mécanisme.



Enfin, un besoin essentiel pour pouvoir réussir à avoir mon avion, c'est de pouvoir m'orienter facilement. Je devrais être guidée de façon intuitive, sans que cela me demande un trop grand effort de réflexion. Cela me permettrait alors de mieux visualiser et de me représenter au mieux cet espace physique. Grâce à la signalétique, j'ai notamment pu me repérer, savoir où se situe la voie d'embarquement de mon avion.

D'après cette étude de cas concret sur l'aéroport de Nantes, on constate que l'usager a véritablement besoin que le message soit transmis de manière très lisible. L'alphabet ne suffit plus, à la notation et à la transmission de la pensée. Le visiteur a également besoin de signes visuels, qui lui transmettent un message presque immédiatement compréhensible.

Selon, le Larousse en ligne, un signe désigne « *ce qui permet de connaître ou de reconnaître, de deviner ou de prévoir quelque chose* ». Les signes, sont donc des outils visuels qui localisent l'attention tout en transmettant un sens, un message. Adrian Frutiger, dans son ouvrage, *L'homme et ses signes*⁶, nous livre un portrait détaillé de l'histoire des signes, jusqu'à nos jours. À l'origine du signe c'est d'abord une forme géométrique simple, comme le point, la ligne, le cercle, le carré...Chaque forme possède sa propre symbolique et dès lors que l'on réunit ces formes géométriques, cela crée une multitude de nouveaux signes avec une multitude de sens, qui constituent tout un langage.

Selon Adrian Frutiger, on peut classer les signes en trois catégories :

- Les signes non-alphabétiques (images, symboles)
- Les pictogrammes industriels (iconographie, signes à but commercial)
- La signalisation routière (indication, signaux directionnels sur les routes)

Les signes trouvent un écho tout particulier dans notre société moderne, à l'ère du numérique. En effet, les nouvelles technologies transmettent aujourd'hui un message presque de façon instantanée dans le monde, l'homme est habitué à lire et à accéder très rapidement à l'information. C'est pourquoi aujourd'hui il y a une véritable tendance à la transmission d'informations par des messages visuels, car leur transmission est plus directe. L'image transmet un message simultané en totalité, l'observateur fournit moins d'effort de réflexion. L'augmentation d'informations visuelles a cependant conduit à une certaine saturation pour le spectateur. Pour pouvoir attiser la curiosité humaine, il faut dorénavant styliser l'image, créer des signes avec un contenu symbolique plus fort.

⁶Frutiger, Adrian. (2000). *L'homme et ses signes*. France: Atelier Perrousseaux

C'est pourquoi aujourd'hui on simplifie l'image figurative, en la transformant en signe. Par exemple le signe catholique, la croix ne porte plus Jésus crucifié mais elle a toujours la même symbolique religieuse. L'image est réduite au signe, mais a toujours un contenu et une force symbolique.

Le signe s'avère particulièrement utile dans notre quotidien et notamment dans le domaine de la communication et de l'information. Le signe joue ici un rôle moins passif, il donne des indications, des ordres, des avertissements, des instructions ou encore des interdictions. Ainsi le signe ne sert pas seulement à communiquer mais il transmet une réaction immédiate de la part de l'observateur. Le signe capte l'attention du spectateur et lui transmet l'information rapidement, de manière condensée. Sa fonction est notamment d'utilité publique au niveau de la signalisation routière et de la sécurité. Il est également très utile pour guider et orienter le voyageur, car il transmet un message clair et lisible. L'aspect spatial du signe (tableau, inscription, etc.) s'impose à notre regard alors que le texte imprimé peut être lu ou non. Le signe devient alors un signal, faisant partie intégrante de notre environnement visuel et de notre quotidien.

⁶Frutiger, Adrian. (2000). *L'homme et ses signes*. France: Atelier Perrousseaux

Pour mieux identifier quels sont les signes que l'individu interprète plus facilement, il faut au préalable analyser la manière dont il les interprète. Cette étude est notamment possible lorsque l'on analyse la lecture sémantique de l'utilisateur. Il s'agit d'analyser le sens et les significations des signes, à travers la lecture du référent. Nous analyserons ici la perception du visiteur, d'un espace public.

Étude de cas : Lecture de l'espace public par les habitants d'Arras

Pour mieux identifier les besoins des usagers, d'un point de vue sociétal et anthropologique, je m'appuierai sur un questionnaire réalisé par Hafida Boulekbache-Mazouz dans son ouvrage : Lire l'espace public pour mieux l'écrire.

Il s'agit d'un questionnaire sur la ville d'Arras, qui est en pleine évolution urbaine. Il permet d'analyser, comment les habitants d'Arras, interprètent ce nouvel espace public. Hafida Boulekbache-Mazouz ⁷, a prélevé les réponses d'un échantillon très représentatif de la ville d'Arras, soit 30 habitants, très divers. Les questions portent sur la vision, les souvenirs, les traits marquants, que perçoivent les arrageois sur les espaces publics de leur ville. Elles étaient liées à l'appréciation de l'espace public selon les usagers (éléments favorables, défavorables, désirs).

Après avoir relevé ces réponses, plusieurs éléments communs apparaissent. On constate, que les Arrageois se réfèrent souvent à certaines parties de la ville. Ils utilisent des points de repère : un bâtiment, une place, une église, etc, lorsqu'ils transmettent leurs interprétations de l'espace public. Cela signifie donc que l'utilisateur a besoin d'éléments visuels de repérage qui l'orientent et le sécurisent, tout le long de son trajet. L'utilisateur a donc un **besoin de visibilité**, de reconnaître les formes.

De même, les habitants lorsqu'ils s'expriment sur leur ville se réfèrent à la distinction instinctive des différentes parties de la ville (vieille ville, quartier moderne, commerçant...). Autrement dit, ils différencient des parties de la ville, selon l'ambiance (positive ou négative) qu'elles transmettent. L'utilisateur a donc également un **besoin d'appréhension** de l'espace public.

⁷ Boulekbache-Mazouz Hafida. (2008). Lire l'espace public pour mieux l'écrire. France : Études de communication. pp. 93-110. <https://doi.org/10.4000/edc.757>

Un autre point commun entre les habitants, c'est ce besoin de créer des points de repère et des axes de circulation, choisis en fonction de leurs déplacements (les boulevards, la gare, les rues). On peut notamment faire ici le lien avec nos espaces publics de transition. Les espaces de transition sont comme des signes, un symbole, au sein de la ville. Autrement dit, l'habitant lit sa ville partout par leurs intermédiaires. C'est pourquoi l'accessibilité à ces espaces de transition, de circulation, est donc très importante. L'utilisateur a donc **besoin de circuler**, de se déplacer facilement dans l'espace public.

Les habitants ont également montré qu'ils avaient besoin que leurs espaces publics répondent davantage à leurs différents besoins fonctionnels. Les espaces publics doivent pouvoir s'ouvrir à diverses activités, services (musée, marché, petits commerces). L'utilisateur a donc besoin de retrouver **une pluralité d'activités** au sein de cet espace.

Enfin, un dernier point relevé, c'est l'importance que l'utilisateur accorde à un lieu bien aménagé et beau, (créations d'espaces verts, signalétique esthétique). L'utilisateur a besoin de passer un moment agréable, **de bien-être**, lorsqu'il se trouve dans un espace public.

Cette étude nous permet de constater que la façon de lire, de mieux appréhender l'espace public dépend du jugement de valeur que l'on porte sur celui-ci. Il dépend donc de la capacité de l'espace public à satisfaire plus ou moins les besoins des usagers. Cela passe par la transmission de signes très compréhensibles mais également par la capacité à transmettre une expérience corporelle, un parcours agréable.

Pour pouvoir comprendre les besoins des usagers, il faut aussi s'intéresser à sa façon se déplacer dans cet environnement. Quelle est son expérience corporelle ? Quels sont ses besoins lorsqu'il circule ?

Étude de cas : Projet Gare du Nord de Paris- 2023

Je m'appuierai sur une étude de cas, portant sur le futur projet d'aménagement de la gare du Nord de Paris, expliqué dans l'article de Valentin Cressens⁸.



Il s'agit d'un projet architectural très ambitieux, veillant particulièrement à l'expérience des voyageurs. Par expérience voyageur, j'entends la qualité de l'expérience vécue par le voyageur dans toutes les situations d'interactions durant son parcours. Il s'agit de l'expérience globale ressentie par l'utilisateur lorsqu'il voyage dans cette gare, si celle-ci est agréable ou non. Dans une gare, les voyageurs circulent pleinement et vivent une vraie expérience corporelle : *ils entrent dans la gare, cherchent les points de repère, se rendent aux halls de départ, vont acheter un repas avant d'embarquer, montent dans le train etc.* Le projet de la gare du nord 2023, a pour objectif de rendre ces déplacements corporels **très fluides et agréables**.

C'est pourquoi, l'espace dédié aux trains de départ est agrandi, afin de permettre une meilleure circulation des voyageurs. Ils ont ainsi plus d'espace pour circuler librement, sans risque d'être bousculés, ou bloqués dans des « bouchons ».

Mais le projet souhaite également procurer une expérience nouvelle aux voyageurs, lors de son parcours en gare. Les déplacements de l'utilisateur n'ont plus comme seule finalité, de prendre son train. Ici, on souhaite que le visiteur puisse dans son parcours passer un agréable moment : il flâne, se détend, se divertit, discute... Plusieurs activités sont proposées telles qu'espace de co-working, une salle de spectacle, une crèche, une salle de sport, afin de répondre aux besoins et aux envies de chaque voyageur. L'idée est de faire oublier au voyageur qu'il s'agit d'un espace de transition, un espace de passage, sans interaction, ni rencontre. Dans ce projet de construction, la gare est envisagée comme un quartier animé de la ville, avec une réelle empreinte anthropologique et symbolique.

Comme Walter Benjamin le prédisait en 1939, les espaces de transition deviennent alors des villes miniatures : « *un pareil passage est une ville, un monde en miniature* ».

Fig. 2-
Visuel du terminal de départ de la Gare du Nord 2023. ©SNCF Gares & Connexions – Ceetrus – Valode & Pistre



Fig. 3- Espace détente de la future gare du Nord
©SNCF Gares & Connexions – Ceetrus – Valode & Pistre

⁸ Cressens Valentin. (27 août 2018). Gare du Nord 2023 : L'expérience voyageur au cœur du projet de modernisation du plus grand complexe européen. <https://www.transportshaker-wavestone.com/gare-du-nord-2023-lexperience-voyageur-au-coeur-du-projet-de-modernisation-du-plus-grand-complexe-europeen/>,

Durant son expérience corporelle, l'utilisateur d'un espace public (comme une gare) est donc confronté à tout un tas d'émotions et de sensations. Celles-ci dépendent de l'environnement et des problèmes qu'il peut rencontrer, lors de ses déplacements. C'est pourquoi les concepteurs doivent pouvoir garantir un parcours fluide et sécurisé, afin que l'utilisateur puisse voir la gare comme un lieu agréable, une expérience heureuse de voyage. Il faut veiller à rassurer, à accueillir, à satisfaire le public, lorsqu'il circule. Il faut notamment éviter dans l'expérience de visite, ces espaces « orphelins », des zones à l'abandon, qui ne sont pas pris en charge par les concepteurs. Il faut pouvoir accompagner tout au long de son parcours le voyageur.

D'après ces diverses observations, on peut affirmer qu'un espace public de transition, accueille de nombreux individus et événements, ce qui peut créer des problématiques de compréhension et d'interaction chez son visiteur. Alors que celui-ci, pour pouvoir réussir son objectif et être pleinement satisfait, a besoin de pouvoir s'orienter, s'informer et comprendre ce lieu facilement. C'est pourquoi l'utilisateur a besoin qu'on lui transmette des signes visuels, très compréhensibles. Ces signes doivent être comme des points de repère, ou un mode d'emploi des différentes interactions de cet espace. La compréhension des signes d'un espace, dépend de la propre lecture de l'utilisateur, sa perception, son interprétation du lieu. L'utilisateur arrive notamment, à mieux lire un espace lorsque qu'il satisfait ses besoins. Les habitants d'Arras, avaient notamment besoin de repère, de visibilité mais aussi un besoin de circulation, de bien être, pour comprendre leurs villes. Ainsi la circulation, les déplacements de l'utilisateur sont tout aussi importants. Il faut pouvoir lui transmettre une expérience de visite confortable et sécurisante, car ce sont des lieux parfois source de stress (beaucoup de flux d'individus, d'informations, course contre la montre). Enfin, on peut également concevoir une expérience de visite allant au-delà de l'objectif initial de cet espace. On peut imaginer redéfinir un espace public, plus insolite, poétique, interactif, impliquant de nouvelles fonctions à ce lieu. Je pense notamment au projet de la gare du nord 2023 proposant une expérience voyageur inédite, et incitant les utilisateurs à se déplacer comme dans un quartier dynamique, avec une pluralité d'offres.

Ainsi pour pouvoir répondre aux mieux aux attentes des utilisateurs, les intervenants doivent essayer de trouver l'équilibre entre la fonction du lieu (les différents usages qu'il propose aux utilisateurs) mais également avec la forme du lieu (quelle est l'image qu'il communique aux utilisateurs) l'esthétique ces espaces.

— Les différents concepts et les différentes mises en œuvre du design graphique, dans les espaces publics

Le design graphique, est une discipline qui permet d'allier fonction et forme, tout en veillant aux besoins des usagers. On peut alors se demander, si le graphisme contribue à améliorer l'expérience des usagers dans des espaces publics ?

D'après La charte du graphisme⁹, le designer graphique « est un professionnel de la communication, un artiste-auteur qui conçoit, met en forme et coordonne la réalisation d'un processus de communication visuelle, à la demande d'un commanditaire, et pour des destinataires très variés ». Le designer graphique transmet des messages communicationnels, en modulant des éléments linguistiques et des formes graphiques singulières, qui sont ensuite représentés sur des supports imprimés (livre, affiche, flyers...) ou numérique (vidéo, site-web...).

Le graphisme est un réel outil de communication, qui améliore et facilite notre quotidien. Notamment, dans les espaces publics, le design graphique peut s'avérer indispensable car il contribue à créer une communication efficiente au sein de cet espace.

Aujourd'hui la communication est devenue indispensable au bon fonctionnement de notre société. On peut définir la communication comme « l'action de communiquer, de transmettre, d'informer », et « être en relation avec », selon Bruno Joly¹⁰.

⁹ Syndicat des graphistes. (1995). La charte du graphisme. Extrait du site BNF (Bibliothèque nationale de France). <http://expositions.bnf.fr/graphis/definition01/ssindex02.htm>

¹⁰ Joly Bruno. (2009). La communication. Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.joly.2009.01>

Pour Pierre Zemor¹¹, la communication permet l'échange d'informations entre les personnes (échange interpersonnel) et elle établit aussi une relation entre les individus, avec des lieux et des machines (par des correspondances, interactivités, transmissions d'informations, de données). Toute activité humaine aujourd'hui, individuelle, collective et sociale s'accompagne d'informations émises, reçues et traitées, soit de communication.

Cependant, la communication au sein des espaces publics se distingue d'une communication classique. Il s'agit d'une communication publique, elle suit donc règles et procédures déclarées par les lois, qui régissent la société. C'est une communication qui se situe sur la place publique, sous le regard de tous les citoyens. C'est pourquoi cette communication doit être claire et transparente, pour parler au plus grand nombre. Le graphiste doit pouvoir présenter des données objectives, nécessaires à la prise de décision, contrairement à la publicité ou au marketing, qui incitent le récepteur à la consommation. L'information doit être exacte, elle ne doit pas être transformée par sa présentation, il en va de la responsabilité du graphiste, ainsi que de l'institution publique.

Une des problématiques du graphisme lorsqu'il a une dimension publique, est donc de transmettre un message neutre et objectif. À cela, s'ajoute, la contrainte de transmettre un message facilement compréhensible aux usagers, dans un espace possédant de nombreuses interactions et informations.

¹¹ Zémor Pierre. (2008). La communication publique. Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.zemor.2008.01>

Afin que l'utilisateur comprenne les divers renseignements d'un espace, le designer graphique doit simplifier au maximum les moyens de communication.

Autrement dit, il doit retranscrire de manière à la fois esthétique et efficace un ensemble de données souvent nombreuses et complexes, sous une forme lisible. Pour représenter visuellement un message, il utilise en général un autre ensemble signifiant que celui des mots, comme les images et les signes. Ce procédé de communication, est très efficace car l'homme d'aujourd'hui et de demain est un « regardeur d'images » (Quétin Michel, 1968). Il y a une véritable tendance aujourd'hui de l'homme à préférer l'image plutôt que la parole, car celle-ci transmet un message rapidement et sans trop d'effort de réflexion. C'est pourquoi le designer graphique, au fil du temps s'est approprié l'image, il l'a modulé, construit, déconstruit, défini, simplifié... Le graphiste a dû apprendre à produire des images, des signes graphiques adaptés à cet espace et à ses usagers.

Dans un espace public, le graphiste ne modèle pas les formes, les signes qu'à des fins purement artistique et esthétique, il cherche à transmettre un message fonctionnel. On nomme notamment le graphisme, lorsqu'il a un but fonctionnel de communication : **Graphisme d'information**. Le graphisme d'information, est très utile dans les espaces publics, car il permet de communiquer de nombreuses informations et interactions, présentes dans cet espace. Mais il permet également de faire circuler sereinement les usagers. En effet, le design d'information sélectionne, organise et présente une information, de manière efficace, destinée à un public particulier (carte météo, indicateur horaire de vol, tableaux de données statistiques). Le graphisme d'information est un concept qui provient du fonctionnalisme visuel des années 60, inspiré par la typographie helvetica¹² qui, elle-même, puise ses références dans le mouvement du Bauhaus¹³. Le graphiste d'information agit comme un transformateur d'informations. Il transforme des données brutes, des processus, des actions en présentation visuelle qu'un public pourra facilement comprendre. La représentation visuelle des informations permet de lire et de mémoriser plus facilement l'information. L'œil saisit instantanément l'information alors que l'oreille l'intègre plus lentement (partie après partie).

¹² Helvetica est une typographie linéale, sans empattement créée en 1957 par Max Miedinger. Elle est conçue pour être la plus lisible et la plus neutre possible.

