



LETTRAGE ET ARCHITECTURE EN TANT QU'ŒUVRE D'ART TOTALE

Agnès Laube

traduit de l'allemand par Christèle Jany

Pour les architectes du modernisme classique, il allait de soi d'intégrer des caractères tridimensionnels aux façades. L'après-guerre a vu quant à elle une dissociation croissante de l'écriture et de l'architecture. Or, l'on assiste depuis une bonne vingtaine d'années à une renaissance du lettrage tridimensionnel en architecture. Explication.

«La beauté d'un caractère est le fruit d'une forme harmonieuse des blancs intérieurs dans les lettres. Le comprendre a été pour moi une expérience fondamentale», a confié le créateur de caractères Adrian Frutiger¹. De nos jours, il est évident pour les concepteurs de caractères et typographes que tant dans le dessin de caractères que dans leur mise en œuvre typographique, il y va toujours de l'espace. Du rapport entre les espaces intérieurs (contre-formes) et les formes, de la relation des caractères entre eux, de leur disposition saisissante sur la surface et de la composition d'ensemble dans différents médias. Il y va toujours du rapport entre des volumes et des blancs. Comme c'est également le cas en architecture.

L'architecture ne s'appréhende pas par la «lecture»

L'écriture est généralement bidimensionnelle, ce qui n'est pas le cas de l'architecture. Les textes se lisent de manière linéaire, du moins quand on veut en comprendre le contenu et pas uniquement les appréhender par le regard. Un bâtiment se présente comme une scène, à la manière d'un tableau, sauf qu'il est tridimensionnel. Le bâtiment n'impose aucun sens de lecture, nous le balayons du regard dans tous les sens et, plus nous le regardons, plus l'image ou l'impression d'ensemble gagne en profondeur. Un bâtiment se montre à nous. Nous devons nous déplacer pour l'appréhender dans sa globalité. Or, si l'on appose une inscription sur la façade ou au-dessus de l'entrée, un conflit de perception survient : le regard est attiré, voire carrément capté par le texte linéaire. Avec son aptitude à véhiculer des contenus plus «efficacement» que l'image, l'écriture est un code puissant. À tel point que même des inscriptions de dimensions modestes peuvent dominer des édifices de grande taille. Des lettrages qui ne sont pas mûrement réfléchis peuvent perturber sensiblement un projet d'architecture. L'exaspération des architectes dans pareille situation est compréhensible.



Des solutions en parfaite harmonie

Regardons un siècle en arrière. Penchons-nous sur le modernisme, dont les principales icônes architecturales se caractérisent entre autres par un lettrage en parfaite harmonie avec l'architecture : le bâtiment du Bauhaus à Dessau (1926), le café De Unie à Rotterdam (1925), le grand magasin Schocken à Stuttgart (1928), le bâtiment De Volharding à La Haye (1928), le grand magasin Ober à Zurich (1934), pour ne citer que les réalisations les plus connues. Elles présentent la palette presque entière des techniques de lettrage qui sont encore les plus courantes de nos jours : lettres métalliques individuelles, réclames peintes, lettres ou caissons lumineux. Les architectes modernistes sont alors nombreux à concevoir eux-mêmes les inscriptions apposées sur leurs édifices ou au moins à en fournir des esquisses. Comme on peut le voir dans les célèbres dessins d'Erich Mendelsohn, l'inscription SCHOCKEN a d'emblée contribué de manière décisive au dynamisme de la façade. Mendelsohn voulait établir un lien entre l'univers visuel chargé émotionnellement de son époque et les approches

*Bâtiment du Bauhaus, Dessau.
Architecture Walter Gropius, 1928.
Lettrage attribué à Herbert Bayer.
(Source Archives du Bauhaus, Berlin.)*

*< Grand magasin Ober, Zurich.
Architecture Gustav von Tobel, 1927-1928.
Otto Dürr, 1931-1934 (Extension).
Lettrage Ernst Keller.
(Photo Theodor Stalder, Zurich.)*



fonctionnelles d'une architecture industrialisée. Aux États-Unis, où il se rend en 1924, il est fasciné entre autres par le Broadway nocturne, avec les enseignes lumineuses des salles de spectacle et les phares des automobiles circulant sur la chaussée qui plongent la rue dans une lumière électrique. De retour en Allemagne, il construit des grands magasins, les dotant de façades à trois dimensions illuminées la nuit; les enseignes et bandeaux lumineux captent la dynamique de la métropole électrifiée et font de l'apparence de l'édifice l'identité visuelle de l'établissement².

