



DESIGN
GRAPHIQUE & CULTURE
VISUELLE

étapes:

243

**Design
et écologie**

Wang & Söderström
DIA, Alice Savoie
David Dubois
Séoul

MAI - JUIN
2018 / 19,90 €

Édito

Garder les pieds sur terre



Tyler Spangler

Passionné de surf et de Photoshop, le graphiste retravaille ici un cliché personnel avec l'outil Superposition et le filtre Fluidité.

● À ceux qui veulent bien, quelques instants, retirer le voile
● d'indifférence qui les préserve d'un accablement général (ou peut-être de rejoindre l'action), un constat s'impose : notre planète va... très mal... Scandale sur scandale, on assiste, souvent impuissants, aux révélations catastrophiques qui se succèdent chaque année : extinction massive de la biodiversité, mers de plastique, pics de pollution alarmants... la liste est longue. Sielles se vantent de leurs avancées en la matière, les politiques proposent encore des solutions bien trop timides pour faire face à notre double société de croissance (croissance économique, avec l'augmentation de la production pour modèle, mais aussi croissance démographique). Depuis les années 1970, plusieurs théoriciens du design ont appelé la discipline à se réinventer en intégrant la responsabilité écologique. C'est le cas de Victor Papanek, qui désapprouvait le design industriel, arguant que « lorsque la conception est simplement technique, elle détruit le contact avec ce qui est nécessaire aux personnes ». Plus récemment, Ezio Manzini, designer et professeur à l'École polytechnique de Milan, préconisait aussi une révolution de la pratique : « Passer d'une culture du "faire en l'absence de limite" à une culture du faire dans un monde limité appelle un changement profond qui implique l'ensemble des acteurs du système de conception, production et consommation* ».

Avec l'apparition de nouveaux lieux de pratiques (fablabs), ou de collectifs prônant davantage d'éthique, le monde du design objet a déjà entamé sa mutation. Le design graphique, quant à lui, balbutie encore à trouver sa voie. Depuis les matériaux utilisés, les questions de recyclage, de ressources locales, de rationalisation de la production, de l'écologie appliquée au numérique, la pratique est soumise à l'auto-questionnement de sa (ses) nécessité(s). Pourtant, des expérimentations récentes, et de nouveaux enseignements, émergent. Nous avons rassemblé dans ces pages quelques-unes de ces démarches qui, sans doute, en encourageront d'autres... Car, le designer, au cœur des processus de production, endosse la lourde responsabilité de son impact écologique.

PAR **CAROLINE BOUIGE**

* Cité par Victor Petit dans *Sciences du Design* n°2, PUF

DOSSIER

Design & écologie ¹¹⁸

DEPUIS LA RECHERCHE, AVEC LE GROUPE PRÉDOCTORAL DE L'ENSAD-LAB MENÉ PAR ROXANE JUBERT, JUSQU'À SA MISE EN PRATIQUE, L'APPLICATION DE LA CONSIDÉRATION ÉCOLOGIQUE AU DESIGN (GRAPHIQUE) S'INVENTE AUJOURD'HUI. ENCORE ISOLÉS, LES RARES AUTEURS DE CES INITIATIVES TENTENT, À TRAVERS PLUSIEURS PISTES (MATÉRIAUX, RECYCLAGE, TECHNOLOGIES, RATIONALISATION DE LA PRODUCTION, DOUBLE EMPLOI) D'APPORTER QUELQUES ÉLÉMENTS DE RÉPONSE. CETTE SÉLECTION LES RÉUNIT.

Graphisme et **écoconception**, vers une perspective soutenable

PAR ROXANE JUBERT

À l'heure où les problématiques environnementales deviennent omniprésentes et toujours plus pressantes, il appartient à la communication visuelle et à la production graphique de contribuer à un monde en transition. Certains s'y consacrent déjà. Signes, messages, couleurs, techniques, matériaux, supports: tout invite à s'ouvrir à un design écologique et soutenable. Chacun est concerné – créateur, producteur, professionnel de différents horizons, chercheur, enseignant, récepteur et citoyen.