¹³ Le Bauhaus est un mouvement artistique et « une école d'architecture et des arts et métiers, fondée en 1919 à Weimar par l'architecte Walter Gropius », libéré du subjectif (selon le dictionnaire Larousse en ligne)

Selon Peter Wildbur,
Michael W. Burke¹⁴
2001

Le graphisme d'information possède plusieurs fonctions principales :

- Expliquer les procédures de fonctionnement (modes d'emplois, descriptifs produits, notices...)
- Fournir des données évolutives (système de contrôle aérien, tableaux de commande numérique...)
- Permettre des interactions avec les écrans (site web, smartphone...)
- Visualiser une réalité 3D (diagramme, projet architectural...)
- Représenter l'espace physique (atlas, cartographie, plan...)

¹⁴ Wildbur Peter et Burke Michael. (août 2001). Le Graphisme d'information : Cartes, diagrammes, interfaces et signalétiques. France: Éditions Thames Hudson.

Les principaux domaines du graphisme d'informations :

- La représentation cartographique
- La visualisation de données
- Le montage de documents complexes
- Le design d'interface.
- Le design d'orientation spatiale (*signalétique*)

Selon
Laurence
Pilon¹⁵
2007

Dans un espace public, certains de ces procédés sont devenus indispensables, pour aider l'utilisateur.

C'est le cas notamment de l'identité visuelle. Elle correspond à l'ensemble des supports de communication d'une marque ou d'une entreprise : logotype, charte graphique, supports imprimés, support Web, etc. L'identité visuelle permet de créer un système visuel cohérent, qui unifie tous les supports utilisés par l'entreprise. Au sein d'un espace public, cela permet notamment de créer une identité propre au lieu. L'utilisateur sera alors plus marqué par cet espace et le mémorisera mieux.

La représentation cartographique, est également très présente au sein de ces espaces. Elle se rapporte aux cartes de régions touristiques ; les cartes des villes, les cartes nationales etc. Mais aussi, à plus petite échelle, aux plans de réseaux de transport, d'un musée, d'un établissement scolaire etc. Cela est particulièrement utile pour guider les usagers dans un espace public, elles lui permettent de se représenter l'espace physique mentalement. Les plans sont souvent affichés à l'entrée du bâtiment afin qu'ils puissent immédiatement se repérer et chercher les différents espaces qui les intéressent.

¹⁵ Pilon Laurence (9 février 2017). Qu'est-ce que le design de l'information ?. <https://medium.com/@laurencepilon/quest-ce-que-le-design-de-l-information-bbacad34b020>

La signalétique, est également indispensable aujourd'hui au sein des espaces publics. Elle se situe à la limite entre le graphisme, l'architecture et design. C'est un système uniforme et logique, qui permet aux visiteurs de mieux s'orienter, dans les espaces publics. La signalétique directionnelle aide le visiteur à se repérer dans l'espace, de l'entrée jusqu'à la sortie, facilement, elle suit des principes d'identification-désignation (renseigne les noms des espaces) et des principes de balisage (direction à emprunter). Et la signalétique de réglementation, qui est régie selon des lois, permet la sécurité des usagers, en signalant des dangers, des issues de secours, les accès aux pompiers... Les codes graphiques sont ici normés, pour garantir la mémorisation du récepteur.

On observe également le principe de visualisation de données dans ce type de lieu. Il permet de simplifier des concepts complexes ou de représenter visuellement des données numériques, statistiques et dynamiques. Par exemple, dans les espaces publics, comme une gare, les horaires et les voies de départ d'un train sont affichées sous la forme d'un tableau. L'information devient très visuelle et simplement compréhensible.

Enfin, le design d'interface, est un outil né du développement des nouvelles technologies. Il comprend la conception d'un site Web, d'applications mobiles ou logiciels composé de plusieurs supports multimédias (textes, les tableaux et graphiques, les images, vidéos). C'est un design centré sur l'expérience l'utilisateur. Le contenu comme la navigation doivent être interactives afin de proposer une expérience innovante et agréable à l'utilisateur. Ces principes peuvent également être appliqués au sein d'un espace public, je pense notamment aux bornes numériques dans les gares, centre commerciaux... Elles permettent de créer une interaction directe entre les visiteurs et l'espace.

Le design d'information est donc un régulateur de communication, mais c'est aussi un outil de circulation. Il maîtrise, guide, dirige les déplacements des usagers. On peut observer ce phénomène particulièrement grâce à la signalétique.

Certains architectes contestent la signalétique, qui selon eux n'est pas nécessaire car un bâtiment, un lieu bien conçu, serait capable de s'auto-signaliser naturellement. Cependant, plusieurs enquêtes¹⁶ ont montré que lorsque l'utilisateur prend à défaut une pratique intuitive, cela lui procure des difficultés, hésitations, angoisses, frustrations. La signalétique rassure un public, elle les guide dans une direction, elle pointe, nomme des aspects du parcours. La signalétique permet un confort de visite, l'utilisateur est pris en charge tout le long du parcours, il ne se pose pas de question sur le chemin à suivre. De même, le fait que la signalétique soit ancrée dans un espace-temps défini, comme un espace public de transition, permet une plus grande mémorisation des informations.

On observe une bonne signalétique, d'après Maryline Le Roy et Jacobi Daniel¹⁶, lorsque celle-ci est d'abord discrète. La forme, la couleur, la taille et l'emplacement de la signalétique sont essentiels pour qu'on puisse la repérer facilement, mais elle ne doit pas prendre le dessus sur l'espace, elle doit s'intégrer. De même, une signalétique efficace doit être en continu, elle doit guider du début jusqu'à la fin du parcours. Elle doit également être vue de loin et rapidement déchiffrable, en s'adaptant aux contraintes du lieu (hauteur, matériaux, emplacement...). Enfin, la répétition d'une signalétique, permet de créer une rime visuelle, une cohérence dans les messages, qui enlève les doutes de l'utilisateur.

¹⁶ Jacobi Daniel, Le Roy Maryline, La signalétique patrimoniale - Principes et mise en œuvre, Éditions Errance, 2013

¹⁷ Peter Widbur et Michael Burke, Le Graphisme d'information : Cartes, diagrammes, interfaces et signalétiques, Éditions Thames Hudson, août 2001

Étude de cas : Signalétique de l'Aéroport Dusseldorf

Nous pouvons observer une signalétique très efficace dans l'aéroport de Dusseldorf, réalisée par le studio Meta Design.

L'aéroport fut notamment victime d'un incendie et l'un des facteurs de cet accident est notamment la mauvaise indication des portes de sortie de secours¹⁷. C'est pourquoi ils ont fait appel au studio Meta design, pour créer une refonte de leur signalétique. Ils ont notamment enlevé tous les panneaux avec des informations superflues et n'ont gardé que l'essentiel, afin de ne pas submerger d'informations le voyageur. Celles-ci sont également classées par ordre d'importance, par exemple les panneaux avec les horaires de départs sont placés avant ceux des arrivées. De même, le studio a privilégié un code couleur très visible, qui hiérarchise les différents espaces. Par exemple, les panneaux jaunes correspondent aux informations de services alors que les verts correspondent aux transports. Les panneaux sont conçus pour être vus de loin, c'est pourquoi ils ont choisi une typo très lisible avec une petite chasse. Ils ont également utilisé les mêmes pictogrammes qu'au JO de Munich, pour garantir plus de lisibilité. La nouvelle signalétique de l'aéroport de Düsseldorf est particulièrement efficace puisque qu'après sa création, on a constaté une baisse de 50% du nombre de requêtes. Cette étude nous permet de voir l'importance d'une signalétique bien conçue, au service des usagers.

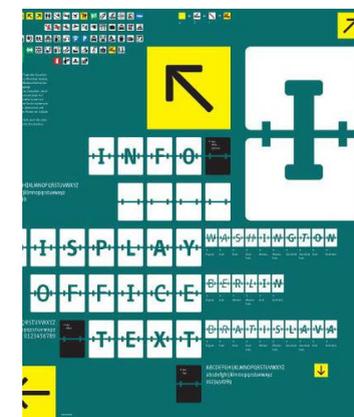
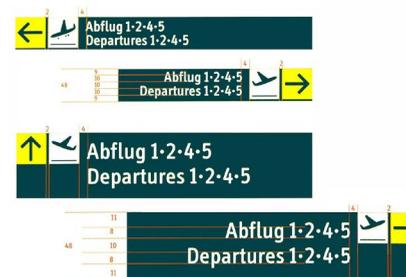


Fig. 4-
MetaDesign, Signalétique
de l'Aéroport Dusseldorf,
(Berlin, DE) 1996, Düsseldorf
International Corporate Design -
Beschriftung © Tous droits réservés
par ideenstadt

¹⁶ Jacobi Daniel, Le Roy Maryline, La signalétique patrimoniale - Principes et mise en œuvre, Éditions Errance, 2013

¹⁷ Peter Widbur et Michael Burke, Le Graphisme d'information : Cartes, diagrammes, interfaces et signalétiques, Éditions Thames Hudson, août 2001

Tous ces différents procédés du graphisme d'information, trouvent un réel écho au sein des espaces publics. Cependant, afin qu'ils soient utilisés à bon escient, plusieurs théoriciens et designers ont établi une méthodologie du graphisme d'information.

Nous pouvons notamment citer, Louis Vollaire qui nous propose une méthode en six étapes :

- 1 | Recueil de l'information
- 2 | Analyse, tri et hiérarchisation de cette information
- 3 | Dégagement des informations principales, analyse quantitative (si l'information revient beaucoup) ou qualitative (perception usager)
- 4 | Mise en forme par le designer des informations principales sélectionnées avec la recherche d'une cohérence au sein d'un système graphique
- 5 | Tests de lisibilité / visibilité du résultat graphique conçu par le designer
- 6 | Planification de l'exploitation de ce travail par le commanditaire / utilisateur

D'après Louis Vollaire¹⁸, 1997

Afin de pouvoir retranscrire visuellement une information, le designer doit donc au préalable organiser le contenu. Le message doit suivre un déroulement logique. Une fois le contenu dégagé, il va pouvoir le mettre en forme de manière lisible grâce des procédés graphiques. Puis il faudra enfin tester, si ce système est en accord avec les perceptions et les besoins du spectateur.

¹⁸ Vollaire Louis. Le design d'information. Communication et langages, n°112. (2ème trimestre 1997). pp. 35-50. <https://doi.org/10.3406/colan.1997.2761>

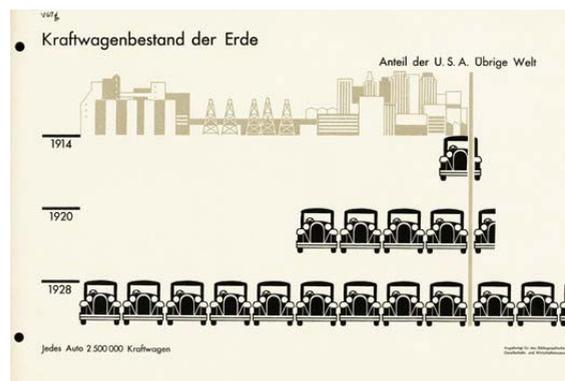
Le design d'information des espaces publics possède donc des message avec un aspect fonctionnel mais également esthétique. D'après Louis Vollaire¹⁸, on peut schématiser cette idée sous forme de couche :

- Une première couche, représentant **le fond fonctionnel**
- Une deuxième couche sous **une forme esthétique**, qui viendrait habiller et recouvrir le travail fonctionnel.

C'est donc un graphisme, qui n'a pas seulement une fonction d'information. Mais au contraire, il possède une dimension esthétique, qui est essentielle pour faciliter la perception de l'utilisateur. Le graphisme d'information unit donc ordre et esthétique.

Aujourd'hui, nous possédons des outils et des logiciels technologiques pour transformer graphiquement des données, mais à l'époque il existait des précurseurs comme Otto Neurath.

Il y développe notamment le concept d'Isotype¹⁹ (*Système international d'éducation par les images typographiques*). Otto Neurath est l'un des premiers à avoir créé une méthode pour organiser, analyser et représenter graphiquement des données complexes et des statistiques. Il crée notamment un système de pictogramme pour informer la population, de façon visuelle. Un pictogramme est un « *Dessin figuratif schématique, utilisé comme symbole ou comme signe graphique (signaux routiers, signalisations des lieux publics...)* », (Dictionnaire en ligne Le Robert). Les pictogrammes sont donc des représentations graphiques, permettant de représenter un condensé d'informations, de façon très lisible. Ils sont aussi immédiatement compréhensibles par tous (sans barrière de langue, ni de culture), ils ne nécessitent pas de légende, ni d'explication. En utilisant ce système, l'information devient très imagée et ainsi rapidement compréhensible.



Voici ici un graphique illustré grâce aux pictogrammes de Otto Neurath, il compare le nombre de véhicules aux États-Unis par rapport aux nombres de véhicules dans le reste du monde.

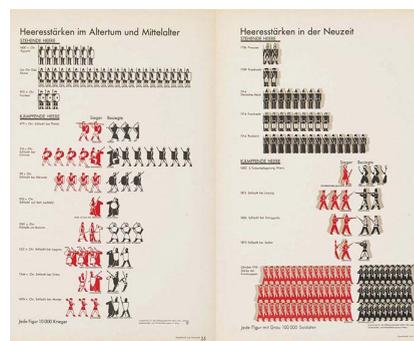
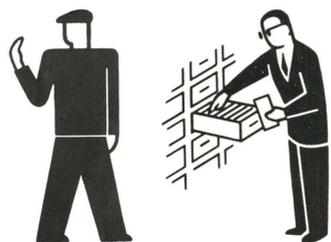


Fig. 5-
Images extraites de
Gesellschaft und Wirtschaft,
Otto Neurath,
1930. <http://indexgrafik.fr>
©Otto Neurath

Nous pouvons également citer le français Jacques Bertin qui est l'auteur d'une théorie de la Graphique, ses concepts nourrissent la méthodologie du design d'information.

Ses travaux ont permis à de nombreux géographes de développer des systèmes de Représentation cartographique permettant de mieux appréhender l'information à transmettre. Il y développe des principes de non-ambiguïté et de différenciation syntaxique et sémantique, qui créent un contenu lisible. Selon Bertin, les cartes et les diagrammes ne sont pas seulement des sources d'information mais elles sont aussi des outils de communication. Dans la cartographie apparaissent alors des « cartes singulières », mettant en valeur des éléments de la description du monde (routes, réseaux...). Ce nouveau modèle, de carte est à la fois pratique et analytique.



Fig. 6-
Images extraites de :
La graphique et le traitement
graphique de l'information de
Jacques Bertin,
réédition Zones Sensibles, 2017
©Jacques Bertin

Aujourd'hui à l'ère du numérique, on observe une densité d'information hétérogène. Les travaux de Otto et Bertin, ont notamment marqué le graphisme d'aujourd'hui, lorsqu'il s'agit de rendre un contenu lisible. Les pictogrammes et les cartes, font dorénavant partie de notre environnement visuel et de nos habitudes de lecture. Leurs études, nous ont permis de voir que pour transmettre une information lisible, elle doit tout d'abord être attractive. Elle doit capter l'œil immédiatement par la couleur, l'échelle, la typographie, le signe ... Le graphiste doit alors chercher des signes distinctifs dans l'environnement visuel, qui attire le regard du lecteur. De même, pour être lisible, la mise en forme de l'information, doit être claire et bien organisée, selon une hiérarchie visuelle, avec des différenciations de syntaxe, de niveau de lecture. Ce sont des principes qui contrastent, hiérarchisent le contenu, et qui permettent une cohérence de l'énoncé, ainsi qu'une compréhension plus rapide.

¹⁹ Vollaire Louis. Le design d'information. Communication et langages, n°112. (2ème trimestre 1997). pp. 35-50. <https://doi.org/10.3406/colan.1997.2761>

Cependant l'information pour être communiquée de manière efficace, ne doit pas seulement être lisible. Il faut également qu'elle relève de l'intuition, qu'elle soit limpide pour le spectateur. Ce concept relève de la sémiologie, c'est-à-dire qu'il s'agit ici d'étudier quels sont les procédés graphiques, les signes que l'individu interprète plus naturellement.

Selon Bergson, la représentation visuelle d'une information pour être limpide, doit être comme une image médiatrice de l'intuition : « pour faire comprendre le nouveau, force est bien de l'exprimer en fonction de l'ancien » (Bergson, 1998)²⁰. Ainsi pour faire plus facilement comprendre une nouvelle information, il faut utiliser une notion familière, ancrée dans l'individu depuis longtemps. Par exemple, privilégier des signes familiers, immédiats, comme ceux de la nature, du corps humain. Cette idée, rejoint aussi la pensée de Greimas, pour qui l'assimilation de l'information se fait par « l'intégration de l'inconnu dans le connu »²⁰ (Greimas, 1983). Pour comprendre une information rapidement, il faut l'associer à une forme de vie connue depuis longtemps.

De même, Adrian Frutiger²¹ a aussi identifié les signes visuels que l'homme interprète plus naturellement. Les symboles figuratifs représentant des animaux, des végétaux, humains, objets, paysages, éléments naturels, sont très familiers pour l'homme, ainsi un pictogramme avec une silhouette humaine n'aura aucune ambiguïté d'interprétation. Cependant, l'information ne peut pas toujours être réduite aux signes visuels. Par exemple, un pictogramme de porte de sortie ou entrée est difficilement déchiffrable, il vaudra alors mieux écrire en toute lettre « entrée » et « sortie ».