D'autres architectes – comme Gustav von Tobel et Otto Dürri, qui dessinent le grand magasin Ober à Zurich – travaillent avec des graphistes qui appliquent au dessin de caractères les idées du «mouvement moderniste»: des caractères sobres et fonctionnels sans empattements (ou sérifs), qui ne sont plus centrés mais alignés à gauche, disposés librement ou selon des lois mathématiques. C'est à Ernst Keller, alors directeur de l'école d'arts appliqués de Zurich, que l'on doit le lettrage de divers bâtiments de cette ville, notamment du Museum für Gestaltung (1933). Sa pièce maîtresse est cependant l'inscription OBER visible de loin sur la cage d'escalier du grand magasin, logotype qui est de nos jours classé monument historique conjointement avec l'édifice même. En dehors des centres-villes, on rencontre également à la campagne et à la montagne des spécimens réussis de cette époque. Citons à ce titre Rudolf Gaberel, qui a lié intimement architecture et typographie dans plusieurs de ses réalisations à Davos (entreprise Künzli & Mai, vers 1930). À l'époque, la formation au dessin des architectes comprend aussi la conception de caractères typographiques. Le fait qu'ils assurent aussi souvent la maîtrise d'œuvre et que les publicités sur les bâtiments sont encore un phénomène rare – ou endigué par l'administration en charge de la conservation des monuments historiques – est un avantage certain. Les architectes conservent alors dans une large mesure la maîtrise de l'apparence de leurs bâtiments. Après la Seconde Guerre mondiale, cette situation changera radicalement, pour différentes raisons.

Architecture de l'après-guerre : nouvelles typologies de bâtiments et de façades

Pendant les années 1950-1960, la culture du lettrage tridimensionnel est en perte de vitesse: des éléments de marques et d'identité visuelle «standardisés» de multinationales supplantent les inscriptions conçues spécifiquement pour

un bâtiment. Pour les architectes, le lettrage fait de moins en moins souvent partie intégrante du programme de construction. En outre, de nouvelles typologies de bâtiments – immeubles de bureaux à façades tramées ou dotés de larges surfaces vitrées – n'offrent guère de place pour des lettrages adéquats. Des logos apposés ultérieurement perturbent souvent les façades de façon sensible, confortant les architectes dans leur rejet d'une «couche graphique apposée ultérieurement». Les années 1970 voient fleurir des banlieues accueillant des immeubles de bureaux avec des surfaces locatives standardisées qui, en renonçant à une identité marquée, sont censées faciliter un changement d'affectation rapide. L'unité de la structure interne et de l'enveloppe du bâtiment (y compris le lettrage tridimensionnel), telle que postulée par le modernisme classique, est rompue au profit d'une architecture de façade abstraite sur laquelle on peut apposer des logos quelconques et en changer rapidement au gré des besoins. À l'inverse, on commence à installer de grandes stèles à quelque distance de l'édifice pour éviter sa «pollution» par des informations. Les façades sont ainsi soit émaillées de logos soit intouchables. Des exceptions telles que la boutique Bally à Zurich et ses sphères pop à l'angle de la façade ou le magasin Olivetti à Venise avec son logo sculpté dans la pierre confirment la règle.