UNE CONSCIENCE BIENFAISANTE

Tout comme le design d'objet, l'architecture, le design d'intérieur ou le textile, la communication visuelle suppose de très profondes implications sur l'environnement, le cadre de vie, la nature, l'humain et ses comportements. Dans un monde en transition – assailli de questions concernant la croissance, les ressources naturelles, la technique, l'énergie, la consom-

mation, le partage, etc. –, la considération de l'écoconception et de la soutenabilité prend un relief très particulier. Leur pertinence se mesure à l'extrême importance de leurs enjeux, qui relèvent tout à la fois de problématiques environnementales, matérielles, sociales, relationnelles, perceptives et conceptuelles. Pour mieux situer cette pluralité des points de vue, il est utile de suivre les réflexions exposées par Félix Guattari dans son essai *Les Trois Écologies*, et la façon dont il développe la notion d'écosophie, contre une « perspective technocratique »: « seule, une articulation éthico-politique – que je nomme *écosophie* – entre les trois registres écologiques, celui de l'environnement, celui des rapports sociaux et celui de la subjectivité humaine, serait susceptible d'éclairer convenablement ces questions ». Envisager le graphisme dans cette optique implique une conscience environnementale, procède d'un engagement et participe d'une vision du monde.

S'il existe un certain nombre d'initiatives, de projets, de textes, de réalisations ou d'expériences en la matière, des pans entiers du graphisme (pouvant relever de la pratique, de la culture, de la pédagogie, de la production, de la collection, de la recherche, de l'histoire, de la théorie ou de la critique) se situent hors de toute préoccupation de cette nature, hors de ce champ d'action et de réflexion. À la fin du XX^e siècle, dans l'épilogue des rééditions de son ouvrage pionnier *A History of Graphic Design*, Philip B. Meggs insiste sur le fait que « les designers graphiques, en tant que metteurs en forme de messages et d'images, ont l'obligation de contribuer de façon significative à une compréhension globale des questions environnementales et sociales ». Dans le même temps, en 1997, un article de la revue *Design Issues* consacré à l'*ecological design* débute ainsi: « Le design écologique est désormais bien établi. Cela fait maintenant environ une décennie que la première vague du design

On ne dira jamais assez que, **dans les problèmes de pollution, le designer est plus lourdement impliqué que la plupart des gens.**

vert [*green design*] est apparue comme un nouveau facteur important dans le design produit et le design graphique. Bien que cela ne soit en aucun cas pleinement développé et accepté, et commence tout juste à être intégré à la formation en design, [...] il existe désormais un large consensus sur le fait que les problématiques environnementales ne peuvent plus être ignorées des designers et des critiques. [...] Déjà, une deuxième ou troisième vague de pratiques et de critiques en matière d'écoconception est apparue, qui poursuit une analyse plus subtile du sens et de la méthodologie.» Ainsi est-il possible de considérer l'écoconception comme l'un des fondamentaux contemporains du graphisme.

Il est intéressant de noter que l'histoire du graphisme, l'écodesign et l'histoire de l'environnement – autant de dimensions fondamentales que l'on pourrait croire distinctes – se développent presque simultanément en Occident au cours du dernier tiers du XX^e siècle. Cela s'est opéré de façon très significative, et n'a cessé de s'affirmer depuis lors. Ces réflexions croisées et ces dynamiques nouvelles permettent de mieux appréhender la communication visuelle. Cela concerne d'une part son potentiel, son rôle, sa responsabilité et ses enjeux, et d'autre part ses impacts en termes environnementaux et visuels – surinforma-

tion, pollution, gaspillage, toxicité, nuisances, etc. (à titre d'exemple, l'industrie papetière requiert une très importante consommation d'eau et d'énergie, et les techniques posent, entre autres, la question de l'obsolescence et des déchets électroniques). Considérée dans une perspective large, l'écoconception en appelle à de nombreuses notions et données, avec lesquelles elle entretient un lien immédiat, ou qui viennent l'éclairer de l'extérieur: communication responsable, design soutenable ou éthique, design écosocial, durabilité, efficacité, économie circulaire, cycle de vie, transition énergétique, résilience – versus surconsommation, pollution visuelle et informationnelle, infobésité, etc. Ces aspects, essentiels pour comprendre le monde d'aujourd'hui, apparaissent d'autant plus complexes qu'ils font l'objet de définitions parfois hétérogènes, de débats et de divergences. Ils portent des idées aussi riches que difficilement contournaibles, invitant à réfléchir et à se projeter hors des cadres et des repères établis.