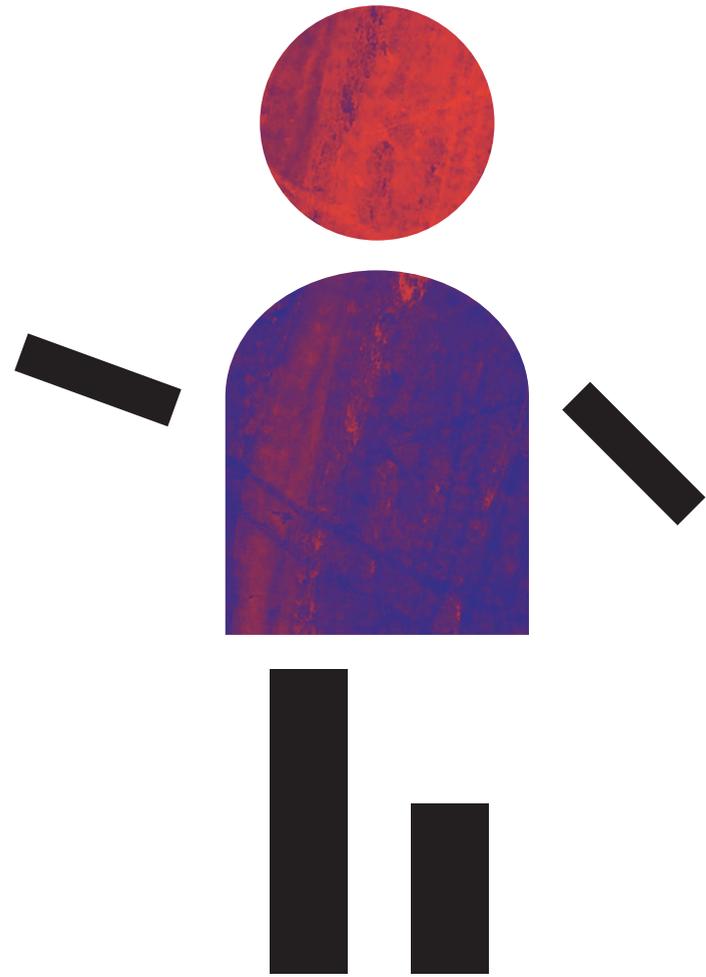
À l'inverse, d'autres théoriciens ont également recherché des signes visuels à la limite entre l'inconnu et le connu. Raymond Loewy, définit cela comme « le seuil de choc », c'est-à-dire lorsque la production arrive au stade MAYA (qui signifie en français « Très osé mais acceptable »). Il s'agit, de la différence entre une forme avant-gardiste et une norme acceptée. Le designer doit donc définir la norme, afin de créer de la nouveauté. Loewy, encourage le designer à aller le plus loin possible pour rechercher la limite, à partir duquel le design devient abstrait. Cependant, il ne faut pas oublier que pour garantir la compréhension du plus grand nombre et rapidement, il faut utiliser des représentations visuelles, au plus près du familier, des stéréotypes et les inventer à partir de cela.

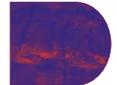
Par conséquent, le graphisme est devenu un réel outil de communication, son aspect visuel et immédiat, permet de capter plus facilement l'attention du spectateur, qui est aujourd'hui « un regardeur d'images ».

Le graphisme d'information est notamment devenu, une discipline nécessaire aux espaces publics de transition, qui ont besoin d'une communication cohérente et compréhensible. Grâce au graphisme, l'utilisateur peut avoir accès aux informations et circuler facilement dans ce lieu. Cependant, il ne faut pas oublier la dimension publique du graphisme dans ces espaces, le message doit être neutre, objectif pour le bien de l'intérêt général. Tout comme l'espace public qui est à la fois un espace physique, fonctionnel, mais aussi sensible, le graphisme des espaces publics se distingue car il unit ordre et esthétique. Les signes graphiques possèdent un fond qui suit un déroulement logique et ordonné, ainsi qu'une forme attractive, pour capter le regard. De ce constat, Jacques Bertin ou Otto Neurath ont alors défini des éléments techniques permettant de créer des messages visuels compréhensibles, comme des niveaux de lecture, des usages appropriés de la couleur et de la valeur, des seuils de perception, des principes de classification etc. Les graphistes d'information se sont ensuite appropriés ces différents outils afin de pouvoir produire plusieurs dispositifs (carte, signalétique, pictogramme, tableau), permettant de transmettre une information de façon lisible aux usagers. Enfin, le graphisme d'information se différencie, par sa démarche ciblée sur les usagers. Le graphiste prend en compte le destinataire et le récepteur du message, lorsqu'il conçoit son projet. Il pourra notamment s'inspirer des analyses sémiologiques, afin de créer des signes visuels limpides, que l'utilisateur comprendra presque instinctivement.

²⁰ Citations reprises dans Architecture de l'information versus design de l'information. Études de communication, Beyaert-Geslin Anne. (2018). 161-174. <https://doi.org/10.4000/edc.7651>

²¹ Frutiger, Adrian. (2000). L'homme et ses signes. France: Atelier Perrousseaux



Le rôle   
 du designer
 au sein
 des
 espaces
 publics   

● Le Projet Professionnel Personnel comme support d'expérimentation graphique

De plus en plus on observe des designers, cherchant à dégager une atmosphère, un message, une histoire une poésie à un lieu. C'est notamment toute mon intention à travers mon projet professionnel personnel.

Dans le cadre de mon projet professionnel personnel, je souhaite dépasser l'aspect fonctionnel du graphisme d'information et redéfinir un espace public de transition. J'aimerais que cet espace ne devienne plus un simple lieu de passage, mais un lieu avec une empreinte identitaire, symbolique et anthropologique marquée. Le graphisme provoquerait des interactions entre les individus et le lieu ainsi qu'un étonnement esthétique.

C'est pourquoi, j'ai choisi de redéfinir le musée d'arts contemporains, **Les Abattoirs** (Musée, FRAC – Toulouse) : un espace public de transition. On peut considérer ce musée, comme un espace transitoire, car c'est un lieu de passage, où les visiteurs ne restent que pour une durée limitée. De même, les visiteurs du musée ont un objectif bien précis : faire une exposition, admirer des œuvres d'art, se cultiver, visiter etc. Les visiteurs ne s'approprient pas le musée, ils viennent en tant que spectateurs, dans un but de connaissance, de culture. La relation du musée au visiteur, est contractuelle symbolisée par le ticket de visite. C'est aussi un espace où il n'y a pas ou peu d'interactions humaines. Il y a surtout une concentration forte sur le moi-sujet. Cependant, on ne peut pas considérer le musée des Abattoirs comme un « non-lieu » (un lieu non-symbolique) car le musée possède une identité historique forte, grâce à son architecture issue des anciens abattoirs de Toulouse. Toutefois, il m'apparaît que l'identité graphique représentée sur les supports de communication du musée, véhicule une image moins remarquable.

Mon projet a donc pour objectif de créer pour ce musée une nouvelle identité visuelle, ainsi qu'un système graphique transposé sur des supports imprimés, numériques et en signalétique. Je m'inspire notamment de l'architecture singulière et historique du musée : « Les Abattoirs ». Il s'agit d'un lieu emblématique de Toulouse, qui est marqué par les vestiges de son passé comme les grandes arches, les briques rouges. Ainsi l'architecture du musée possède une histoire, une atmosphère particulière, qui véhicule une émotion aux visiteurs et qui transcende le présent. C'est pourquoi, j'ai choisi d'utiliser le site du musée, comme matériaux de création graphique. Le graphisme se nourrit de l'architecture des Abattoirs puis il prend possession de l'espace (via la signalétique et les supports de communication).

Afin de puiser mon inspiration dans l'architecture du musée « Les Abattoirs », j'ai souhaité avoir une pratique *in situ*. Le terme « *in situ* » signifie « *sur place* », « *dans son milieu naturel* » (selon le dictionnaire en ligne Le Robert). Dans le domaine des arts plastiques, « *in situ* » désigne une méthode artistique, où la création de l'œuvre dépend de son site d'accueil (d'après le dictionnaire en ligne, linternaute). L'œuvre n'est alors pas transportable, elle est conçue, à partir et pour son lieu d'accueil. C'est une démarche qui permet de révéler l'absence, le manque, l'effacement, d'un espace. Elle révèle quelque chose qui n'existait pas avant. Grâce à ma démarche, je pourrais ainsi redéfinir et affirmer l'identité du musée.

On peut citer comme artiste *in situ*, Richard Serra qui compose ses sculptures en fonction du lieu. Ces sculptures sont conçues en acier corten et sortent de son atelier, pour transmettre une nouvelle vision à un espace. Serra prend à partie l'utilisateur, il lui impose ces sculptures, qui créent chez lui un sentiment nouveau dans cet espace (de petitesse, d'insécurité...). Par exemple la sculpture *Clara-Clara*, située anciennement au Jardin des Tuileries, est très représentative du travail de Richard Serra. Il s'agit d'une sculpture, conçue spécifiquement pour ce lieu où l'on retrouve des jeux d'équilibres et de perspectives entre de longues plaques d'aciers. La sculpture, à travers sa position, ses courbes, sa couleur, son échelle va alors dessiner de nouvelles perspectives au lieu. Ainsi Richard Serra, ne cherche pas à représenter le site mais plutôt à le redéfinir. Aujourd'hui l'œuvre *Clara-Clara* a été déplacée, limitant ainsi le message de l'œuvre ; cela montre bien que les sculptures de Serra ne peuvent être séparées de leurs lieux de conception.

À la manière de Serra, je souhaite que mon système graphique se nourrisse et interagisse avec le site du musée. De même, selon Gaëtane Lamarche-Vadel²², les artistes, souhaitant réaliser des œuvres « in situ » dans la ville, doivent prendre conscience de l'histoire de celle-ci et chercher « des symboles, des traces de mémoire collective, des vestiges, des substructions lisibles dans la forme des rues et des places ».

Étape 1 : Collecte photographique

C'est pourquoi, j'ai commencé mon travail in situ par une collecte des formes, des traces, des variations de lignes, d'angles, des textures, des matières que l'on peut observer dans l'architecture du musée Les Abattoirs. J'ai tout d'abord exploré le musée, en prenant de nombreuses photos de son architecture. À travers ces photos, on peut voir ma manière de percevoir cet espace. En analysant de plus près ces photos, je me suis attardée sur l'architecture des briques rouges, très présente et emblématique du musée et de la ville de Toulouse. Ce qui m'intéressait, c'étaient les différences de variations, de rythmes qu'elles produisaient. Selon l'angle de vue et la disposition des briques, on observe une différence sur la structure, le dessin des briques.

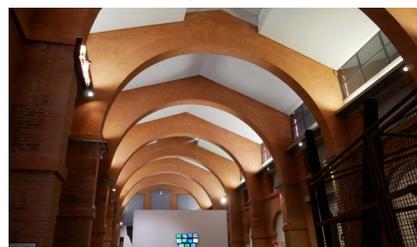


Fig.5- Musée Les Abattoirs,
L'architecte Urbain Vitry en 1825 (sur la construction historique des Abattoirs), puis en 1995, Antoine Stinco et Rémi Papillault (sur les espaces modernes).
Photographies personnelles.

²² LAMARCHE-VADEL Gaëtane. (2001). De ville en ville, l'art au présent. France : Ed. de l'Aube. La Tour-d'Aigues

Étape de 2 : Dessin stylisé architecture

Ensuite, j'ai souhaité capter et représenter toutes ces variations dans mon graphisme. Je me suis notamment inspirée du travail de Jean Widmer pour Le Centre Pompidou, Musée national d'art moderne. En 1977, il crée un logo pour le centre, inspiré par la façade atypique du musée. Il s'inspire du rythme, du mouvement de la structure du bâtiment et entame une série de croquis. Il retient dans ses ébauches les caractéristiques essentielles de la façade. On y retrouve alors six bandes noires alternées par du blanc qui forment une surface rectangulaire rayée, traversée par deux autres bandes noires en zigzag. Dans son logo, Jean Widmer a donc simplifié les lignes directrices de la structure, il stylise l'architecture du musée.

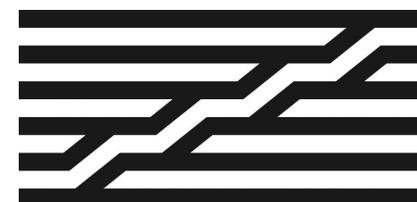


Fig. 6- Jean Vidmer, Logo du Centre Pompidou, Jean Vidmer, 1977 © Droits réservés



Fig. 7- Centre Pompidou, Musée national d'art moderne, architectes Renzo Piano-Richard Rogers 1977
© sortiraparis.com

En m'appuyant sur mes photos, j'ai alors moi aussi, dessiné les lignes directrices, de manière simplifiée, des murs de briques du musée. Selon la construction des briques, l'angle de vue de la photo, la structure, les lignes sont complètement différentes. On retrouve ainsi une répétition de lignes, avec une variation d'épaisseur de trait, de longueur, d'orientation. L'ensemble de ces lignes constitue alors toute une trame graphique.

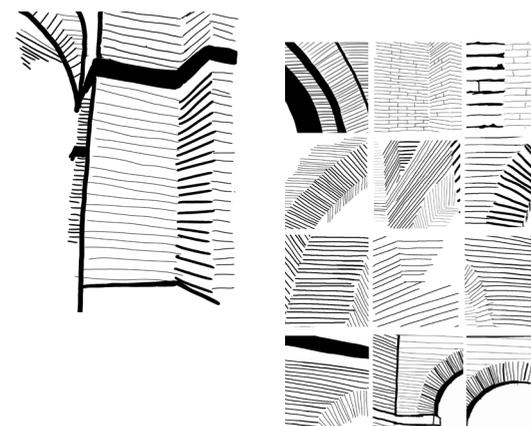
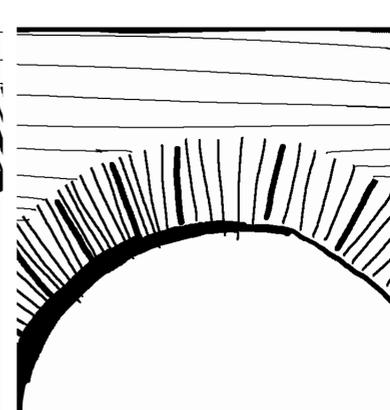
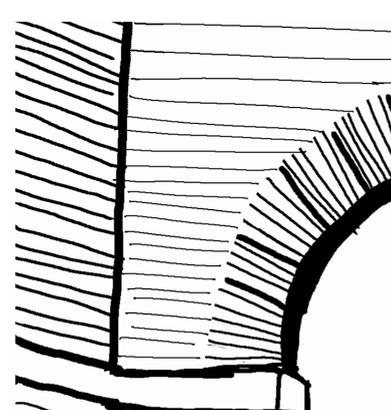
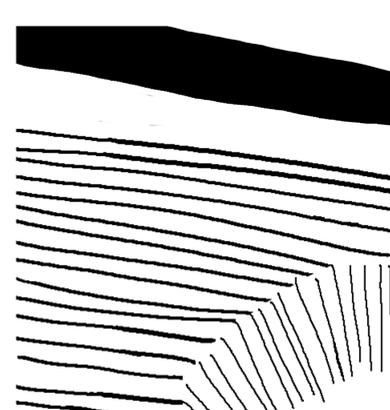
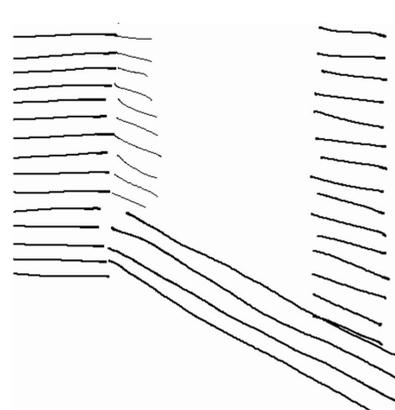
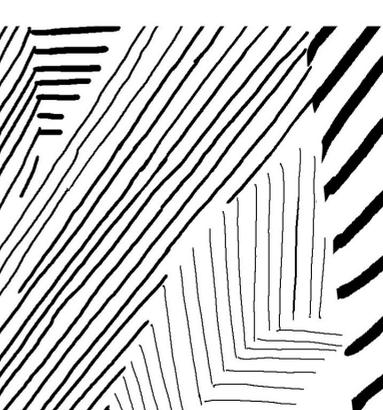
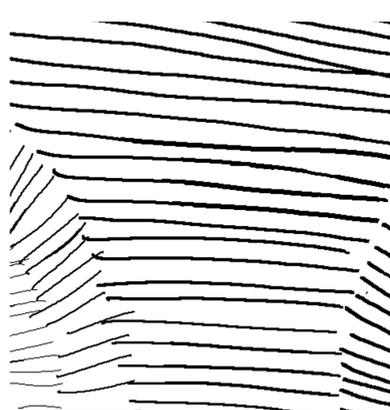
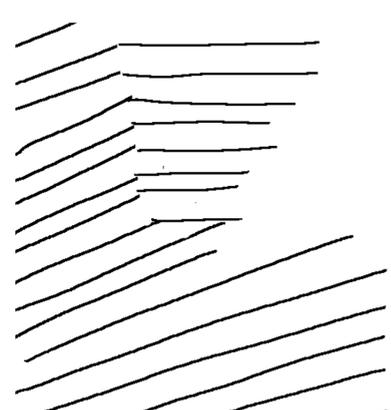
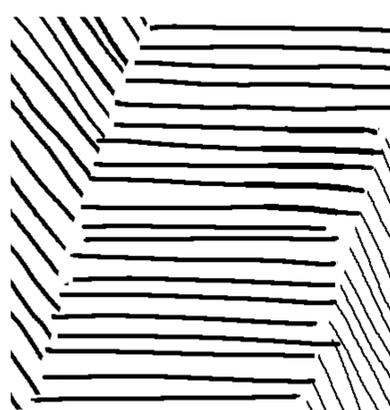
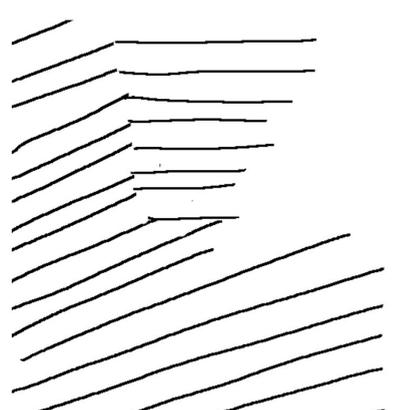
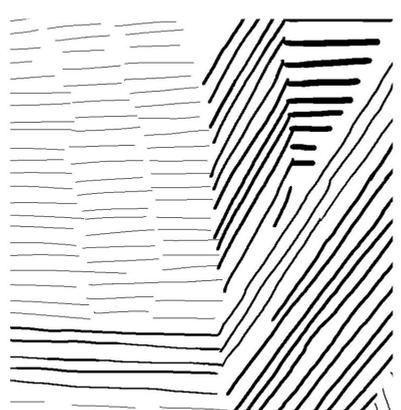
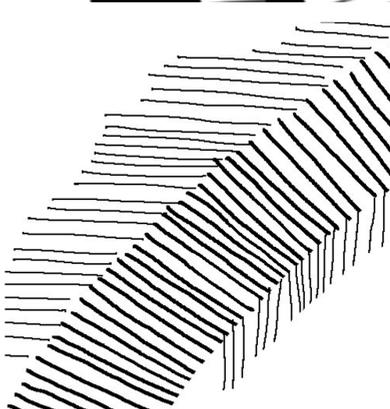
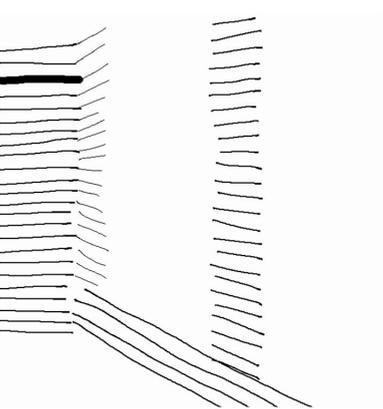
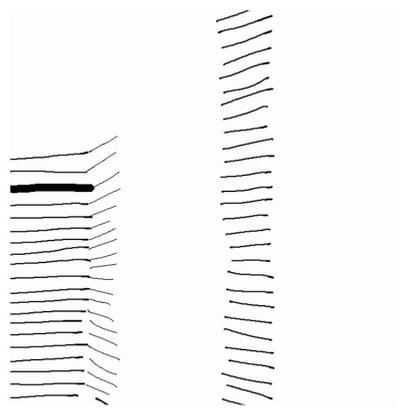
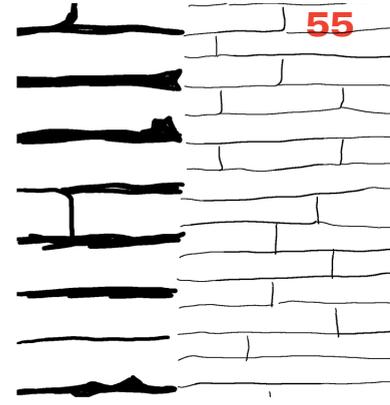
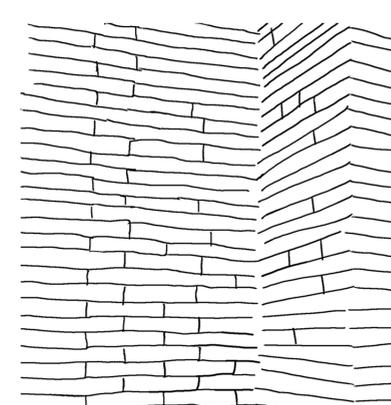
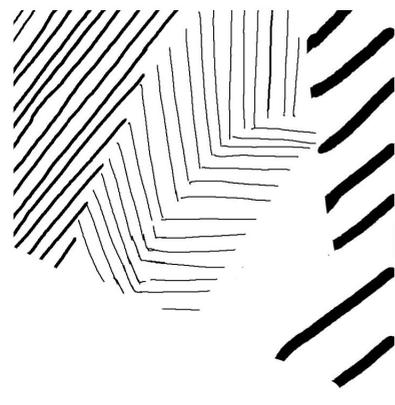
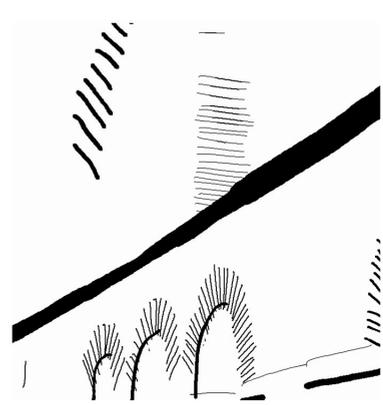
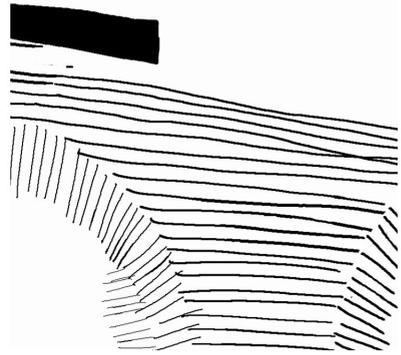