Signalétique : une réflexion systémique

Cette stratégie «hands-off», consistant à désolidariser de la façade les lettrages insérés dans l'architecture pour les restituer sur des panneaux ou des stèles, est liée à un deuxième facteur, le besoin croissant en signalisation dans les grandes infrastructures de l'après-guerre. Dans les aéroports tentaculaires et les réseaux de métropolitain chaotiques, une signalisation directionnelle efficace et sûre à l'attention des usagers est capitale. C'est à cette époque que cette discipline connue de nos jours sous le nom de signalétique est affinée et progressivement théorisée. Des panneaux en couleur se détachant nettement de l'architecture doivent alors répondre au critère de lisibilité optimale. Les typographes suisses ne tardent pas à assumer un rôle de pionniers en la matière, eux qui ont toujours été contraints de composer des textes multilingues répondant aux critères de clarté et de lisibilité. On leur doit aussi des polices de caractères correspondantes: en 1957, Adrian Frutiger publie l'*Univers*, tandis que Max Miedinger commercialise l'*Helvetica*, la police aujourd'hui

Grand magasin Schocken, Stuttgart.
Architecture Erich Mendelsohn, 1928.
(Source Académie des Beaux-Arts, Berlin.)

encore la plus utilisée dans le monde sur les panneaux de signalisation. Ces linéales sobres et neutres s'intègrent particulièrement bien à l'architecture de l'époque. Les années 1990 voient la création des premières formations en signalétique, discipline qui s'est solidement établie depuis. Toujours davantage de signalétiques se fondent sur la matérialisation de l'architecture existante, mais recourent à des caractères standards ou d'entreprise inappropriés. Les signalétiques sont par nature des systèmes rigides répondant à une logique interne. Les transposer à des édifices individualisés et s'insérant dans un contexte spécifique peut se révéler problématique. Car la réflexion systémique de la signalétique est diamétralement opposée à l'individualité de certains édifices représentatifs (musées, établissements d'enseignement, bibliothèques).

Don't brand my house

Un troisième facteur a contribué au déclin de la culture du lettrage : l'essor fulgurant de la publicité et du marketing qui est allé de pair avec le

«miracle économique». Les grandes agences de publicité et entreprises de communication visuelle (Westform, Litex, etc.) qui se créent à partir des années 1950-1960 sur le modèle américain considèrent les façades de plus en plus comme de simples «supports» de logotypes de marques et non plus comme des toits esthétiques. Il devient à cet égard manifeste que les logos conçus par des agences ou des graphistes peu expérimentés se prêtent mal à une utilisation en trois dimensions (Crédit suisse, par exemple). Les budgets publicitaires étant affectés toujours plus largement aux médias en ligne et les sièges physiques des entreprises perdant de l'importance, l'industrie du lettrage s'enfonce dans la crise. Aux États-Unis, les *signs* (panneaux publicitaires) jalonnant les rues et les sorties d'agglomération sont de grandes dimensions, dynamiques, lumineux et arborent des couleurs criardes (notamment sous l'influence du pop art). Globalement, ils sont l'expression d'un goût du divertissement et d'une liberté que les architectes européens accueillent avec un mélange d'enthousiasme et de dégoût. Dans l'Europe des années 1950-1960, le néon est aussi l'expression de la



Boutique Bally, Zurich.
 Architecture Häfeli, Moser, Steiger, 1968.
 Lettrage Gérard Miedinger.
 (Source Baugeschichtliches Archiv, Zurich.)

prospérité économique, mais il en est fait un usage plus modéré qu'aux États-Unis, évitant par exemple le rouge, associé à la prostitution.

Postmodernisme : on se calme !

Dans la théorisation du concept de postmodernisme par le critique d'architecture américain Charles Jencks et les architectes Denise Scott Brown, Robert Venturi et Steven Izenour, un rôle central est attribué aux systèmes de signes et à leur mise en œuvre expressive et à grande échelle sur les édifices. Leurs travaux de recherches et publications suscitent à l'époque un débat d'architecture majeur, qui n'a que trop tardé. La question centrale en est la perte du contenu symbolique de l'architecture et la valeur des symboles graphiques. Avec sa tentative de rationalisation des fondements des projets dans leur globalité, le Mouvement moderne est, selon eux, allé à l'échec. Les architectes modernistes se seraient d'ailleurs eux aussi référés à des modèles historiques, auxquels ils auraient donné une expression conforme à leur époque, notamment dans l'esthétique industrielle. Avec leur appel à (ré) intégrer activement et de manière ludique ornements, lettrages et logos d'entreprise dans la conception architecturale, Denise Scott Brown, Robert Venturi et Steven Izenour se mettent à dos les derniers adeptes du Neues Bauen et attaquent de front les principes du modernisme fonctionnaliste. Leurs idées se heurtent à une opposition massive de la part de certains confrères architectes, d'établissements d'enseignement, d'historiens de l'art et de journalistes.