DE MULTIPLES EXPRESSIONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

Depuis les années 1960 (sinon avant), beaucoup d'écrits interrogent le design, la communication visuelle et la publicité du point de vue de la durabilité, des besoins réels, des priorités à (re)définir,

du bien-vivre et des valeurs fondamentales. Vastes et passionnants, ces espaces de réflexion sont nourris aussi bien par des designers que par des chercheurs et théoriciens représentant de très nombreuses disciplines. En 1963-1964, le manifeste britannique *First Things First* déplore un « point de saturation » face à l'« industrie publicitaire »: « nous proposons un renversement des priorités en faveur de formes de communication plus utiles et plus durables ». Le mot *environnement* se trouve ajouté à la version revue et augmentée de ce manifeste percutant, qui reparait en couverture de la revue *Emigre* en 1999. Désormais, ce texte (par ailleurs largement diffusé) fustige « un environnement mental tellement saturé de messages commerciaux qu'il modifie la façon même dont les citoyens-consommateurs parlent, pensent, ressentent, réagissent et communiquent entre eux. [...] Des crises environnementales, sociales et culturelles sans précédent requièrent toute notre attention. » Le lien entre dimensions environnementale et sociale s'est déjà trouvé affirmé dans le titre même de l'ouvrage fondateur et anticipateur de Victor Papanek, *Design pour un monde réel. Écologie humaine et changement social*. D'abord publié en suédois en 1970, ce texte détonnant se montre très critique: « Les systèmes actuels [...] se fondent tous sur le même postulat:

Actuellement, l'expression sustainable graphic design, bien établie dans la langue anglaise, reste sans équivalent en français.

nous devons acheter davantage, consommer davantage, [...] rejeter davantage. [...] On ne dira jamais assez que, dans les problèmes de pollution, le designer est plus lourdement impliqué que la plupart des gens. [...] Le design, s'il veut assumer ses responsabilités écologiques et sociales [...] doit revendiquer [...] le "principe du moindre effort" de la nature: [...] faire le plus avec le moins. Cela implique que nous consommons moins, que nous faisons durer les choses plus longtemps, que nous recyclons les matériaux.»

Un tel faisceau d'intérêts prononcés en faveur de la cause environnementale depuis plus d'un demi-siècle concerne les secteurs d'activité qui façonnent notre cadre de vie, y compris la communication visuelle. Pour cette dernière, cependant, de telles convictions restent loin de correspondre à une position majoritaire. Quiconque en perçoit la portée et le caractère pressant entrevoit du même coup un changement de paradigme, de cadre de pensée et d'idéal. Bien qu'issues de provenances très diverses, les réflexions vouées à ces perspectives formulent des critiques récurrentes. Se trouvent souvent visés le formalisme, l'esthétisation, la starisation du créateur, la publicité (Papanek y consacre des mots cinglants), l'obsolescence psychologique, la soumission à un système au détriment

des besoins fondamentaux et prioritaires, le gâchage et ses excès, la démesure, la prédation, le consommateur versus le citoyen, le court-termisme contre la durabilité, etc. Qui plus est, tout ceci est à situer dans un contexte ouvrant l'horizon à d'autres plans essentiels, par exemple la place des femmes (si peu présentes dans l'histoire du graphisme et de la typographie), l'ouverture à la culture visuelle des autres continents, ou l'intérêt pour les pratiques amateur – le tout étant de nature à déstabiliser sérieusement les ordres et pouvoirs établis, ainsi que les certitudes. Dans les années 1980 et 1990, ces critiques s'expriment également avec force par des artistes dont les langages s'emparent de formes graphiques, dans des œuvres qui, par exemple, détournent l'affiche et le slogan pour propulser des messages à contre-courant des stéréotypes dominants. Ainsi des formules de Barbara Kruger: *Your comfort is my silence* et *I shop therefore I am*, ou de Jenny Holzer, telles: *Protect me from what I want* et *Money creates taste*. Autant de réactions convergentes, exprimées par les canaux les plus divers. Pour les années 2010, citons encore ces deux vidéos saisissantes de Tania Mouraud: *Once upon a time*, consacrée à l'abattage des arbres, à leur destruction et à la déforestation (2011-2012), ainsi que *Ad nauseam*, un polyptyque montrant tout aussi crûment les

opérations de déversement et de déchetage des livres voués au pilon (2014).