Fig. 8- Dessins personnels
à partir de l'architecture du musée Les Abattoirs



Étape 3 : Exploitation de la trame graphique

Je me suis également référée à des graphistes utilisant des matériaux très plastiques, avec une empreinte fait-main, dans leurs projets. Je pense notamment au studio graphique Atelier Bingo, qui découpe des formes, les superpose, les assemble, de manière plus ou moins aléatoire. Ces formes ont chacune un dessin différent, ce qui produit des motifs très variés.

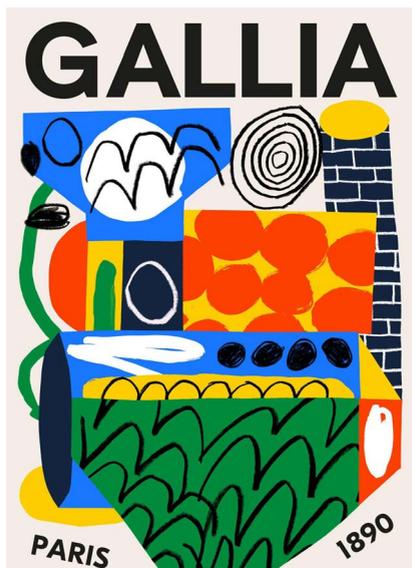


Fig. 9-Atelier Bingo, identité visuelle Gallia Paris, 2020,
© Atelier Bingo, atelier-bingo.fr

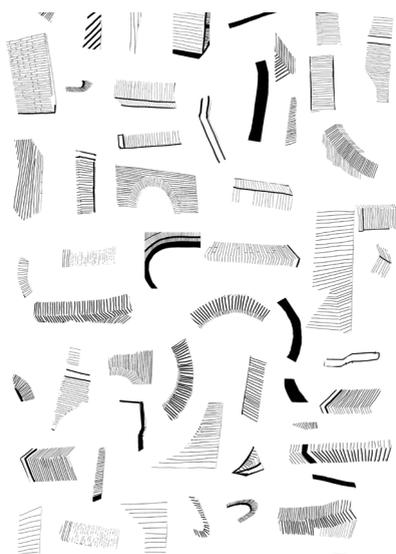


Fig. 10-Compte Instagram
Atelier Bingo, 2021
@atelier_bingo
© Tous droits réservés

Appréciant cette diversité, j'ai souhaité exploiter ma trame en la découpant en plusieurs parties, à la manière d'Atelier Bingo. Mes parties, se distinguent par leurs formes mais aussi par leurs trames. Ces modules me permettent de me détacher de l'architecture du musée et de livrer ma propre interprétation du lieu. De plus, ces échantillons sont aussi plus exploitables pour créer un système graphique, ils sont devenus des signes graphiques reconnaissables.

Fig. 11-
Mes modules découpés,
issus des dessins stylisés de
l'architecture du musée

Ainsi tous ces modules, me sont alors apparus comme une collection de signes graphiques, avec une sensibilité propre. Catherine Zask, est une graphiste, typographe, artiste, travaillant la notion de collection. Elle collecte tout un tas de signes singuliers, qu'elle crée à l'encre ou à la peinture noire. Puis elle compose, façonne, sa typographie, le placement du texte, des images, en fonction de ces signes plastiques. J'ai alors ensuite manipulé ma propre collection de signes graphiques, en les associant et en les combinant avec d'autres moyens graphiques comme la typographie, la couleur, l'image. Puis, lorsque j'ai trouvé des principes graphiques structurant mon contenu, je les ai transposés sur des supports de communication (affiche d'exposition, programme du musée, flyers etc.).

Fig. 12-Compte Instagram
de Catherine zask, 2021
@catherinezask
© Tous droits réservés

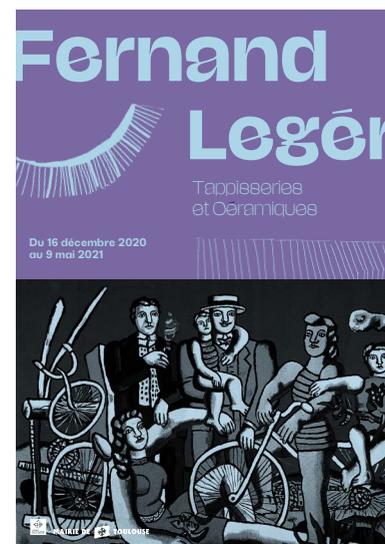
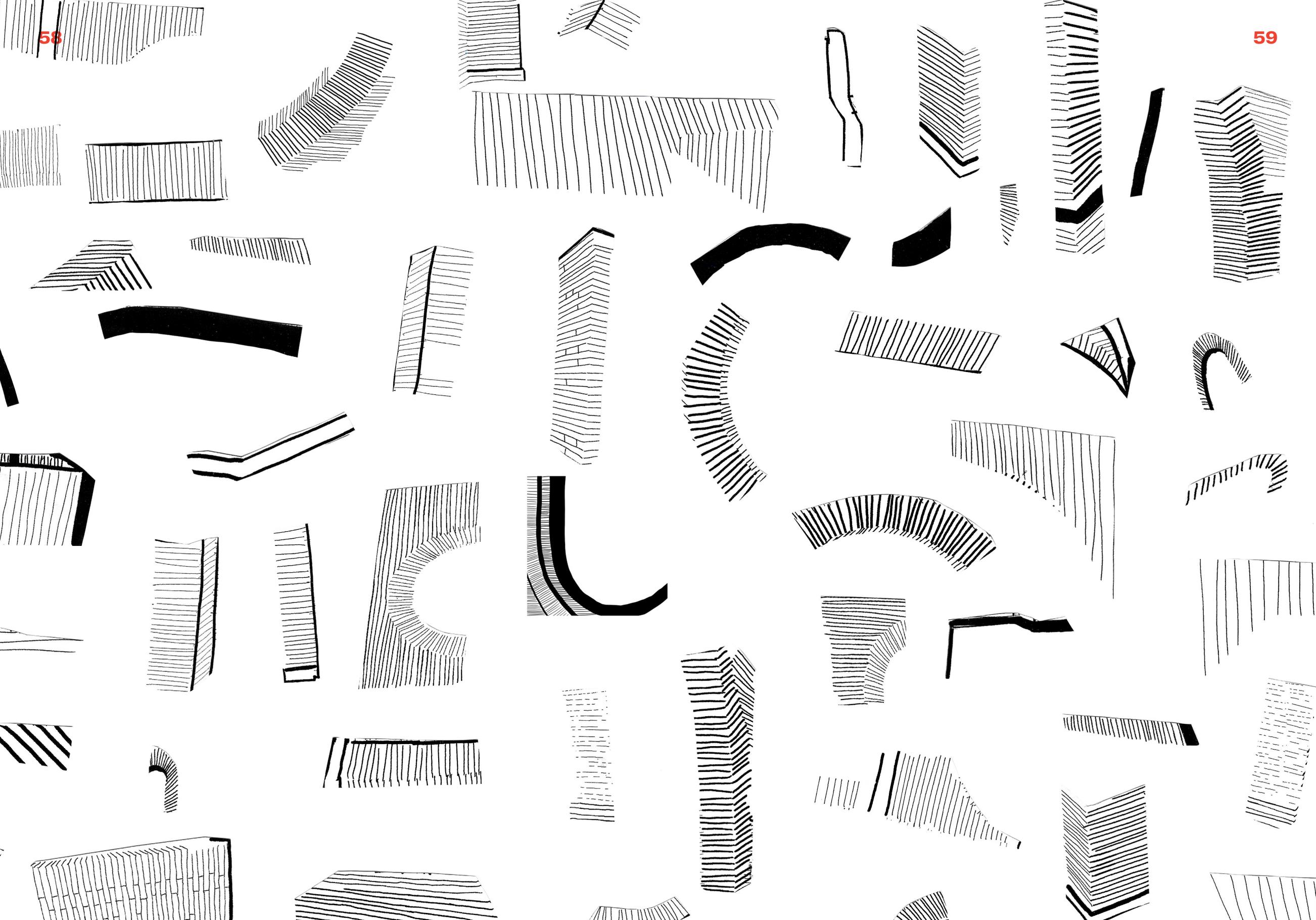


Fig. 13-Recherche sur
la création d'une affiche
pour une exposition



Étape 4 : Idée de déambulation poétique

Je devais également au cours de mon projet, réfléchir à transmettre ma vision artistique à travers l'espace des Abattoirs, notamment par le biais de la signalétique. Pierre Di Sciullo²³, se distingue par sa démarche singulière lorsqu'il conçoit une signalétique. Ses projets sont pensés pour interagir, jouer, étonner le public. On retrouve ses productions graphiques dans le contexte urbain, dans les rues, sur des places publiques. Il mêle sculpture, typographie, information, dans des projets architecturaux. Lorsqu'il crée : Le générateur d'anagramme de recouvrance, à Brest (signalétique de la nouvelle ligne de tram), il crée 115 plaques sérigraphiques qui utilisent exclusivement les lettres du mot « recouvrance », produisant ainsi un jeu d'écriture en plein air, pour les brestois. La ville est comme son terrain de jeu poétique et plastique. De même, les déplacements corporels de l'utilisateur sont très importants pour Pierre Di Sciullo. Il souhaite à travers sa signalétique, répondre aux questions fonctionnelles mais tout en créant une nouvelle temporalité du déplacement du corps dans un espace.



Fig. 14-Pierre Di Sciullo, Générateur de Recouvrance, Brest, 2013
www.quiresiste.com
© Pierre Di Sciullo



²³ Ponant Pierre, Pierre Di Sciullo l'archigraphe, Magazine étapes n°223, Stratégies d'orientation, p. 71 -81, janvier-février 2015,

Cette déambulation poétique est également très présente dans le travail de Ruedi Baur. Il souhaite dépasser le cadre fonctionnaliste de la signalétique, en lui donnant une portée poétique. Il dit d'ailleurs :

« Je crois beaucoup en la nécessaire synergie entre fonctionnalité et inutile. Rien de grand sans une part d'inutile. »

Ruedi Baur²⁴, 2015

La signalétique pour l'extension de l'aéroport de Vienne, (2004-2012) par exemple, crée une atmosphère particulière à ce lieu. Il invente tout un langage visuel avec la typographie Fedra sans (conçue par Peter Bilak), et il utilise des jeux de transparence, de dégradée, créant une impression de flou, de légèreté, à l'image de l'avion qui s'envole.

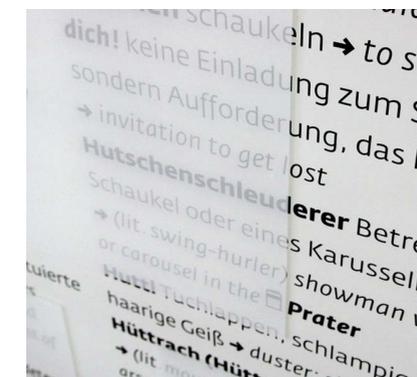


Fig. 15-Ruedi Baur, Signalétique Aéroport de Vienne, 2013
www.irb-paris.eu © Ruedi Baur ,

J'aimerais également transmettre à mes supports de communication, comme à travers ma signalétique, l'idée de déambulation poétique. J'aimerais plonger les visiteurs dans ma vision artistique et architecturale du musée, pour leur provoquer un étonnement artistique. C'est pourquoi la signalétique prendrait une grande place au sein du musée. L'idée n'est pas qu'elle soit discrète, juste informelle, mais au contraire qu'elle transmette une expérience artistique supplémentaire au musée. Je dois cependant veiller à ce qu'elle ne prenne pas le dessus sur les œuvres exposées du musée, je dois ainsi trouver le juste équilibre entre discrétion et originalité.

²⁴ Bougie Caroline, Ruedi Baur bien urbain Magazine étapes n°223, Stratégies d'orientation, p. 87-95, janvier-février 2015,

D'après cette analyse, on peut en déduire que le rôle du designer graphique n'est pas seulement de transmettre des messages compréhensibles, mais aussi de transmettre une expérience nouvelle de lecture dans ses objets de communication ou dans un espace.

En ayant une démarche in situ, comme c'est le cas dans mon projet professionnel personnel, cela me permet de mieux comprendre la sensibilité du lieu, pour la transmettre à mon tour aux lecteurs. J'ai ainsi relevé, collecté des échantillons plastiques, issus de l'architecture du musée « Les Abattoirs », qui constituent tout un langage graphique. Cette plasticité, me permet de donner une nouvelle dimension à ma communication graphique fonctionnelle. À travers mes dessins, qui sont ensuite transformés en système graphique, je retranscris la manière dont je perçois ce bâtiment. Ils sont donc empreints de l'architecture mais également de la manière dont je dessine, les rendant d'autant plus singuliers. Je ne suis pas seulement à la recherche d'un contenu fonctionnel. C'est ici la poésie du lieu qui m'intéresse et que je souhaite pouvoir partager. Par ma singularité graphique, j'espère sensibiliser davantage le spectateur aux fonctions du lieu, à sa nature, à son histoire.



**« Je crois beaucoup en
la nécessaire synergie entre
fonctionnalité et inutile.
Rien de grand sans
une part d'inutile. »**

Ruedi Baur, extrait d'une interview
dans le magazine étapes n°223, 2015



■ Les problèmes de communication et les solutions envisagées

Le designer graphique pour optimiser l'espace public, doit transmettre les clefs de lecture de cet espace, aux usagers (*habitants et visiteurs*) mais aussi aux intervenants (*architectes, urbanistes, institutions publiques*).

Les institutions publiques sont confrontées actuellement à de nombreuses problématiques concernant l'aménagement et la communication de leurs espaces, comme la perte d'identité des lieux, les questions de vivre ensemble, la multiplication des messages, des interactions etc. Le designer par son approche différente mais complémentaire de celle des architectes, urbanistes et des institutions publiques peut apporter des solutions innovantes.

À l'origine le design se retrouvait essentiellement dans les services privés mais il est devenu progressivement pertinent pour repenser les services publics afin d'optimiser l'expérience de ses usagers. De ce constat, est né le **design de service public**²⁵ mettant alors l'utilisateur au cœur de sa réflexion pour concevoir des espaces publics ou des administrations publiques, mieux adaptés et plus satisfaisants. Le design de service public est une discipline permettant de changer le rôle des politiques publiques. Il repense le monde à partir d'actions locales dans le but de projeter un futur meilleur. Le design de service associe des techniques de design à des méthodes issues des sciences humaines afin de mieux comprendre les pratiques réelles des usagers. Il permet de repenser les procédures, les modes de décisions des pouvoirs publics, tout en prenant en compte des évolutions des comportements et des attentes des usagers. Le design de service redonne une place centrale à la question des usages et des usagers qui sont des éléments clés de la compréhension des enjeux et de l'élaboration de solutions innovantes. Le design de service public comprend à la fois le design graphique, d'espace, de produit.