Les théories de VSBA (Venturi Scott Brown Architects) s'étant diffusées dans le monde entier, des expositions s'ensuivent aux États-Unis, en Asie et en Europe, où par exemple l'historien de l'art suisse Stanislaus von Moos organise en 1979 une exposition au Museum für Gestaltung de Zurich. Jean Nouvel et Herzog & de Meuron sont les premières agences d'architecture européennes qui reprennent à partir du milieu des années 1980 les expériences avec le lettrage. Celles-ci prennent une forme plus raffinée qu'aux États-Unis : elles sont moins criardes et moins ostensibles, en partie plus discrètes et plus intégrales dans certains cas. Nouvel travaille intensément à des façades multimédias, mais la plupart des projets ne verront pas le jour. Il est le concepteur de la façade high-tech de moucharabieh de l'Institut du monde arabe à Paris ainsi que de l'entrepôt Cartier à Villars-sur-Glâne, dont la façade est partiellement réfléchissante. Plus récemment, il a même réalisé une façade-vitrine arborant des lettres en trois dimensions (RCB, Montpellier). Jusqu'au milieu des années 1990, Herzog & de Meuron déclinent le lettrage sur presque tous les modes au plus haut niveau du point de vue formel : affichage numérique sur bandeaux défilants de leur projet pour le théâtre de Blois, lettres-sculptures du pavillon EDEN dans le parc de l'hôtel éponyme à Rheinfelden et de la clinique REHAB à Bâle ; écritures ornementales de petite taille et ordonnées sur l'immeuble Suva à Bâle, et de grandes tailles et entremêlées sur l'enveloppe extérieure de la bibliothèque de Cottbus. Les architectes Gigon et Guyer perpétuent à Davos, avec le concours de graphistes, l'héritage de Rudolf Gaberel (transformation du restaurant Vinikus et du complexe sportif), tandis qu'en Allemagne l'agence Hild + K se distingue par quelques réalisations originales telles que le point de collecte de tri sélectif signalé par



*Cartier, Villars-sur-Glâne.
Architecture Jean Nouvel et Emmanuel Cattani, 1992.
(Photo Gaston Bergeret, Paris.)*



*Extension du Kunstmuseum de Bâle.
Architecture Christ & Gantenbein, Bâle, 2016.
Lettrage iArt, Bâle.
(Photo Stefano Graziani, Trieste.)*

le lettrage tridimensionnel SAMMELN (collecter, en allemand) et l'hôtel LOUIS à Munich. Toujours dans les années 1990, le designer franco-suisse Ruedi Baur réalise les premières signalétiques qui comprennent, outre des éléments informatifs, des éléments narratifs (des anecdotes sur le quartier, par exemple) ; il travaille de nouveau directement avec la façade ou plus exactement sur la façade (l'élément binaire 01 multiplié sur la façade de l'école d'électronique de Valence). Tous ces créateurs ont jeté les bases en Europe, en Suisse plus particulièrement, de la renaissance d'une culture du lettrage tridimensionnel de qualité en architecture.