NOMMER LE GRAPHISME SOUTENABLE...

Dans ce vaste paysage d'écrits et de créations visuelles soulevant mille questions face au monde contemporain, une place particulière revient à la communication visuelle, de par ses attributs. Cet état de fait souligne, voire réactive, le formidable potentiel du design graphique: sa capacité à façonner des messages, son maniement de plusieurs langages visuels, son possible rôle de conseil quant au cahier des charges, sa présence déterminante dans l'expérience visuelle quotidienne, etc. L'approche environnementale de ces dernières décennies invite le graphisme à tenir compte de paramètres inhabituels, très actuels, aptes à déplacer ses repères et ses pratiques, à étendre la nature et la portée de ses engagements.

Les mots, qu'ils soient en usage ou manquants, constituent un indicateur essentiel. Dans les années 1980, le terme *design*, introduit depuis peu dans la langue française, s'est trouvé remis en question jusque dans le *Journal officiel*. Il n'y a pas de terme prédominant (sans doute est-ce un bien) pour qualifier ces espaces d'activité nommés graphisme, design graphique,

L'économie visuelle et spatiale a concerné le livre imprimé dès ses débuts, et traverse toute son histoire.

communication visuelle, communication graphique, etc. Actuellement, l'expression *sustainable graphic design*, bien établie dans la langue anglaise, reste sans équivalent en français. Difficile, donc, de qualifier le graphisme dédié à l'écoconception et à la soutenabilité. De telles conditions posent la question de sa définition (de sa redéfinition?), incluant son champ d'action, ses intentions, sa complexité, sa portée et ses limites. Si le mot manque, les possibilités ne manquent pas pour désigner le graphisme écoconçu : graphisme soutenable, graphisme écoresponsable, écoconception graphique, écodesign graphique, éco-graphisme, graphisme écologique (sur la base de *ecological design*) – sachant que l'on peut préférer à graphisme les termes design graphique ou communication visuelle. Sur un plan général, l'approche dont relève l'écoconception se trouve précisée avec la norme internationale ISO/TR 14062, en 2002. Cette norme « décrit des concepts et des pratiques actuelles ayant trait à l'intégration des aspects environnementaux dans la conception et le développement de produit ». Parmi les nombreuses définitions de l'écoconception, celle du *Journal officiel* décrit la « conception d'un produit, d'un bien ou d'un service, qui prend en compte, afin de les réduire, ses effets négatifs sur l'environnement au long de son cycle de vie, en s'efforçant de préserver ses qualités ou ses performances » – sachant que cela se fonde sur une approche multicritère

(indicateurs d'impact, etc.), et nécessite le recours à des compétences telles que celles des ingénieurs.

L'article « Ecological Design: A New Critique », publié en 1997 dans *Design Issues*, retrace l'évolution intéressante des dénominations anglaises ad hoc : « le terme originel "design vert" [*green design*] est rarement utilisé aujourd'hui ; bien qu'il ait été l'expression à la mode à la fin des années 1980, il est déjà démodé. [...] Dans le champ du design, le passage de vert à "éco-" à soutenable représente un élargissement progressif de l'horizon de la théorie et de la pratique, et, jusqu'à un certain point, une perspective de plus en plus critique concernant l'écologie et le design. » Il s'agit des termes *green design*, *ecodesign* et *sustainable design*, qui se formulent aussi avec *graphic design*. Pour preuve, parmi les ouvrages consacrés au sujet se trouvent les titres *Green Graphic Design* (Brian Dougherty, 2008), et *Sustainable Graphic Design* (Wendy Jeddlicka, 2010). Si la langue française compte trop peu de publications spécifiques, il existe néanmoins certains ouvrages édités dans les mêmes années, aux alentours de 2010, conçus comme guides et boîtes à outils – tels *Le Guide de l'éco-communication* (ADEME [Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie], 2007) et *Éco-conception web* (Frédéric Bordage, 2012 et 2015). Se trouvent aussi, en français, un certain nombre de manifestes de différentes natures : tout un chacun peut