²⁵ Département de Loire-Atlantique et L'École de design Nantes Atlantique. (2014). Design de service public en collectivité locale. le passage à l'acte. France : Éditions La Documentation Française

L'utilisation du design de service public est donc très pertinente au sein des institutions publiques, il améliore leurs modes de fonctionnements pour le bien-être des usagers. Le designer graphique dans sa quête d'optimisation des espaces publics peut notamment appliquer les divers moyens et méthodes du design de service.

Le designer de service commence, avant toute conception, par analyser son environnement. Cela lui permet d'optimiser le service à l'utilisateur dans un contexte de mutation sociétale et technologique. Il prend en compte dans sa production des évolutions de notre société et des citoyens. Le design de service public procède donc au préalable à une vraie enquête de terrain afin de trouver les solutions adaptées aux besoins. Il analyse le contexte social, environnemental, culturel dans lequel il se situe. Il va à la rencontre des usagers, travaille avec eux sur leurs attentes, il se met dans leurs conditions afin d'évaluer la qualité du service rendu. Le designer possède cet esprit critique qui lui permet de soulever des problématiques à partir des usages réels qu'il observe. C'est alors qu'il effectue une sorte de cahier des charges avec les objectifs, les attentes, les contraintes, l'environnement, du projet. Il peut ainsi prendre en compte tout cet « eco-système » dans ses priorités d'intervention. Le designer graphique peut donc utiliser l'espace public comme une ressource ; il l'exploite, l'analyse en vue d'en dégager des solutions innovantes. En procédant à cette phase d'analyse et d'observation, il peut ainsi concevoir des formes de communications visuelles adaptées aux usagers et aux enjeux de notre société. Les messages visent directement les besoins des usagers comme celui de compréhension et de sensibilité. Par exemple, dans une crèche, le designer graphique choisira des codes graphiques plus colorés, ludiques qui amusent et émerveillent les enfants.

En design de service, le processus de recherche se distingue, du fonctionnement habituel des actions publics car les designers font beaucoup de prototypages. Ils testent directement leurs conceptions sur le terrain. L'utilisateur et les politiques publiques sont alors sollicités durant cette phase de simulation. Le graphiste peut également rendre acteur le lecteur durant la phase de prototypage de sa communication visuelle. Cela lui permet d'évaluer et d'améliorer son projet graphique, au fur et à mesure de sa construction. Dans le cas d'une conception de signalétique, cela permet de savoir si l'usager arrive correctement à la lire, à l'identifier, pour qu'il puisse être guidé au mieux dans cet espace. De la sorte, le designer graphique (re)met l'humain au centre de la réflexion.

La créativité du designer graphique, est également, très pertinente, pour les institutions publiques. Grâce à son ouverture culturelle, sa curiosité et sa sensibilité, cela lui permet d'imaginer des solutions innovantes, auxquelles une institution publique n'aurait pas forcément pensé. Le graphisme peut notamment dépasser la fonction utilitaire et transmettre une identité, une poésie à un objet de communication des pouvoirs publics. Il procure des émotions nouvelles aux spectateurs. Les graphistes ont également cette capacité à simplifier des choses complexes en suivant les méthodes du graphisme d'information notamment. Par le moyen d'illustrations, de schémas, de maquettes, ils simplifient l'accès à un processus administratif, un ensemble de données.

Le design de service permet également d'associer une pluralité de compétences, pour les pouvoirs publics. C'est l'idée du concept de Co-conception créative. Il applique des méthodes, comme le « design-thinking » qui permettent de faire apparaître une créativité-collective, en associant des designers de différentes disciplines (graphique, espace, produit) mais aussi des usagers, des personnels d'entreprise et collectivités. C'est notamment ce qu'incite à faire notre formation à l'ISCID (dans le cadre des workshops), en proposant plusieurs disciplines du design et en les combinant afin d'apporter des solutions créatives à destination d'une demande. Le designer graphique en s'associant à d'autres acteurs peut ainsi imaginer un concept de « graphisme global », la communication visuelle se déploie alors à travers d'autres supports comme l'aménagement, le design d'objet, la scénographie. Cela lui permet de transmettre une expérience utilisateur, réfléchie de A à Z. En combinant les savoirs et les savoir-faire, on peut ainsi penser et produire des projets de design innovants.

Afin que les solutions, émises par le designer soient innovantes, elles doivent respecter quelques conditions :

- Être adaptées à l'échelle d'action (territoire, région, nation)
- Intégrer les parties prenantes du dialogue (citoyen, autre acteurs)
- Trouver des actions complémentaires entre les différents acteurs et le citoyen

*Selon Département de Loire-Atlantique
et L'École de design Nantes Atlantique,
Design de service public en collectivité locale,
Le passage à l'acte. 2016*

En respectant ces trois conditions, le design peut ainsi répondre aux évolutions et aux enjeux de notre société. Le designer comme le designer graphique ne se contente pas juste de rajouter un aspect artificiel à un produit, à un service mais il crée une valeur ajoutée aux projets qui contribue à améliorer le fonctionnement des pouvoirs publics. Le design graphique peut donc accompagner le secteur public dans une réflexion sur son évolution et sa transformation, permettant ainsi d'optimiser l'expérience de ses usagers dans ses espaces.

Étude de cas : Hello Smile

On peut citer comme exemple concret de design de service, le projet Hello Smile. Il s'agit d'un projet de design, créé par le studio pluridisciplinaire Hellolab, visant à dessiner l'identité d'une clinique dentaire.

C'est un projet, qui en amont a suscité une réelle enquête auprès des usagers de la clinique (patients, personnel soignants, dentiste). Ils se sont également beaucoup intéressés au point de vue des enfants, dont le dentiste est souvent un rendez-vous redouté. Ce travail « in situ » a permis de comprendre les enjeux et fonctionnement de cette clinique pouvant être qualifiée de « non-lieu ». L'homme ne vit pas dans une clinique, il s'y rend simplement pour un rendez-vous médical (souvent sous la contrainte). De même cet espace n'avait pas réellement d'identité marquante, la communication visuelle comme l'aménagement des espaces étaient très sobres et neutres. Ainsi, la clinique renvoyait une image plutôt froide et austère. Les designers ont alors choisi de redéfinir ce site avec une nouvelle identité. Ils ont repensé l'organisation de l'espace de la clinique afin de créer une nouvelle expérience pour ses usagers. L'idée était de transmettre une bonne image de la clinique à travers un aménagement de l'espace et ses supports de communication qui traduisent l'univers narratif d'un voyage dans le ciel. Les codes graphiques d'Hello Smile sont très colorés, joyeux, chaleureux et s'émancipent de ceux du milieu médical. Le studio redéfinit le site de la clinique en véhiculant des messages accueillants et ludiques, servant une démarche préventive sanitaire.

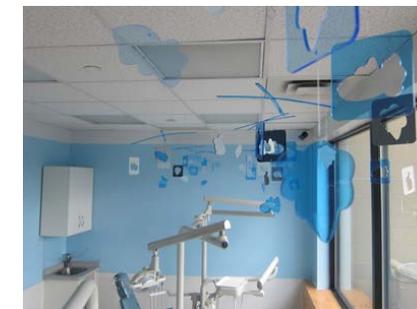


Fig 16
Hello Lab, projet design
de service pour une clinique
dentaire : Hello Smile
Copyright 2011-2021
© DesignDeServices.org

Depuis les années 2000, le design tend à devenir un pilier de la Co-conception créative des politiques publiques. Le design par sa créativité et son esprit d'analyse apporte des solutions innovantes aux institutions publiques. Il prend en compte l'utilisateur et son contexte, tout le long de son processus de création, ce qui permet de répondre aux enjeux actuels des pouvoirs publics. De même, en incluant les différents acteurs (citoyen, collectivité, architecte etc.), cela lui permet d'ouvrir sa réflexion, pour trouver des solutions toujours plus innovantes.

Si le designer graphique souhaite répondre aux attentes des institutions publiques, il peut appliquer les méthodes du design de service public ou s'intégrer à cette discipline. Mais, pour que le designer graphique soit réellement utile aux pouvoirs publics, il doit dépasser le stade de l'intention et aller au-delà de la créativité. Cependant, les propositions du designer, ne sont pas toujours suivies et comprises par les pouvoirs publics. Il peut alors être frustré car ses concepts innovants et créatifs ne correspondent pas à celui des organisations publiques. Le défi est donc aujourd'hui de sensibiliser les élus, les collectivités territoriales, les gestionnaires d'espaces publics urbains, à ouvrir leurs réflexions au design. La difficulté ne réside pas dans le fait de leur faire accepter la collaboration entre les designers, les commanditaires, les usagers mais plutôt dans celui de les amener à changer leurs habitudes. Il faut réussir à convaincre les pouvoirs publics de dépasser cette routine et d'intégrer de nouvelles pratiques afin d'améliorer leurs fonctionnements.



**Le design tend à devenir
un pilier de la Co-conception
créative des politiques
publique**

Les enjeux du métier

Les enjeux du designer graphique ont fortement évolués ces dernières années, on observe une ouverture de la discipline. Les graphistes vont au-delà des principes de lisibilité-visibilité.

La saturation du marché, la surabondance de l'image, ont conduit le designer à être plus créatif, à se renouveler. Le designer graphique cherche alors à créer un design avec une identité plus singulière qui marque les esprits. Il se sert alors d'éléments sensibles comme les formes, les couleurs, la transparence, les textures, l'équilibre... Cela permet de créer du graphisme avec une histoire, un message plus poétique, plus original. L'enjeu pour le designer graphique est alors de réussir à créer un contenu sensible. Il doit être capable de procurer de l'émotion dans un cadre fonctionnel. Il doit toucher le sens des spectateurs, en rendant désirable, surprenant, des objets de communication fonctionnel. Le designer est donc aujourd'hui un médiateur qui traduit l'abstrait en concret, le fonctionnel en sensible. Cependant, le designer doit toujours garder à l'esprit la lisibilité du message, un pilier du graphisme d'information.

Dans le cas des espaces publics, le designer graphique s'inscrit donc comme un médiateur de ce lieu, il transmet des moyens de communication, à destination des usages et des usagers. Il peut alors s'interroger sur la manière de transmettre des messages sensibles au sein de cet espace. Pour cela, le designer peut s'interroger sur la manière dont il appréhende ce lieu, il doit se demander :

Est-ce que je souhaite représenter ou redéfinir cet espace ?

S'il choisit de représenter un lieu, le designer devra prendre en compte les paramètres du site, les citer dans sa proposition, l'intégration sera alors plus douce. À l'inverse, s'il souhaite redéfinir un lieu, il devra changer son contenu, l'intégration sera alors plus forte.

Des designers comme Pierre Di scullo ou Ruedi Baur ont justement cherché à redéfinir l'espace public. Ils nous invitent à le lire autrement, en créant des interactions avec le public, en l'invitant à une déambulation poétique par exemple. Ils rendent visible et sensible ce lieu, qui devient un espace vécu partagé avec une identité forte.

Le designer contemporain cherche davantage à « casser les codes » d'un graphisme trop conventionnel, basé sur des critères de lisibilité, établi par le graphisme d'information notamment. Cela est particulièrement visible dans les espaces publics, très conventionnels à l'origine et qui tendent à devenir des lieux plus sensibles, transmettant ainsi une singularité dans nos villes.

De même, un des enjeux pour le designer graphique est de créer un graphisme plus responsable. Le designer recherche un équilibre entre l'aspect industriel et social dans son contenu.

En effet, le designer s'interroge de plus en plus sur comment devenir un « bon designer » ? Karen Brunel-Lafargue²³, nous invite notamment à réfléchir sur la responsabilité du designer graphique aujourd'hui.

Le design graphique est notamment une discipline faisant le lien entre l'art et l'industrie. L'enjeu pour le designer est alors de trouver le juste équilibre entre le système capitaliste et son rôle social. Il doit se demander : « comment être un acteur du marché économique sans s'y soumettre au point de nuire à la société ? » (Karen Brunel-Lafargue, 2018). Dans le cas des espaces publics, le graphiste doit alors d'une part prendre en compte l'aspect social, aider au mieux les usagers. Mais cet espace est également intégré à la société industrielle. Le graphiste doit aussi chercher à vendre, à inciter à la consommation. On constate cela dans le projet de la future gare du nord 2023 à Paris notamment, les designers proposent une pluralité d'offres (crèche, salle de sport...) afin de créer une expérience agréable pour l'utilisateur, mais il y a également un but commercial derrière cela (fructifier la gare).

« comment être un acteur du marché économique sans s'y soumettre au point de nuire à la société ? »

Karen Brunel-Lafargue, 2018

²⁶ Brunel-Lafargue Karen. (2018). Le designer graphique et les sens de la responsabilité : étude descriptive de la modélisation morale du praticien. Thèse en Art et histoire de l'art. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I.

Afin de trouver ce fameux équilibre entre la notion industrielle et sociale, le designer graphique peut se définir en fonction de ces catégories théoriques (établies par Karen Brunel Lafarge, 2018) qualifiant un « bon designer » :

Le « bon » social. Le designer graphique veut faire évoluer la société, en l'éloignant de ses valeurs capitalistes, quitte à produire en dehors de son système économique. Il n'a pas de but marchand, il cherche simplement l'approbation de la société.

Le « bon » esthétique. La production du designer graphique, propage du beau dans le paysage visuel et apporte ainsi une harmonie au quotidien des populations. Il cherche à créer l'émerveillement chez le spectateur.

Le « bon » user-centred, qui signifie « centrée sur l'utilisateur » en français. C'est l'idée que le designer met les besoins de l'utilisateur au centre de son travail. Il ressent une certaine responsabilité envers son usager, il est à son service.

Au sein des espaces publics, si le designer graphique souhaite être plus responsable, il peut notamment combiner ces trois fonctions, cela lui permet d'allier ses besoins aux usagers ainsi qu'aux attentes de la société au sens large.

La notion de « user- centred » est aujourd’hui adoptée par de nombreux graphistes. En effet, le design devient maintenant, une activité plus centrée sur l’humain.

Les projets de design graphique, qui revendiquent une dimension sociale ne cessent de se multiplier, notamment au sein des espaces publics. C’est l’idée de penser le design à travers sa réception et non plus simplement dans sa production. Le designer recherche à améliorer la condition sociale, la qualité de vie des usagers. C’est pourquoi il est associé aux sciences humaines, afin de mieux comprendre et répondre aux besoins des usagers. Le design évolue donc, et c’est pourquoi des disciplines comme le design de service public ont vu le jour. On observe d’ailleurs de plus en plus de formations sur cette activité, comme à l’université de Nîmes et son Master en Design Service, fondé par Alain Findeli.

C’est un design qui « a retrouvé son essence sociale : sa finalité est l’intérêt général, son approche est centrée-humain, ses bénéficiaires sont moins les individus consommateurs que les collectifs citoyens ».

Vial Stéphane ²⁷, 2021

La montée du design social montre un designer graphique de plus en plus, engagé. Cet engagement se retrouve dans la prise de conscience du contexte dans lequel il se trouve, afin qu’il puisse produire des messages cohérents.

« Il n’y a pas de choix typographique sans lecture, pas de projet d’affiche sans analyse du message, bref il n’y a pas de graphisme sans connaissance d’un “contexte” ». Pierre Bernard ²⁸

Graphisme et contexte vont donc de pair. Le graphiste doit avoir cette capacité d’analyse sur la notion sociale, culturelle, politique, de son environnement. Cette observation lui permet de déceler les aspects positifs ou négatifs de la société, afin qu’il puisse produire un message engagé, cohérent avec son époque. Les graphistes prônent ainsi un design plus écologique, plus démocratique etc. Le designer en s’engageant, peut alors créer des productions « d’utilité publique ».

²⁷ Vial Stéphane. (2021). Le Design. Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.vial.2021.01>

Dans ces conditions, l’avenir du métier, repose sur une double responsabilité pour le designer graphique. Il doit tout d’abord savoir se positionner dans sa communauté (concepteur, producteur), se demander quelle démarche il souhaite aborder mais également quelle forme et sens, il souhaite transmettre dans son graphisme et quels échanges ces supports graphiques ont avec les spectateurs.

Dans le cadre des espaces publics, le designer graphique peut choisir de transmettre des supports graphiques plus sensibles, capables de transmettre des émotions aux spectateurs. Pour cela il peut alors choisir de représenter ou redéfinir un espace public. En transmettant un contenu plus sensible à travers l’aménagement (signalétique), les supports de communication de cet espace, on marque plus les esprits et on singularise la ville. De même, on observe également une tendance pour le designer graphique, à créer des productions résolument tournées vers l’usager, possédant une dimension sociale et engagée. Cet enjeu s’est fortement développé ces dernières années avec le développement du design de service public. Cette dimension sociale, incite le designer graphique à mettre les besoins des usagers des espaces publics au centre de sa réflexion. Il améliore ainsi la qualité de vie des usagers, tout en prenant en compte des enjeux de notre société actuelle. Le design est donc « désormais caractérisé par l’adéquation entre la forme, la fonction et la société » Stéphane Vial (2021).

²⁸ Bernard Pierre. Graphisme Aujourd’hui 2012, Déplacement des formes d’engagement : conversation avec Pierre Bernard. France Culture. (6 août 2013). 1h11

Le rôle du designer graphique au sein des espaces publics, n'a donc cessé d'évoluer selon les époques.