Et maintenant : approche globale

Reconnaissant le potentiel de cette approche, la génération d'architectes qui a pris la relève promeut l'individualisation de ses constructions les plus représentatives (musées, bibliothèques, établissements d'enseignement, etc.). Des agences telles que Christ & Gantenbein et EM2N reprennent d'emblée le lettrage dans leur programme et sollicitent des budgets correspondants auprès des maîtres d'ouvrage – avec cependant des succès variables. Des lettrages complexes, par exemple plissés ou traversant les façades, se conçoivent et se mettent en œuvre plus facilement d'un point de vue pratique grâce aux techniques numériques. Dans le même temps, les graphistes sont de plus en plus nombreux à se tourner vers des lettrages qui tiennent compte des spécificités du contexte. Et même quelques maîtres d'ouvrage et municipalités comprennent que des lettrages spécifiques peuvent souligner l'enracinement local de certains édifices. Avec la demande croissante en stratégies « hands-on » visant à favoriser l'identification, le secteur redevient intéressant dans la phase de conception. La question qui se pose est la suivante : à partir de quel élément



Hôtel City Garden, Zoug.
 Architecture EM2N Architekten, Zurich, 2009.
 Lettrage bivgrafik, Zurich.
 (Photo Roger Frei, Zurich.)

Haute École de Fribourg.
 Architecture Armon Semadeni, Zurich.
 Lettrage bivgrafik, Zurich.
 (Photo bivgrafik, Zurich.)

de l'architecture peut-on élaborer un lettrage approprié? Pour y apporter une réponse, architectes et graphistes spécialisés doivent travailler sur un pied d'égalité.

Palimpseste

Même si l'archigraphie de haut niveau, comme nous appelons cette discipline d'interface dans notre ouvrage publié en 2016, joue de nouveau un rôle relativement important, elle se trouve dans la même situation que l'architecture de qualité: elle évolue au beau milieu d'un océan d'espaces de qualité variable qui se superposent, disparaissent et se créent, en l'occurrence la ville. Par conséquent, la discipline de design graphique «archigraphie» n'aura jamais pour propos un embellissement à grande échelle des villes, leur perfectionnement par la typographie. Si les édifices de grand intérêt méritent des lettrages soignés, les inscriptions dégradées sont encore à leur place dans les rues, tout comme les enseignes au néon auxquelles il manque parfois des lettres ou les logos en plastique. Les pancartes remplies à la main de primeurs et autres petits commerçants sont souvent très belles... Dans les villes, les lettrages se surimposent, certains disparaissent, d'autres surviennent. Certains lettrages sont plus pérennes et deviennent emblématiques comme le logo du Bauhaus, qui sera très médiatisé cette année. D'autres, comme les lettres géantes sur les hauteurs d'Hollywood, sont le symbole même de la promesse fugace de toute une ville.

Bibliographie

Agnès Laube et Michael Widrig, *Archigrafie. Schrift am Bau – Archigraphy. Lettering on Buildings*, Bâle, Birkhäuser, 2016.

Exposition

«Lettres en 3D et architecture» au Museum für Gestaltung de Zurich, quartier Toni-Areal, Pfingstweidstrasse 96, 8005 Zurich. L'exposition a eu lieu du 6 décembre 2018 au 14 avril 2019.

Agnès Laube a étudié le graphisme à la Schule für Gestaltung de Zurich (actuelle Haute École d'art de Zurich, ZHdK) de 1985 à 1989. Exerçant en free-lance depuis 1991, elle s'intéresse tant du point de vue pratique que théorique à la signalétique et au lettrage en architecture. De 2011 à 2015, elle a dirigé le cursus de master en design de communication à la Haute École des arts de Berne. Elle enseigne à l'heure actuelle le graphisme et l'histoire de l'illustration à la Haute École de Lucerne (département Design & Art). En 2016, elle a copublié avec l'architecte Michael Widrig un ouvrage intitulé Archigrafie. Schrift am Bau.

- 1 Fondation suisse Caractères et Typographie, *Adrian Frutiger. Caractères. L'Œuvre complète*, éd. Heidrun Osterer et Philipp Stamm, traduction de Caroline Barzilai, Aurélie Duthoo, Christèle Jany, Freddie Plassard, Bâle, Birkhäuser, 2008, p. 217.
- 2 Tanja Herdt, *Werk, Bauen + Wohnen*, n° 91/2004, p. 4 sqq.