trouver en ligne le *Manifeste des publicitaires éco-socio-innovants*, le *Manifeste contre le système publicitaire* (association Résistance à l'agression publicitaire), ou encore le *Manifeste de la SDGQ* (Société des designers graphiques du Québec). Selon ce dernier, « le bon design graphique est responsable. [...] La responsabilité environnementale du designer est immense, car elle agit comme déclencheur. Il doit limiter au maximum notre impact sur la planète, en se questionnant sur le bien-fondé de chacun de ses gestes. Il faut sans cesse explorer d'autres voies graphiques, d'autres modes de production, ainsi que d'autres supports d'expression ».

UNE OPTIQUE STIMULANTE ET ENGAGEANTE

Une approche écoconsciente permet de se projeter dans un monde en transition et d'y contribuer (ne serait-ce qu'à la manière de la légende du colibri). Sources de stimulation, ces perspectives, loin des terrains balisés, se montrent aussi enrichissantes que salutaires. Elles abordent des questions de fond, notamment sur les priorités et les besoins de notre époque, tant en ce qui concerne l'environnement que l'humain. Il s'agit de trouver les espaces ou les interstices où il est possible d'œuvrer et d'agir, d'investir à dessein le potentiel et le pouvoir de la communication visuelle, et de refuser les écueils de la superficialité, de la récupération ou de l'écoblanchi-

Le blanc des écrans lumineux implique une consommation d'énergie accrue du point de vue du choix chromatique.

ment. D'innombrables pistes de travail et de réflexion – existantes ou à inventer – s'offrent aux praticiens, étudiants, chercheurs, enseignants, imprimeurs, développeurs, fabricants, collectionneurs, conservateurs, ainsi que tous les corps de métier susceptibles d'être concernés. Signes, messages, couleurs, techniques, matériaux, supports: tout invite à reconsidérer ou à aborder des aspects aussi divers que le flux d'informations et d'images, la perception et la cognition, la publicité, la coexistence du numérique avec tout autre support, les produits et matériaux biosourcés, la chaîne de production graphique, la recyclabilité et la valorisation des déchets, la désaturation ou la sobriété, l'économie visuelle, l'accélération et le ralentissement, la sensibilisation et la formation à ces sujets, etc. Tous les supports du graphisme peuvent être concernés. Par ailleurs, certains de ces aspects ne sont pas nouveaux. Par exemple, l'économie visuelle et spatiale a concerné le livre imprimé dès ses débuts, et traverse toute son histoire. Pour prendre le cas d'une objection concrète, très significative, formulée au cœur de la culture typographique du XX^e siècle, rappelons que Jan Tschichold considérait la blancheur du papier des livres «extrêmement désagréable pour les yeux», et comme un grave problème de «santé publique». Désormais, cette question se pose aussi pour les écrans, avec la présence du blanc comme réglage par défaut pour de nombreux fonds (traitement de texte, courriel,

etc.) – sachant que, en outre le blanc des écrans lumineux implique une consommation d'énergie accrue du point de vue du choix chromatique.

Notre époque constitue une situation exceptionnelle pour concevoir la communication visuelle d'aujourd'hui et de demain, pour en réenvisager certains aspects, en cherchant les meilleurs équilibres possibles entre création, intelligence visuelle, choix des techniques et supports (dont la part et le rôle du numérique), qualité et protection de l'environnement, contribution au cadre de vie et au bien-être, intérêt général, écologie, et éthique de la soutenabilité. Les jeunes générations, en particulier les étudiants – tout comme la pédagogie – ont leur rôle à jouer et peuvent apporter une contribution substantielle. Pour tous, cette optique procède d'une compréhension et d'une vision du monde (avec sa part d'utopie), incluant l'imaginaire, la poésie et le réenchantement. Évoquant un cercle vertueux, l'ouvrage *Sustainable Graphic Design* s'ouvre sur ce mot de Gandhi, placé en exergue: « You must be the change you wish to see in the world »...●