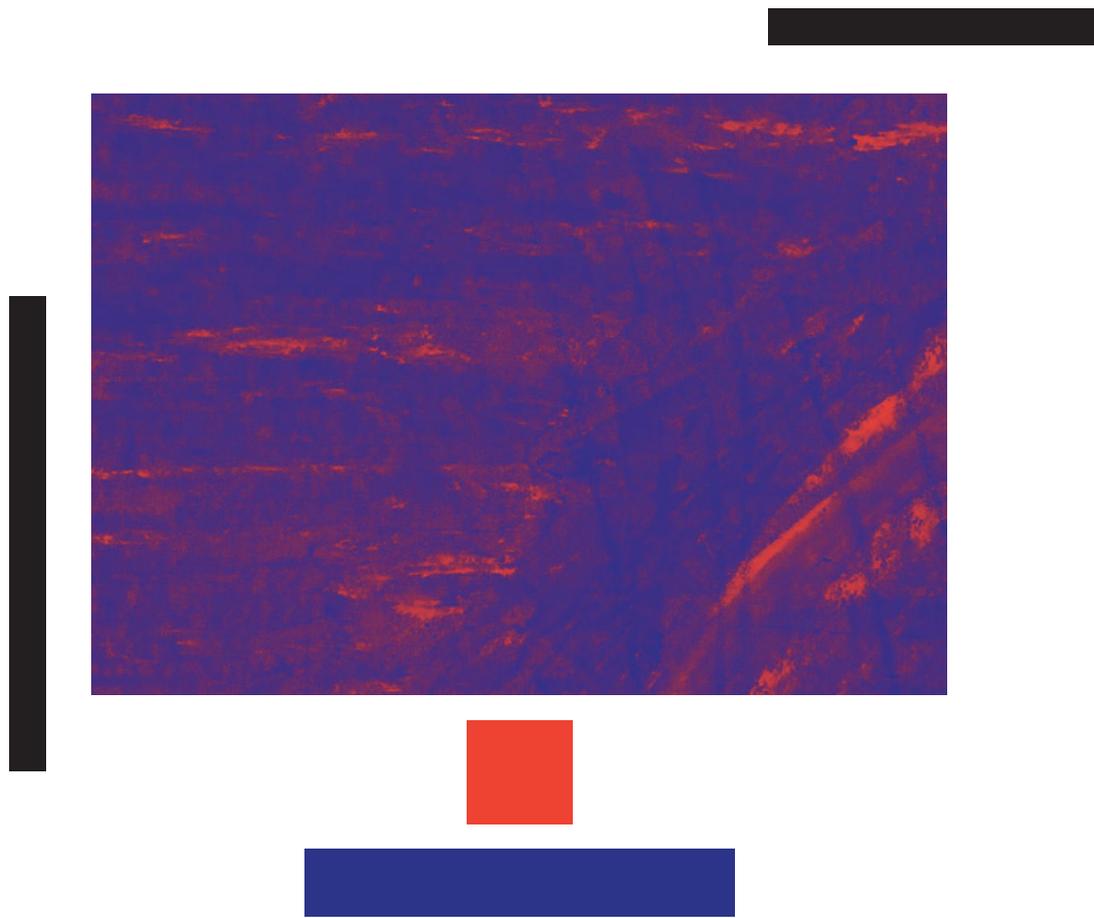
Le graphiste garde les principes de visibilité et de lisibilité mais il ajoute aussi une forme plus sensible à son contenu. Dans le cas de mon Projet Professionnel Personnel, j'ai notamment souhaité redéfinir un espace public de transition, le musée « Les Abattoirs ». J'aimerais créer une identité visuelle plus sensible, plus singulière pour marquer ce lieu dans son territoire ainsi qu'auprès de ses usagers. Cette identité s'inspire de l'architecture du musée dont l'identité historique est très marquée. J'ai élaboré une pratique in situ afin de prélever des matières et matériaux issus de l'architecture du musée. Cela me permet de révéler toute la sensibilité du lieu. Ces matériaux plastiques sont ensuite devenus des signes graphiques intégrés à des supports de communication redéfinissant ainsi l'identité visuelle comme l'identité du lieu.

Cependant, pour redéfinir un espace public, le designer doit aussi se soumettre aux attentes des institutions publiques. Aujourd'hui les institutions publiques laissent de plus en plus le designer transformer ces modes de fonctionnement. On constate cela avec le développement du design de service public et la co-conception créative notamment. Le design par sa capacité d'analyse et sa créativité apporte des solutions innovantes au service des usagers et des institutions publiques. Néanmoins, cela n'est pas évident de bousculer les habitudes bien ancrées. Le défi est donc aujourd'hui de sensibiliser les collectivités publiques à la pratique du design, afin de construire le monde de demain.

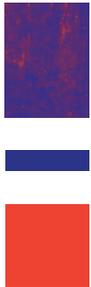
« En tant que créateur de modèles, de prototypes et de propositions, le designer occupe une espace dialectique entre le monde tel qu'il est et le monde tel qu'il pourrait être. »

Victor Margolin (2005)

A World History of Design



Évolution 

du design
graphique
dans les
espaces
publics 

■ Apports des nouvelles technologies

Les mutations technologiques de notre société ont conduit le designer graphique à se renouveler. S'il souhaite produire un message cohérent, il doit s'adapter aux nouvelles attentes de la génération digitale. On observe un changement dans la matérialisation de la discipline ainsi que ses modes de diffusions.

Les nouvelles technologies ont transformé la pratique du designer graphique. Il utilise désormais les ordinateurs, les tablettes graphiques, les logiciels, pour fabriquer et préparer des documents imprimés, pour produire directement des contenus numériques destinés aux multimédias, aux réseaux. Le numérique a contribué à de nombreux apports aux modes de travail du designer ainsi qu'à la qualité de ces productions.

Tout d'abord les nouvelles technologies, lui ont permis d'élargir fortement son champ de compétences. Avant le graphiste utilisait les caractères ²⁹ d'imprimerie de plomb, puis la photo-composition ³⁰, pour créer du texte dans ses supports imprimés. Il devait donc faire appel à plusieurs intermédiaires lors de sa conception, comme les retoucheurs photo, les imprimeurs, les correcteurs, les dessinateurs...

²⁹ Le caractère est une petite pièce fondue en plomb, dont l'empreinte forme la lettre et qui permet l'impression du texte.

³⁰ La photo-composition est un « Procédé faisant appel à des systèmes photographiques pour la composition des textes. », (selon le dictionnaire La rousse en ligne).

Fig 17
Caractère d'imprimerie
de plomb
Daniel Ullrich
© BY-SA 3.0



Fig 18
Photo-composition,
machine Lumitype (1965)
© BY-SA 3.0



Puis l'arrivée de l'ère numérique et de l'ordinateur ont permis la création de typographies numériques et des logiciels PAO (Publication Assistée par Ordinateur). Cela transforme complètement le métier de graphiste qui dispose désormais d'un contrôle direct avec les machines. Ces évolutions lui permettent de cumuler les compétences, il manipule en simultanée caractères, images, typographies, vidéos sur un même outil. Les nouvelles technologies lui offrent la maîtrise de la totalité du processus de création, de la conception à la réalisation.

Les nouvelles technologies sont un formidable vecteur de création pour le graphiste. Le numérique lui offre un choix élargi, quasi illimité en termes de création et de supports. Une fois que le designer s'est approprié ces outils, qu'il sait maîtriser la technique des logiciels PAO, il peut laisser libre court à son imagination à travers l'écran. Les technologies ont démultiplié les possibilités offertes au graphiste : *choix de caractères illimité, couleurs, photos*. Il a désormais la possibilité de créer de nombreux styles graphiques. Il superpose, assemble, crée des effets de trames, de textures, de couleurs sur les logiciels PAO produisant ainsi un contenu imprimé beaucoup plus attrayant.



Fig 19
Irradié, affiche pour
The Peacock Society Festival
2017,
<https://irradie.com>
© irradie



De surcroît, les supports digitaux comme l'animation vidéo, jeux vidéo, réseaux sociaux, applications, sites web... sont autant de nouveaux espaces de création pour le graphiste. Ces supports sont aussi appelés NTIC (Nouvelles Technologies d'Information et de Communication), et regroupent l'ensemble des dispositifs numériques utilisés pour le traitement et la transmission des informations. Les NTIC permettent d'aller au-delà du réel, du papier. Le graphiste s'amuse à créer des animations 3D, utiliser des couleurs RVB flashy, rendre vivant un personnage etc. L'ère numérique a débridé les possibilités créatrices du graphiste. Il peut créer un contenu virtuel, interactif, vivant. Toutefois des limites demeurent, d'abord l'imagination du graphiste et surtout sa maîtrise de l'outil numérique.



Fig 20
Studio Mada Mada, film en motion design,
pour la scénographie de l'exposition - Feu
(à la Cité des sciences et de l'industrie)
© Studio Mada Mada © Camille Le Bris



Les nouvelles technologies sont intégrées à la pratique du designer, elles sont désormais indispensables pour la réalisation de ses créations. Toutes ces innovations technologiques lui ont permis d'améliorer sa pratique, et la qualité de ces supports. À présent, il peut créer en autonomie des maquettes d'édition, de mise en page et créer des supports numériques interactifs. Les nouvelles technologies lui ont ainsi permis de répondre à son imagination sans-limite.

Les NTIC ont aussi permis d'améliorer l'expérience de visite de l'utilisateur dans un espace public. Le graphiste s'est approprié ces technologies utilisées afin d'informer et guider l'utilisateur de façon intuitive et interactive.

On retrouve de nombreuses applications utilisant la technologie de géolocalisation. Ces dernières transforment les déplacements des usagers dans les espaces publics. On peut définir la « géolocalisation » comme « un ensemble de techniques employées pour localiser, sur un plan ou une carte numérique, un objet ou un individu en fonction de ses coordonnées géographiques. » (Selon *lejournaldunet.fr*). Cette technique est présente dans les systèmes de guidage GPS afin que l'utilisateur puisse se localiser grâce à un terminal compatible, les smartphones notamment. Une application géolocalisée (Google Maps, Waze...) permet de suivre l'utilisateur, le guider, l'informer en temps réel tout le long de son parcours.

Étude de cas : Application Musée d'Orsay

On peut illustrer cette technologie avec l'application pour le musée d'Orsay (créer par le groupe Opheo), qui change la manière d'appréhender la visite d'un musée.

On retrouve un système de géolocalisation et de guidage GPS, une cartographie connectée qui oriente l'utilisateur très facilement. Cette technologie demande encore moins de temps de réflexion que lire une signalétique, l'utilisateur à juste à suivre l'itinéraire déjà tracé. De même, l'application propose une visite interactive dans les musées avec des jeux de pistes et des panoramas commentés, rendant la visite plus ludique.

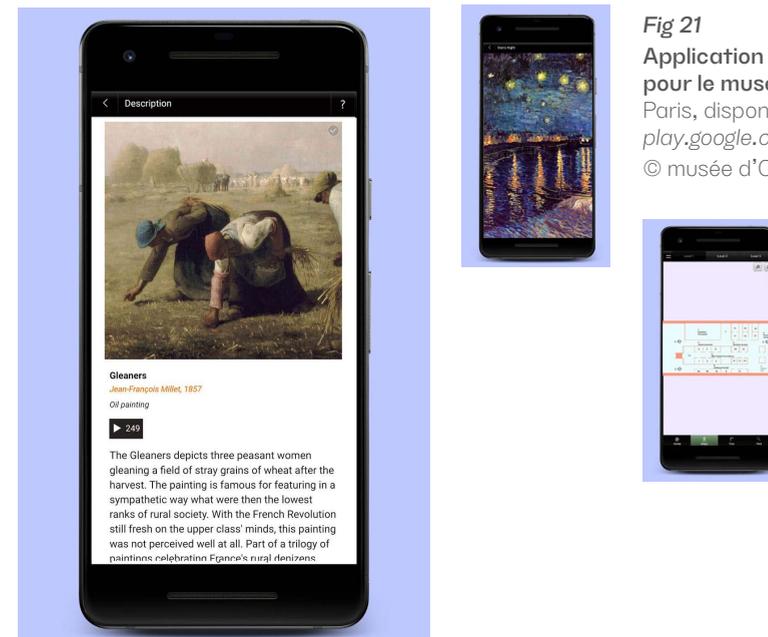


Fig 21
Application géolocalisée pour le musée d'Orsay Paris, disponible sur google play play.google.com
© musée d'Orsay

La mobilité des supports numériques (smartphones, tablettes...) change le rapport à l'espace et les pratiques cartographiques. Les repères imprimés pour guider les usagers sont de manière croissante concurrencés par les supports numériques. L'utilisateur peut se guider grâce au principe de géolocalisation, les réseaux sociaux, applications mobiles etc. On peut ainsi imaginer une nouvelle manière d'appréhender un parcours dans un espace public.

Une question émerge : **À l'avenir les supports numériques remplaceront-ils la signalétique pour guider les usagers dans les espaces publics ?**

Le graphisme numérique permet également de répondre aux nouvelles attentes des usagers, dans une société en pleine mutation technologique. Les écrans ou encore les réseaux sociaux ont changé les modes de communication, les modes de lecture. L'utilisateur commente, joue, partage, de manière quasi instantanée. C'est pourquoi le graphiste doit alors créer un contenu très dynamique, qui interagit avec l'utilisateur pour être en cohérence avec ces nouvelles attentes et ainsi attirer son attention. Le graphiste s'approprie ces outils numériques pour transformer l'information et la communiquer de manière interactive.

L'interactivité donne la possibilité à l'utilisateur de faire des choix. Il peut par exemple lire un texte sur un écran, en s'arrêtant, en agrandissant, en le capturant, en marquant une pause, en le partageant, en le commentant, etc. Le graphisme interactif s'oppose aux supports statiques et aux médias passifs comme les films, les livres imprimés, la télévision qui ne suscite pas d'interaction chez le public.

On peut observer de l'interactivité dans les espaces publics notamment avec les bornes d'informations. Placées au début ou tout le long d'un parcours, elles sont mises à disposition des visiteurs dans des musées, lieux d'expositions, parcs publics... Elles permettent



de transmettre de nombreuses informations sur cette espace de manière ludique avec par exemple une carte interactive. L'utilisateur s'amuse à explorer le lieu en touchant des éléments qui lui permettent d'accéder à des informations supplémentaires.

Fig 22
Borne d'information
centre commercial
Aulnay-sous-Bois , FRANCE
© www.viadirect.com

Les nouveaux terminaux numériques (tablettes, smartphones...) sont particulièrement adaptés à des utilisateurs debout et en mouvement. Les postes informatiques fixes des débuts de l'informatique ne permettaient pas de tels usages.

Les espaces publics possèdent de nombreuses informations à communiquer à leurs usagers. Le graphisme numérique peut alors apporter des solutions innovantes pour communiquer dans cet espace de manière très ludique, interactive. Le graphiste en utilisant des supports de communication digitale (internet, réseaux sociaux...) touchera un public davantage sensible aux nouvelles technologies. De plus, en incluant une dimension interactive à ces médias numériques le graphiste rend l'utilisateur acteur, stimulant d'autant plus son intérêt.

L'espace numérique interactif évolue au gré des nouvelles technologies. Avec les progrès techniques actuels le graphisme a désormais les moyens d'aller au-delà de l'interaction et créer de l'immersion pour l'utilisateur.

Peu à peu les graphistes s'approprient ces nouveaux outils, qu'il y a encore quelques temps étaient considérés comme futuristes. On peut citer la réalité-virtuelle (VR), la réalité augmentée (RA). Ce sont des technologies simulant un environnement en trois dimensions (par le biais d'un masque pour la VR) ou qui se superpose à l'environnement réel en ajoutant des représentations numériques en temps réel par des projections pour la RA. Pour encore plus d'immersion ces techniques peuvent être associées à des technologies de diffusion comme des vidéoprojecteurs 3D, des détecteurs de mouvements, des capteurs sensoriels... Ces technologies modifient totalement la perception et le rapport de l'utilisateur à l'espace. Elles créent de nouvelles dimensions et perspectives par rapport à l'espace réel.

« La réalité virtuelle offre une sorte de transcendance des limites de la réalité physique »

Frank Biocca, Taeyong Kim et Mark R. Levy,
Communication in the age of virtual reality, 1995

On peut observer plusieurs expositions récentes utiliser ce type de technologies dans leurs scénographies afin de créer des visites immersives. Elles combinent les médiums comme texte, photographie, présentations multi écrans, projection de diapos, films, sons, lumière. Le contenu du graphiste sort de son format habituel comme le papier ou l'écran. Ici le texte, l'image, la typo, sont sous forme 3D, en hologramme ou encore projetés. Dès lors, les perspectives sont éclatées, le graphisme envahit l'espace pour livrer une scénographie sensorielle.

Étude de cas : Alder planetarium

On peut citer l'exposition immersive pour le Alder planetarium par le studio Second Story.

Les graphistes et les techniciens ont créé une expérience animée, immersive pour ce musée. L'exposition explique l'exploration spatiale en jouant avec les ombres des visiteurs. Lorsque celles-ci sont en contact avec des objets sur les murs, l'utilisateur peut alors accéder à des questions, à des informations sur l'astronomie. L'exposition combine animations, photos, vidéos, murs interactifs et ombres réactives. Cela permet une participation physique des visiteurs. Ils s'immergent dans l'exposition à travers leurs propres mouvements.



Fig 23
Second Story,
Visite immersive
Alder Planetarium ,
Chicago, 2011
©second story



Étude de cas : Atelier des lumières : Van Gogh, la nuit étoilée

L'atelier des lumières utilise également les nouvelles technologies immersives afin de plonger les spectateurs dans les toiles du peintre Vincent Van Gogh.

Dans l'exposition La nuit étoilée les peintures de Van Gogh sont projetées et animées sur les murs, le sol, le plafond et envahissent tout l'espace afin d'immerger complètement le visiteur dans l'univers de l'artiste. En ayant cette nouvelle perspective sur les tableaux on peut alors s'attarder sur les détails des peintures, les coups de pinceaux, les différences nuances. Cela donne véritablement l'impression d'être dans une toile de Van Gogh. L'expérience immersive révèle alors toute la sensibilité de l'œuvre.



Fig 24
Atelier des lumières
Van Gogh, La nuit étoilée,
Gianfranco Iannuzzi
- Renato Gatto -
Massimiliano Siccardi
© Culturespaces
/ E. Spiller



L'expérience immersive peut également être sous la forme d'exposition virtuelle. Il est maintenant possible de visiter des œuvres du Louvre, du British Museum, du Metropolitan Museum de New York, depuis son ordinateur ou smartphone.

Étude de cas : Visite virtuelle, La Chapelle Sixtine au Vatican

Il est maintenant possible de visiter virtuellement la chapelle Sixtine grâce à des photographies prises à 360° en très haute résolution.

On peut ainsi observer les fresques murales de Michel-Ange. À l'aide de la souris on navigue, on explore cet espace presque comme si on y était réellement. L'avantage du virtuel c'est que le visiteur peut observer de nouvelles perspectives, il peut par exemple agrandir une partie du plafond afin d'admirer de plus près les œuvres.