CRÉATION ET RECHERCHE

L'École nationale supérieure des arts décoratifs propose l'axe de recherche «Écoconception, graphisme et environnement visuel», au sein d'ENSAD-Lab. L'appel à candidatures est ouvert jusqu'au 28 mai. Peuvent candidater des étudiants ou des professionnels (titulaires d'un master ou d'un équivalent) particulièrement intéressés par ces thématiques, spécialisés en graphisme ou relevant d'autres champs de compétences concernés par ces problématiques. Cet axe de recherche est ouvert à une pluralité de vues. Il s'agit de développer un parcours de recherche personnel par la pratique et l'écriture, destiné à contribuer à la communication visuelle en faveur de l'environnement, à poursuivre une démarche d'écoconception ou à inventer de nouvelles voies. Les pistes possibles de travail et de réflexion, ainsi que plus d'informations sur ce groupe de recherche, sont disponibles, en français et en anglais, sur: ensadlab.fr/fr/ecoconception-graphisme-environnement/

Responsable du groupe «Écoconception, graphisme et environnement visuel»: Roxane Jubert: roxane.jubert@ensad.fr

Design graphique et biomatériaux

*Une pratique sensible, orientée vers la recherche
d'impression à moindre impact environnemental.*

CÁSSIA D'ELIA

Nous vivons une époque où la soutenabilité de l'existence humaine s'avère socialement et écologiquement incertaine. À travers une pratique responsable et une démarche poétique, comment pouvons-nous être acteurs de la transition d'une logique de surconsommation et de croissance effrénée vers un système soutenable ?

Nombreux sont les enjeux d'un graphisme tourné vers un moindre impact environnemental. Notre responsabilité sociale nous mène à une réflexion sur le redéploiement de notre pratique et sur les moyens à mettre en œuvre pour aller vers le rééchelonnement de la production et la dépollution visuelle. Il convient d'enquêter sur le positionnement critique et éthique des projets, en ce qui concerne la commande, les méthodes, les moyens techniques et les matériaux employés.

L'objet de ma recherche est de mettre le graphisme en équilibre et en symbiose avec son milieu et ses destinataires. Pour étendre les possibilités d'articulation entre le design graphique, l'homme et la nature, je souhaite explorer la dimension concrète et poétique de la matérialité et ses qualités métaphoriques, afin de parvenir à une sensibilisation de l'homme par son environnement (incluant le registre de l'affectif)

et de susciter plusieurs regards possibles. Une recherche centrée sur l'objet imprimé me mène à imaginer un projet à deux voies. La première concerne l'investigation des procédés techniques et des matériaux. À travers une approche pluridisciplinaire, je fais un état des lieux des biomatériaux destinés aux usages graphiques. Plusieurs initiatives autour des encres biosourcées et biodégradables sont en développement – encres végétales, micro-bactériennes ou produites à partir d'algues – surtout dans le métier du textile. Dans le domaine de l'impression, les recherches sont encore timides. Afin d'explorer l'usage de certains de ces matériaux par la création graphique, soumis à des principes d'économie matérielle et gestuelle, je propose de réaliser, par des techniques de fabrication artisanales, des dispositifs graphiques d'activation du sensible.

La deuxième voie m'amène aux possibilités de l'impression sans couleur et de la couleur sans encre. Actuellement, nous pensons l'impression comme un procédé technique de transfert d'encre vers un support physique. Cela n'a pas toujours été le cas : ainsi, en Basse Mésopotamie, entre 3400 et 3200 avant notre ère, le premier système d'écriture (appelé cunéiforme) se pratiquait par incision à l'aide d'un calame

sur une très grande variété de supports. Il s'agit de penser aux moyens d'impression antérieurs aux encres ou au-delà du recours aux encres. De penser à la nature et à l'architecture du support, aux possibilités de donner forme au message par la matière. D'une surface vide, blanche, brute ou naturelle, comment le message s'éveille-t-il ? L'invisible peut-il se révéler suite à un contact ? Le support peut-il être en lui-même la couleur ? Est-il possible d'appliquer le principe des couleurs structurales (couleurs qui découlent de l'interaction de la lumière avec des surfaces structurées) dans mes dispositifs graphiques ? Quelles méthodes ont déjà été expérimentées ou développées ?

Enfin, comment le graphisme, par une pratique de réduction de moyens et d'économie visuelle, peut-il activer la perception et stimuler les sens ? Comment peut-il concourir à reconnecter l'homme à la nature, à l'aider à prendre conscience de son environnement et des changements qui l'affectent ?

CÁSSIA D'ELIA

Projet de recherche, année prédoctorale, École nationale supérieure des arts décoratifs, Paris. ENSAD-Lab, groupe de recherche «Écoconception, graphisme et environnement visuel», coordonné par Roxane Jubert (voir p. 119)

Écoconception et édition

Une approche à travers le spectre chromatique.

VICTORIA CALLIGARO

Écocritique, eco-friendly, écopoétique, écoféminisme, écothéories, éco-extrémisme: les usages du préfixe *éco* sont aujourd'hui nombreux, toujours plus complexes et engagés. Appliquée au monde du livre, l'écoconception convoque un ensemble interdisciplinaire et protéiforme. Cette notion interroge le design graphique et ses savoir-faire techniques, hérités et en devenir. Ces enjeux d'*écoconception* pour l'objet-livre se retrouvent à de nombreuses étapes de sa chaîne de production et sont aussi plus anciens qu'ils n'y paraissent. Le livre, comme artefact industriel de lecture, intègre déjà la notion de cycle de vie: il est le sous-produit de certains déchets urbains ennoblis: le chiffon autrefois, le papier recyclé aujourd'hui. En parallèle, la couleur opère comme langage et comme facteur de distinction dans l'espace et l'univers des objets.

Mon projet de recherche au sein d'ENSAD-Lab vise à trouver par une approche chromatique et colorimétrique de nouvelles façons de pratiquer l'écoconception éditoriale, dans une démarche expérimentale et prospective. Cette entrée sur les enjeux de la couleur dans la chaîne de production du livre permet d'envisager l'objet édité d'une nouvelle manière,

d'imaginer des scénarios alternatifs et spéculatifs, avec un regard transversal et renouvelé.

Le lien entre couleur et *écologie éditoriale* traverse à de nombreux moments la production du livre, se teintant d'enjeux sociétaux ou esthétiques liés aux époques et aux modes de production. En contrepoint, la chaîne du livre, étonnamment résiliente, a accompagné silencieusement ce que nous nommons les révolutions techniques, qui se révèlent être des processus longs, chaotiques et non neutres. La couleur permet d'interroger le livre dans ses dimensions transdisciplinaires, convoquant la cognition, l'ergonomie, la notion de perception à la fois culturelle et sensorielle, la biodiversité formelle, l'esthétique, le design, ainsi que le matériau, le support, la technique, et l'espace numérique où se déploie le texte.

Dans cette perspective, la couleur et le blanc occupent des rôles essentiels comme signe et comme espace. Ces rôles sont notamment distinctifs et normatifs, leurs usages et procédés mutent. L'étude de ces fonctions écologiques et écosystémiques dans le «livre noir» (à savoir le livre produit à échelle industrielle et imprimé en noir) nous renseigne sur les enjeux de l'écoconception éditoriale.

Ainsi, quels sont les différents rôles de la couleur et du blanc pris comme «hyper-objets» (c'est-à-dire comme des notions qui débordent leurs objets d'étude) dans une écologie éditoriale? Peut-on imaginer un gris typographique écologiquement indexé? Le blanc dans l'édition est-il réductible à un espace non-imprimé, non-inscrit, ou bien agit-il aussi comme couleur? Peut-on attribuer un rôle à une couleur dans une écoconception éditoriale? Dans la relation personnelle au livre, quelles sont les implications sociologiques et ergonomiques de la perception de la couleur? Enfin, comment se construit l'imaginaire chromatique dans le champ des pratiques de l'édition de livres? Autant de pistes qui interrogent les pratiques d'un livre écoconçu comme support innovant et soutenable.

VICTORIA CALLIGARO

Projet de recherche, année prédoctorale, École nationale supérieure des arts décoratifs, Paris. ENSAD-Lab, groupe de recherche «Écoconception, graphisme et environnement visuel», coordonné par Roxane Jubert (voir p. 119)