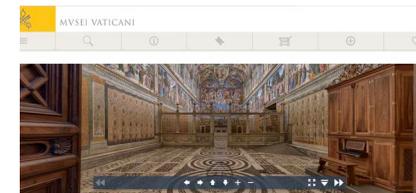


Fig 25
Visite virtuelle
La chapelle Sixtine
museivaticani.va
© Gouvernement de l'État
de la cité du vatican



Au-delà de la visite à 360°, il existe aussi la réalité virtuelle qui immerge complètement la vision de l'utilisateur, il est coupé du monde extérieur rendant la visite virtuelle encore plus immersive. Plus l'expérience sera perçue comme authentique, plus elle pourra se substituer à la visite réelle.

En définitive, les technologies immersives permettent de créer des expositions spectaculaires toujours plus réalistes et sensationnelles. Tous les sens sont sollicités afin de créer un lien émotionnel entre un univers et l'utilisateur. L'expérience immersive permet aux personnes n'ayant pas spécialement d'intérêt pour le lieu visité de s'y immerger. L'utilisateur sensible au numérique sera alors attiré par cette expérience virtuelle, même s'il n'est pas intéressé par le contenu. Pour le moment, on assiste essentiellement au recours à ces technologies dans le cadre d'installations artistiques. Toutefois, il est possible d'imaginer à l'avenir ce type d'installations dans d'autres formes d'espaces publics : gares, centres commerciaux, aéroports... Elles pourraient ainsi redéfinir ces espaces publics de transition, les « non-lieu » pour révéler toute leur sensibilité.



Ainsi, grâce aux nouvelles technologies, le designer graphique a pu élargir son champ de compétences. Sa pratique devient plus rentable, pour créer de l'édition et de la mise en page. Il maîtrise désormais la totalité du processus de création. De même, ces technologies sont pour le graphiste un remarquable outil de création. Elles offrent un choix quasi-illimité en termes de conception et de support multimédias. Il peut créer des supports imprimés avec des styles graphiques très variées, mais aussi produire des supports numériques interactifs.

Les nouvelles technologies ont trouvé un réel écho pour le graphiste souhaitant améliorer la communication des espaces publics. Elles lui permettent, d'une part, de créer des supports graphiques plus attrayants et plus rapidement afin de répondre aux constantes évolutions de ces espaces. Et d'autre part, il peut créer une expérience innovante auprès de ces usagers. Cette expérience utilisateur peut être interactive, l'usager circule et communique avec cet espace en étant acteur. Au-delà de l'interactivité, certains espaces publics comme les musées proposent une expérience immersive ou virtuelle à leurs visiteurs. Grâce à des technologies de caméras à 360°, de réalité virtuelle, de réalité-augmentée, par exemple. Ces expériences inédites bousculent complètement la perception de l'utilisateur à ces espaces, il est plongé dans une nouvelle dimension, irréelle. Les technologies sont de plus en plus mobiles et omniprésentes, le graphisme numérique a un avenir très prometteur au sein des espaces publics.



Les limites des nouvelles technologies

Le numérique a offert de nombreuses avancées à la discipline du design graphique.

Cependant, on constate l'émergence de nouvelles problématiques pour le graphiste souhaitant améliorer l'espace public.

Les nouvelles technologies sont dorénavant indispensables à la pratique du designer graphique. L'ordinateur, la tablette graphique, les logiciels PAO, sont devenus ses principaux outils de travail. Selon Alain Pacoud³¹ on retrouve une forme « d'aliénation » du graphiste à ces technologies. Il devient dépendant de la technologie et de ses différentes contraintes. En effet, les logiciels PAO nécessitent un temps d'apprentissage pour être maîtrisés, leurs fonctionnements ne sont pas intuitifs et peuvent même être particulièrement complexes.

Ce sont également des logiciels qui sont liés au progrès technique, c'est pourquoi ils évoluent sans-cesse. Le designer graphique doit pouvoir maîtriser les nouvelles « mises à jour » et évolutions permanentes afin d'exploiter au maximum le potentiel des logiciels. La formation continue aux outils informatiques devient donc indispensable pour le graphiste.

Enfin, ce sont des outils éphémères. Ils peuvent tomber en panne ou ne plus fonctionner du jour au lendemain du fait de l'obsolescence programmée notamment. Le législateur, par la loi sur la Transition énergétique adoptée en juillet 2015, a défini l'obsolescence programmée comme : « *L'ensemble des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise à réduire délibérément la durée de vie pour en augmenter le taux de remplacement* ». Le graphiste est victime d'obsolescence dite technique (selon www.mtaterre.fr), ses outils numériques ne fonctionnent plus car les matériaux ont une durée de vie volontairement limitée et ne peuvent pas être réparés ou changés. Du fait de ce procédé, les outils technologiques ne sont pas durables. Le graphiste doit être conscient de l'impact écologique, et de l'investissement économique pour ses outils informatiques.

³¹ PACCOUD Alain. (1999). Les nouvelles technologies de l'information-communication et les graphistes. Mémoire Université Lumière Lyon 2. ENSSIB. <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1504-les-nouvelles-technologies-de-l-information-communication-et-les-graphistes.pdf>

Alain Pacoud nous invite à nous interroger sur l'identité professionnelle du graphiste. En étant dépendant aux technologies, le graphiste n'est-il pas finalement devenu un technicien ? Est-ce que sa pratique se rapproche plus de l'imprimeur qui maîtrise la technique des machines ou de l'artiste qui crée et imagine ?

Si le graphiste est considéré par certain comme un technicien, cela signifie que sa pratique repose que sur des compétences techniques. Cette technique peut aujourd'hui s'acquérir sans nécessairement suivre une formation de graphiste. Ils existent maintenant des tutoriels, des logiciels de traitement de textes, d'images en libres accès laissant la possibilité à chacun de devenir un graphiste. C'est pourquoi, on observe de nombreux concurrents aux graphistes comme les ateliers prépresse³² et même les utilisateurs. Ces concurrents n'ont pourtant pas suivi une formation de graphiste mais seulement un apprentissage technique des logiciels. Cela créer une confusion sur la place du graphiste aujourd'hui.

On peut se demander : Qu'apporte la pratique du graphiste par rapport au technicien ?

Toujours selon Alain Pacoud, chaque acteur doit d'abord connaître ses limites de compétences, son champ d'action afin que chacun puisse avoir sa propre identité professionnelle. De façon pour le graphiste à déterminer sa spécificité, il doit montrer que ces compétences ne reposent pas que sur la technique mais aussi sur une réflexion, un esprit d'analyse, des qualités artistiques, qu'il a acquis tout au long de sa formation. Le chercheur Nicolas Nova ajoute d'ailleurs dans une interview³³ que contrairement à l'ingénieur qui cherche à créer la technologie, le produit le plus performant, le graphiste cherche lui au contraire à créer un concept, un état d'esprit. Par conséquent, le numérique doit être simplement l'intermédiaire de sa création, comme le signifie Nicolas Nova : « *Le numérique est un moyen de production et non la finalité. Il offre de nouveaux outils pour traduire un projet ou une vision du monde en objet* » (2017).

³² Un atelier Prépresse (ou atelier PAO) est composé d'infographiste et prend en charge toute la production des supports imprimés (de la conception jusqu'à l'impression)

³³ Nicolas Nova interview : «Néo-objets»: quand la technologie met le design dans tous ses états, par Mehdi Atmani , www.letemps.ch, 2017

De la même manière, si le graphiste souhaite s'éloigner du statut de technicien, il doit veiller à ne pas rentrer dans une démarche excessive de rentabilité. En effet, les nouvelles technologies ont permis au graphiste de produire plus rapidement, en cumulant les compétences sur un même outil. Toutefois, les attentes du marché se sont en parallèle élargies. Le progrès technique et l'économie concurrentielle ont incité le graphiste à devenir plus efficace : il doit produire toujours plus en baissant ses coûts. Alain Pacoud nous dit d'ailleurs que ces exigences sur la production peuvent faire perdre les qualités artistiques des réalisations du designer graphique. Ce dernier a moins le temps d'expérimenter, de chercher, de collaborer, afin de déceler des solutions créatives.

En définitive, le graphiste en étant devenu dépendant aux technologies a également dû s'adapter à leurs contraintes. Il doit, d'une part, se former continuellement aux évolutions de ses outils informatiques. Et d'autre part, appréhender les dysfonctionnements de ses mêmes outils pouvant être dû entre autre à l'obsolescence programmée. De plus, cette « aliénation » du graphiste à la technologie peut transformer le statut du graphiste en technicien. De façon à affirmer son identité professionnelle, il devra mettre en avant sa réflexion et sa créativité. De même, il devra veiller à ne pas tomber dans un schéma trop industriel, dans lequel la rentabilité est l'objectif premier au détriment de la qualité artiste de la production. Au sein des espaces publics, le graphiste devra prouver aux pouvoirs publics : sa maîtrise des signes, des messages, d'une méthode spécifique qui lui permet d'aller au-delà de la technique et créer du sens. Il pourra alors affirmer toute son identité professionnelle et montrer son utilité dans l'optimisation des espaces publics.

Avec le développement des NTIC le graphiste fait face à un public de plus en plus exigeant. En effet, les consommateurs ont instantanément accès à un large choix de contenus numériques. Ils sont alors submergés d'images. Le graphiste pour se démarquer peut créer un contenu interactif, innovant afin de capter l'attention des utilisateurs. Cependant, cette démarche n'est pas évidente. Le marché de l'image et de la communication est devenu exponentiel ces dernières années. L'utilisateur de par une consommation de contenus multimédias dense et variée a un regard très critique sur les nouvelles productions. De même, le progrès technique est rapidement intégré dans le quotidien des usagers. Le consommateur se lasse plus rapidement des innovations technologiques. Par exemple, auparavant un smartphone était un outil particulièrement innovant, aujourd'hui il s'est banalisé. Le designer, s'il souhaite surprendre réellement le public doit toujours pousser plus loin l'innovation de son produit. Ce phénomène rejoint l'idée d'obsolescence programmée et plus précisément d'obsolescence esthétique, aussi connue sous le nom d'obsolescence psychologique ou culturelle (selon www.mtaterre.fr). C'est l'idée qu'une entreprise propose aux consommateurs un nouveau produit toujours plus performant, innovant, esthétique, dans un court laps de temps. Cette quête d'innovation pousse le designer à maîtriser de nouveaux outils informatiques auxquels il n'est pas nécessairement sensibilisé comme la réalité virtuelle ou augmentée. Ce sont des technologies qui nécessitent des compétences poussées à acquérir (informatique, programmation, algorithmique...). Ces compétences se rapprochent plus du métier d'ingénieur ou d'informaticien que du graphiste numérique. Par ailleurs, ce sont des technologies onéreuses nécessitant beaucoup d'équipements encore rares sur le marché.

Le designer graphique fait face à un public de plus en plus exigeant d'un point de vue innovation. Dès lors, le graphiste souhaitant exploiter les progrès technologiques en vue de créer un graphisme numérique innovant au sein d'un espace public doit être conscient de ses limites de compétences. Il n'a peut-être pas le bagage technique suffisant pour produire ce type de support. En revanche, il pourra s'aider de collaborateurs tels que les ingénieurs, les développeurs, les UX-designer, afin de concrétiser ses idées.

De surcroît, les progrès techniques notamment les systèmes de géolocalisation (GPS) ont contribué à guider très intuitivement l'utilisateur dans un espace. Toutefois, cela soulève des problématiques sur l'intérêt du graphiste aujourd'hui à concevoir une signalétique dans les espaces publics ? L'utilisateur a-t-il encore besoin d'être orienté ?

D'après Ruedi Baur, à l'ère du numérique indiquer des directions est devenu moins important³⁴. Le fonctionnement digital enlève progressivement le besoin d'orientation chez l'utilisateur dans un espace. Il nous dit d'ailleurs qu'il est possible d'imaginer à l'avenir des systèmes de guidage (comme Google Maps) destinés initialement aux espaces extérieurs, dans des espaces fermés. Ce type d'applications existe déjà, nous l'avons évoqué précédemment avec l'application de visite interactive pour le musée d'Orsay. Le design purement d'orientation, d'information, ne serait alors plus nécessaire au sein des espaces publics. Pourtant, le graphiste peut s'adapter à ces mutations technologiques et créer une signalétique allant au-delà de l'indication directionnelle. Il faut alors redéfinir la manière d'appréhender un espace, donner une dimension poétique, innovante, ludique à la signalétique.

Ruedi Baur ajoute que : **« l'enjeu pour l'homme politique est que le citoyen ne passe pas sa vie sous des lunettes virtuelles. Et pour cela il faut rendre la réalité fascinante ».**

Ruedi Baur invite donc le graphiste à dépasser le cadre fonctionnaliste de la signalétique afin de transformer l'espace public en un espace poétique.

De même, le besoin d'orientation, de direction de l'utilisateur s'est transposé au niveau de la navigation multimédia. En effet, une autre limite de la technologie est la compréhension de son fonctionnement. Le graphiste peut aider l'utilisateur à s'appropriier ces interfaces numériques en dirigeant son attention. Plusieurs termes spécifiques apparaissent « usabilité », « utilisabilité », « réparabilité » ou « trouvabilité ». Ils rejoignent tous l'idée de « mettre à disposition de l'utilisateur des ressources documentaires de manière claire, intuitive et accessible, autrement dit de "les médiatiser" » selon Lipsyc et Ihadjadene³⁵. Le graphiste traduit la technologie par des principes et outils graphiques qui guident et orientent la navigation de l'utilisateur de manière intuitive. Ces différents moyens graphiques suivent toujours des principes de lisibilité et

³⁴ Bougie Caroline, Ruedi Baur bien urbain Magazine étapes n°223. Stratégies d'orientation. p. 87-95. (janvier-février 2015)

³⁵ Lipsyc Carole, Ihadjadene Madjid, « Architecture de l'information et éditorialisation », Études de communication, 2013/2 (n° 41), p. 103-118.

de compréhension. Ils utilisent les différentes théories du graphisme d'information (établis par Jacques Bertin ou Otto Neurath entre autre) dans la navigation de contenus multimédias. Les nouveaux textes et interfaces suivent donc ces principes clés de lisibilité. L'enjeu central est de pouvoir élaborer des interfaces immédiatement compréhensibles par tous dans le but de garantir la qualité de l'expérience utilisateur. Il faut fabriquer des évidences, créer de l'intuition chez l'utilisateur. Une interface est intuitive lorsque l'utilisateur a immédiatement conscience de l'information. Le graphiste utilise notamment l'idée « d'affordance », il s'agit « d'appels à l'action », au sens large. *Tirer, pousser, appuyer, tapoter, cliquer, effleurer, porter*. Ils permettent d'interagir avec un objet ou une interface. Ainsi l'affordance en numérique peut se traduire par des boutons qui changent de couleur au survol, un texte qui devient gras lorsqu'on clique dessus, etc. L'affordance permet de transmettre une expérience utilisateur beaucoup plus ergonomique.

Dans le cadre des espaces publics, le graphiste devra veiller à l'ergonomie des supports de communication : les applications, les sites web etc. Ils devront suivre des principes de navigation logiques, clairs avec des interactions instinctives, des appels à action. En veillant à l'affordance des interfaces numériques, le graphiste pourra ainsi optimiser l'expérience de l'utilisateur.

Le progrès technique peut donc créer des doutes sur l'intérêt du rôle du graphiste en particulier sur les besoins d'orientation des utilisateurs dans les espaces publics. Cependant, le graphiste pourra montrer sa spécificité à travers la création de signalétiques et de supports de communication qui dépassent le cadre fonctionnel et qui révèlent toute la sensibilité du lieu. En conséquence, le graphiste pourra optimiser l'expérience de l'utilisateur. Il peut également démontrer son utilité en améliorant l'expérience utilisateur sur des interfaces numériques. Il devient alors médiateur entre la technologie, l'information et l'utilisateur. Il trouve des moyens graphiques afin de créer des évidences, de l'intuition chez l'utilisateur. L'expérience utilisateur sera alors beaucoup plus agréable.

Aujourd'hui les nouvelles technologies sont devenues indissociables de la pratique du designer graphique. Hors leur caractère éphémère et leurs flux permanents peuvent créer des incertitudes et instabilités chez le designer. Il doit s'adapter aux évolutions et aux limites de ses outils pour mieux les maîtriser dans le but d'affirmer son identité professionnelle sur le marché. Après des pouvoirs publics le graphiste devra se positionner comme un « concepteur de sens », allant au-delà de la technique et imaginant des solutions innovantes.

Les usagers de ces nouvelles technologies sont devenus plus exigeants. Ils sont confrontés à de nombreuses innovations et contenus numériques générant une certaine lassitude. Le graphiste souhaitant capter l'attention des usagers d'espaces publics est amené à créer un contenu numérique toujours plus innovant et interactif. Il devra aussi être conscient de ses limites techniques et faire appel à des collaborateurs apportant des compétences techniques qu'il ne maîtrise pas.

Enfin, on peut se questionner sur l'avenir du graphiste face à un progrès technique omniprésent. Peu à peu les systèmes de géolocalisation enlèvent le besoin d'orientation chez le visiteur rendant la signalétique directionnelle moins utile. Pourtant, le graphiste pourra une nouvelle fois s'adapter en dépassant le cadre fonctionnel de la signalétique afin de transmettre de l'émotion à l'utilisateur des espaces publics. Ces espaces ont maintenant des sites web, des applications... qui leur sont dédiés. Le graphiste pourra améliorer l'expérience utilisateur en facilitant la navigation sur ces médias.

Ainsi, on a pu observer ces dernières années de fortes mutations technologiques impactant profondément le design graphique au sein des espaces publics. Le graphiste a pu incorporer les technologies à ses outils de travail et élargir par la même occasion son champ de compétences. Il peut créer plus rapidement et efficacement des supports de création très variés. Ensuite, les technologies ont grandement élargi les frontières du possible : contenus numériques, interactifs, immersifs sur des supports et dans des formats variés. Tous ces apports techniques donnent la possibilité au graphiste de répondre aux nouvelles attentes des usagers des espaces publics et des pouvoirs publics.

Le graphiste s'est parfaitement intégré aux nouvelles technologies, dans sa pratique, comme dans ses supports. Toutefois, il doit veiller à appréhender certaines limites inhérentes à nouveaux outils : dépendance, fiabilité relative, évolutions rapides, grande technicité... Les technologies évoluent en permanence ce qui peut bousculer l'avenir du designer graphique. Ce dernier devra apprendre à adapter sa pratique, tout comme ses productions, aux évolutions technologiques et sociales. L'enjeu pour le designer graphique au sein d'un espace public est donc de se renouveler en créant des supports graphiques adaptés aux nouvelles attentes des usagers.

En ayant conscience des apports et des limites des nouvelles technologies, le graphiste pourra ainsi déterminer et affirmer son identité professionnelle sur le marché de la communication et de l'image dédié aux espaces publics.



L'objet de mon mémoire était la mise en relation du graphisme aux espaces publics. Cette étude, nous a questionné sur l'optimisation des espaces publics et de l'expérience de ses usagers à travers les supports de communication conçus par le designer graphique.

Dans un contexte de mutation sociale et technologique, les espaces publics sont aujourd'hui confrontés à une densité d'informations, d'interactions qui peuvent gêner la compréhension de l'utilisateur. Le graphisme, en transmettant une communication à la fois esthétique et fonctionnelle, peut ainsi optimiser l'expérience de l'utilisateur de l'espace public. Il transmet d'une part des messages attractifs, qui attirent le regard et rendent agréable la lecture de l'information. Et d'autre part, des messages avec un fond, qui suit un déroulement logique et ordonné, pour rendre l'information efficacement. La combinaison de ces deux aspects permet de créer des messages de communication lisibles et visibles dans les espaces publics.

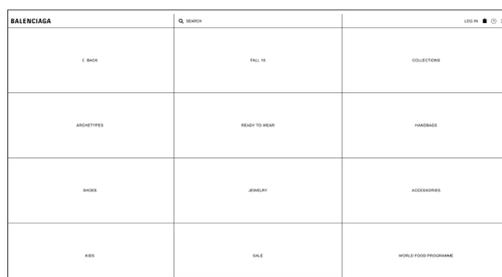
De plus, le graphiste pourra également ajouter à la lisibilité, une dimension plus sensible à ces messages de communication afin de créer une expérience utilisateur singulière dans un espace public. C'est notamment toute ma démarche artistique pour mon projet professionnel personnel dédié à l'identité visuelle et au système graphique du musée Les Abattoirs. J'ai élaboré une pratique « in situ », afin de prélever des matières et matériaux issus de l'architecture historique du musée. Cela m'a permis de créer une communication visuelle plus plastique qui crée un étonnement esthétique chez le spectateur en révélant toute la sensibilité de cet espace public.

Par ailleurs, le graphiste devra aussi ne pas perdre de vue les attentes des institutions publiques dans sa quête d'optimisation. Le designer graphique, par sa capacité d'analyse et sa créativité, permet d'ouvrir la réflexion des institutions publiques dans l'optimisation de leurs espaces. Il pourra notamment s'appuyer sur la démarche et les méthodes du design de service public qui collabore avec les pouvoirs publics afin de déceler des solutions innovantes au service des usagers.



Les nouvelles technologies ont également permis au designer graphique d'élargir ses compétences techniques afin de créer des supports de communication très efficaces pour les espaces publics. Les technologies lui ont offert une multitude de possibilités, en termes de style graphique et de supports de diffusion. Il peut aujourd'hui créer un contenu interactif, immersif rendant l'expérience des utilisateurs d'autant plus stimulante. Cependant, le graphiste devra aussi être conscient des limites technologiques, afin qu'il puisse s'adapter et créer une communication toujours cohérente avec les besoins des usagers de l'espace public.

Ainsi le progrès technique ne cesse d'augmenter rendant ainsi le graphisme numérique de plus en plus innovant. Toutefois, on observe aujourd'hui un mouvement graphique le « Brutalism Design »³⁶ à contre-courant d'un graphisme moderne. Il s'agit d'un style graphique en web-design, inspiré du mouvement architectural du « Brutalisme » qui se caractérise par des bâtiments froids, en béton, très minimaliste. Les site-web ressemblent alors aux tout premiers sites, datant des années 90, avec une navigation très brute où l'esthétique est négligé au profit de l'aspect fonctionnel. **Le fond devient alors plus important que la forme.** On peut se demander si c'est une simple tendance graphique ou si c'est réellement un mouvement graphique qui s'imposera, mettant alors l'expérience utilisateur en second plan dans la démarche du designer graphique.



© 2021 Balenciaga

Fig 26

Nouveau site Balenciaga, ressemblant aux premières interfaces Macintosh.
www.balenciaga.com

³⁶ Agence Disko, Brutalism Design : tendance ou révolution ? 3 oct. 2017, www.disko.fr

Architecture

La ville

LAMARCHE-VADEL Gaëtane. (2001). De ville en ville, l'art au présent. France : Ed. de l'Aube. La Tour-d'Aigues

L'espace public

AUGÉ Marc. (1992). Non-lieux, Introduction à une anthropologie de la surmodernité. France : Éditions Le Seuil

Baudrillard Jean. (1981). France: Simulacres et Simulation. Éditions Galilée

BEHNAM Gilles (2011). Les passages parisiens de Walter Benjamin. France : Mag Philo.
<http://www.cndp.fr/magphilo/index.php?id=113>

BOULEKBACHE-MAZOUZ Hafida. (2008). Lire l'espace public pour mieux l'écrire. France : Études de communication. pp. 93-110.
<https://doi.org/10.4000/edc.757>

PAQUOT Thierry.(2009). L'espace public. Paris : La Découverte.
<https://doi.org/10.3917/dec.paquo.2009.02>

KOOLHAAS Rem (1994). Traduction par Collet Catherine. La ville générique. http://th3.fr/imagesThemes/docs/th3_villien_texte_rem_koolaas_la_ville_generique.pdf?PHPSESS1%20D=fvtkroupr85hv7al26dvbf2a85

Communication

JOLY Bruno. (2009). La communication. Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.joly.2009.01>

Communication publique

BIOCCA Frank, TAEYONG Kim et R.LEVY Mark. (1995). Communication in the age of virtual reality. New york : Routledge

ZÉMOR Pierre. (2008). La communication publique. Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France.
<https://doi.org/10.3917/puf.zemor.2008.01>

Sémiologie

FRUTIGER Adrian. (2000). L'homme et ses signes. France: Atelier Perrousseaux

PALSKY Gilles. (2003). Éléments pour une histoire de la sémiologie graphique avant Jacques Bertin. Bulletin de l'Association de géographes français. pp. 183-194

QUÉTIN Michel, Plecy (Albert), Grammaire élémentaire de l'image, (préface de Robert Rank), Compte-rendu, La Gazette des archives, 1968

Design

VIAL Stéphane. (2021). Le Design. Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.vial.2021.01>

Le Designer

BERNARD Pierre. Graphisme Aujourd'hui 2012, Déplacement des formes d'engagement : conversation avec Pierre Bernard. France Culture. (6 août 2013). 1h11

BRUNEL-LAFARGUE Karen. (2018). Le designer graphique et les sens de la responsabilité : étude descriptive de la modélisation morale du praticien. Thèse en Art et histoire de l'art. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I.

MARGOLIN Victor. (2005). A World History of Design and the History of the World. Journal of Design History

THELY Nicolas, LARTIGAUD David-Olivier et ROUFFINEAU Gilles. (2012). Rôle et enjeux du design graphique. Éditions de la Maison des sciences de l'homme. pp.170-176. Thèse en arts plastiques. Université Rennes 2. <https://hal.univ-rennes2.fr/hal-01801146/document>

VOGLAIRE Yves. (octobre 2020). Quand c'est un designer. Ocula. vol.21, n.24, pp.173-186. Université de Nîmes. <https://www.ocula.it/files/OCULA-24-VOGLAIRE-Quand-cest-un-designer.pdf>

Design interactive

AMBROSE Gavin, SALMOND Michael. (2013). Les fondamentaux du design interactif. Paris: Éditions Pyramyd

La mobylette jaune. Experiences immersives en communication (24 mars 2020).
<https://www.lamobylettejaune.com/category/experiences-immersives>

Design de service public

Département de Loire-Atlantique et L'École de design Nantes Atlantique. (2014). Design de service public en collectivité locale. le passage à l'acte. France : Éditions La Documentation Française

CRESENSS Valentin. (27 août 2018). Gare du Nord 2023 : L'expérience voyageur au cœur du projet de modernisation du plus grand complexe européen.
<https://www.transportshaker-wavestone.com/gare-du-nord-2023-lexperience-voyageur-au-coeur-du-projet-de-modernisation-du-plus-grand-complexe-europeen/>,

Le Lieu du Design. (7 mars 2012). Exposition : Sous les pavés, le design - Espace public et designers.
<https://www.youtube.com/watch?v=6oGMJS2ue-s>

Design graphique

Syndicat des graphistes. (1995). La charte du graphisme. Extrait du site BNF (Bibliothèque nationale de France). <http://expositions.bnf.fr/graphis/definition01/ssindex02.htm>

Graphisme d'information

BEYAERT-GESLIN Anne. (2018). Architecture de l'information versus design de l'information. Études de communication, 161-174. <https://doi.org/10.4000/edc.7651>

LIPSYC Carole, IHADJADENE Madjid. (2013). Architecture de l'information et éditorialisation. Études de communication, p. 103-118. <https://doi.org/10.4000/edc.5406>

PILON Laurence (9 février 2017). Qu'est-ce que le design de l'information ?. <https://medium.com/@laurencepilon/quest-ce-que-le-design-de-l-information-bbacad34b020>

VOLLAIRE Louis. Le design d'information. Communication et langages, n°112. (2ème trimestre 1997). pp. 35-50. <https://doi.org/10.3406/colan.1997.2761>

WIDBUR Peter et BURKE Michael. (août 2001). Le Graphisme d'information : Cartes, diagrammes, interfaces et signalétiques. France: Éditions Thames Hudson.

Signalétique

BOUGIE Caroline, Ruedi Baur bien urbain Magazine étapes n°223. Stratégies d'orientation. p. 87-95. (janvier-février 2015)

JACOBI Daniel, LE ROY Maryline. (2013). La signalétique patrimoniale - Principes et mise en œuvre. France: Éditions Errance

PONANT Pierre. Pierre Di Sciullo l'archigraphe. Magazine étapes n°223, Stratégies d'orientation. p. 71-81. (janvier-février 2015).

Nouvelles technologies

ATMANI Mehdi. (8 novembre 2017). Interview Nova Nicolas. « Néo-objets »: Quand la technologie met le design dans tous ses états. <https://www.letemps.ch/lifestyle/neoobjets-technologie-met-design-etats>

Agence Disko. Brutalism Design : tendance ou révolution ? (3 oct. 2017). www.disko.fr

Journal du Net. (25 mai 2020). Géolocalisation : définition et applications concrètes. <https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering/1203369-geolocalisation-definition-applications/>

mtaterre.fr. L'obsolescence programmée, c'est quoi ? . (Janvier 2019). <https://www.mtaterre.fr/dossiers/pourquoi-nos-produits-durent-ils-de-moins-en-moins-longtemps/obsolescence-programmee-cest>

PACCOUD Alain. (1999). Les nouvelles technologies de l'information-communication et les graphistes. Mémoire Université Lumière Lyon 2. ENSSIB. <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1504-les-nouvelles-technologies-de-l-information-communication-et-les-graphistes.pdf>

Lexique

Le Robert. Design. Dictionnaire historique de la langue française, Alain Rey.design. 1992

CNRTL . Espace . <https://www.cnrtl.fr/definition/espace>

Larousse . Espace . Dans Dictionnaire en ligne : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/espace/31013>

CNRTL . Graphique . <https://www.cnrtl.fr/definition/graphique>

Larousse . Institution publique . Dans Dictionnaire en ligne : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/institution/43444>

Le Robert .In situ. Dans Dictionnaire en ligne : <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/in-situ>

Linternaute .In situ. Dans Dictionnaire en ligne : <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/in-situ/>

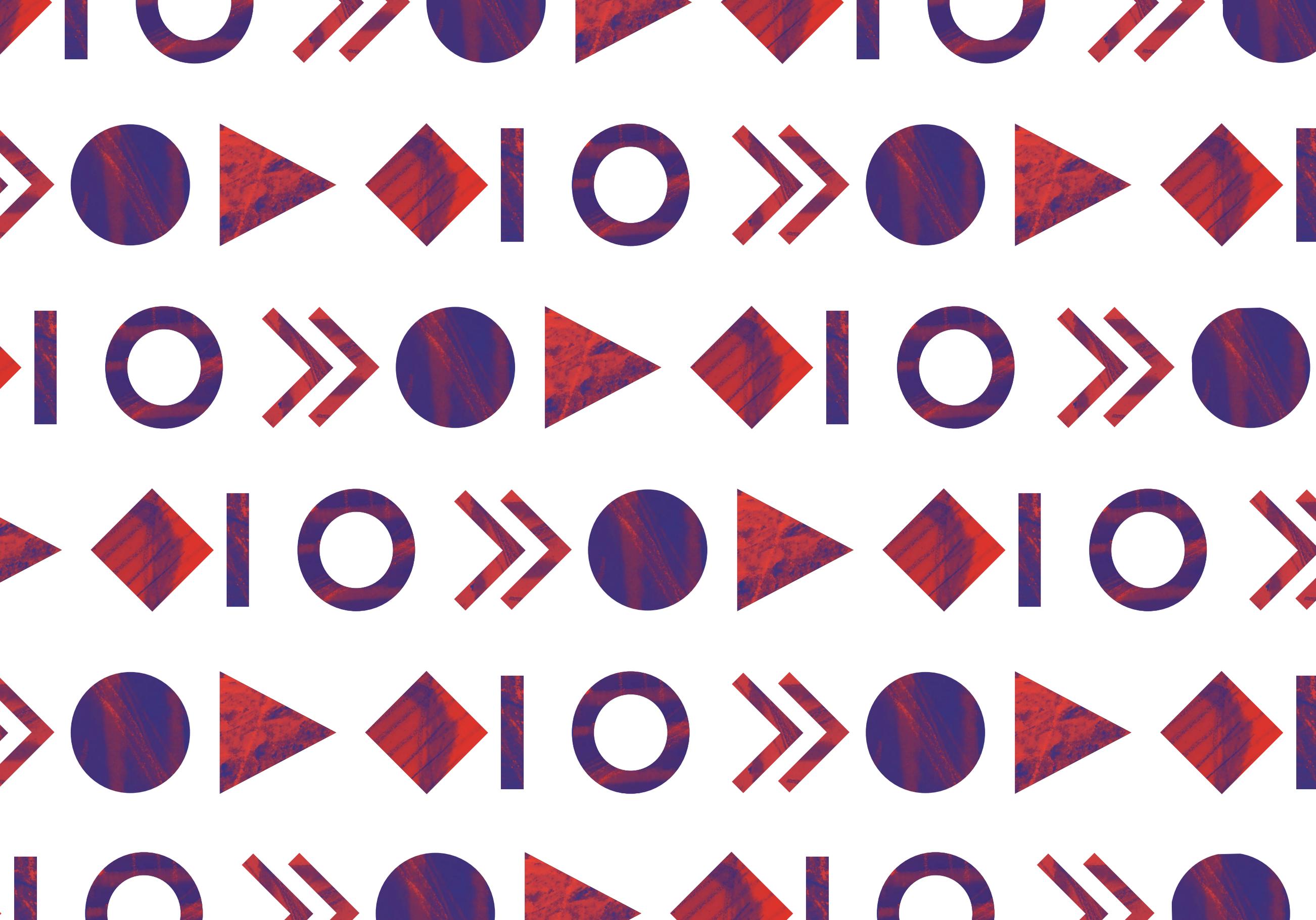
Larousse . Photocompositon . Dans Dictionnaire en ligne : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/photocomposition/60419>

Le Robert . Pictogramme . Dans Dictionnaire en ligne : <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/>

Le Robert . Sémologie . Dans Dictionnaire en ligne. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/semiologie>

Larousse . Signe . Dans Dictionnaire en ligne : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/signe/72700>

Larousse . Signe . Dans Dictionnaire en ligne : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/signe/72700>



**Design
graphique
et
espaces
publics**

Le sujet de mon mémoire est la relation entre le design graphique et les espaces publics (comme les aéroports, les gares, les musées). Les espaces publics ont des informations et des interactions très denses qui peuvent gêner la compréhension de ces espaces pour l'utilisateur. Cette recherche me permet ainsi de montrer comment le graphisme améliore la communication de ces espaces.

Ma problématique est : ***Dans quelle mesure le designer graphique va-t-il chercher à valoriser la communication visuelle dans des espaces publics, pour optimiser l'expérience des usagers ?***

Tout d'abord, j'ai souhaité définir, les spécificités des espaces publics, jusqu'à leurs intégrations du design graphique. Cette analyse m'a permis de montrer leurs fonctionnements ainsi que les besoins des leurs usagers. De même, j'ai pu énumérer les différents concepts du design graphique dans ces espaces. Puis, j'ai étudié le rôle du designer graphique au sein des espaces publics. Je me suis notamment appuyée sur mon projet professionnel personnel comme étude de cas. J'ai abordé les problématiques et les enjeux du graphiste dans ces espaces. Enfin, j'ai ouvert mon étude sur les évolutions du design graphique dans les espaces publics. J'ai voulu montrer les apports et les limites des nouvelles technologies en design graphique.

Cette recherche m'a permis de montrer que réellement le graphisme a un impact bénéfique sur les espaces publics. Le graphiste crée des méthodes de communication très lisibles, qui permettent de simplifier l'accès aux informations et aux interactions des espaces publics pour les usagers. Ainsi le graphisme est nécessaire, il dépasse la fonction esthétique et trouve un écho fonctionnel dans notre société.

The topic of my dissertation is the relation between graphic design and public space (i.e airports, trains, stations and museums). The public space has much information and many interaction, that are hard to understand for their users. That's why I want to show how graphic design improves the communication, the understanding of these places.

The question at hand is : ***How does a graphic designer enhance visual communication in public space, in order to optimize the user's experience?***

Firstly, I defined the specificities of the public space, until their integration of graphic design. I analyzed how public spaces work, as well as the needs of their visitors. I talked about the different concepts of graphic design in these spaces. Then, I analyzed the role of the graphic designer in public spaces. I used my professional project as a study case. I addressed the issues and challenges of the graphic designer in these spaces. Finally, I opened about the evolution of graphic design in public spaces. I showed the edges and limits of new technologies in the field of graphic design.

To conclude, this dissertation proves that graphic design has a positive impact on public spaces. The graphic design creates readable methods of communication, which simplify the understanding of the public space, for the users. It guides and informs the visitor efficiently and easily. Thus, graphic design is necessary, it goes beyond the aesthetic function and transmit a functional content in our society.