

RECHERCHE SIGNALÉTIQUE DIRECTIONNELLE LUCIE ABINEHME

Ce document comporte ma recherche
sur la signalétique et le domaine du
wayfinding dans la création et technolo-
gie contemporaine à l'ENSCI.



RECHERCHE SIGNALÉTIQUE DIRECTIONNELLE LUCIE ABINEHME

Ce document comporte ma recherche sur la signalétique et le domaine du wayfinding dans la création et technologie contemporaine à l'ENSCI.



Remerciements

Je remercie Madame Sylvie Lavaud et Monsieur Armand Behar pour l'attention manifesté à l'égard de ce travail.

SIGN- AGE



Préface

1

2 **«Donner le signal»**

- 1 La signalétique directionnelle
- 2 Définition Signe et Signal
- 3 Définition signe linguistique symbole, Indice

3 **Le wayfinding definition, histoire et langage**

3

- 1 Définition du wayfinding
- 2 Histoire du wayfinding
- 3 Principes d'application

4 **Les sens dans le processus du «wayfinding»**

4

- 1 Sens: vue, ouïe et toucher
- 2 Nos sens et la technologie

5

5 **Le sens et les directions dans le «wayfinding»**

- 1 La flèche
- 2 Autres exemples d'orientation et de navigation

6 **Stratégies visuelles de «wayfinding» et applications**

6

- 1 Signalétique thématique
- 2 Repères visuels dans le wayfinding
- 3 Signalétique qui s'adapte à l'architecture

7

7 **Signalétique graphisme lisibilité, navigation, beauté, créativité**

- 1 Signalétique et lumière
- 2 Signalétique électronique

8

Conclusion



Depuis le début du siècle, on est en face d'une grande vague technologique. Plusieurs métiers ont subi des bouleversements fondamentaux dans leurs outils de travail.

L'exemple le plus concret est celui du métier de graphisme et celui de la technologie de l'image. Pour travailler, il a fallu manipuler de nouveaux outils plus compliqués au début mais conçus pour faciliter la production.

Ces nouveaux supports ont aidé à exprimer une nouvelle forme de créativité qui n'existait pas avant.

On est sûr que dans les années à venir, le graphiste manipulera d'autres supports et médias.

Les graphistes d'aujourd'hui ont un rôle essentiel qui est celui de la contribution à la conception des nouveaux médias.

Dans ce document, je cite quelques exemples dans le domaine de la signalétique directionnelle ou du wayfinding. Je défile plusieurs exemples intéressants et des concepts mûris dans la tête des designers graphiques pour imaginer le futur et concevoir les nouveaux médias.

INTRODUCTION

“DONNER LE SIGNAL”

Organiser d'une manière efficace des données nombreuses tout en prenant soin de la lisibilité, de l'esthétique et de la fonctionnalité n'est pas une simple tâche facile à exécuter. C'est l'un des soucis et des défis majeurs du métier de graphiste.

La signalétique directionnelle favorise la cognition spatiale. Le pigeon voyageur connaît instinctivement son chemin de retour, au contraire des hommes qui ont besoin de la signalétique pour marquer leur chemin et ont recours à la stratégie du petit Poucet ou celle du GPS.

Un grand espace sans signalétique est pareil à une labyrinthe dont normalement il est impossible d'en sortir.

La signalétique, c'est nous tenir par la main pour ne pas nous perdre dans la foule. Quand on n'a aucune idée de la direction à prendre, on repère la signalétique toujours présente quelque part, ainsi les flèches nous signalent la direction à prendre. On les suit, on circule. Elles nous tiennent par la main.

LA SIGNALÉTIQUE DIRECTIONNELLE
«WAYFINDING SIGNAGE SYSTEM»



Le signe: il annonce naturellement quelque chose naturellement, parce que nous savons qu'il accompagne ou qu'il précède toujours la chose à laquelle il nous fait penser.

Le signal est un signe de convention, qui par lui-même n'aurait aucun rapport nécessaire avec la chose indiquée.

Ainsi la rougeur du visage est un signe de confusion, de colère ; les sons de la sirène sont un signal d'alarme.

«Fait qui a été produit artificiellement pour servir d'indice». Prieto

Il est utilisé volontairement par convention. Le signal a un effet implicatif univoque à un message conventionnel. Le signal est subit. Il vise à déclencher une réaction.

Le signal a toutes les propriétés du signe linguistique, mais il évolue hors syntaxe. Il ne se combine pas linéairement avec d'autres éléments. Dans l'exemple du panneau routier, il peut y avoir une combinaison mais celle-ci n'est pas linéaire. C'est une combinaison simultanée et non enchaînée.

DÉFINITION SIGNE, SIGNAL ET SIGNALETIQUE

DÉFINITION SIGNE LINGUISTIQUE SYMBOLE, INDICE

Le langage humain est un système de signes: union conventionnelle d'un signifiant et d'un signifié.

La capacité à communiquer grâce à un code n'est pas propre à l'espèce humaine. (ex: Les ultrasons des mammifères marins, la danse des abeilles etc ...)

Le symbole est un signal qui marque un rapport analogique, constant dans une culture donnée, avec l'élément qu'il signifie.

Quant à l'indice, il s'agit d'un «Fait immédiatement perceptible qui nous fait connaître quelque chose à propos d'un autre fait qui ne l'est pas.» toujours selon Prieto.

Donc la signalétique avec le suffixe "tique" signifie tout ce qui est relatif aux signaux. Il s'agit d'un ensemble de signes de convention qui peuvent être des signes linguistiques, des symboles et des indices.

LE WAYFINDING DÉFINITION, HISTOIRE ET LANGAGE

Il s'agit du point d'intersection de l'homme avec l'architecture.

Il est aussi considéré comme le point de rencontre du graphisme, de l'architecture et du design.

D'après Richard Saul Wurman, « les villes ne sont pas comme les chapitres d'un livre où les restaurants forment la première section et les musées forment la seconde section; leur ordre est très organique et jamais alphabétique, ce qui entraîne parfois la confusion. »

Selon Kevin Lynch, le «wayfinding» ou la signalétique directionnelle est le processus de création d'une image mentale basée sur les sensations et la mémoire.

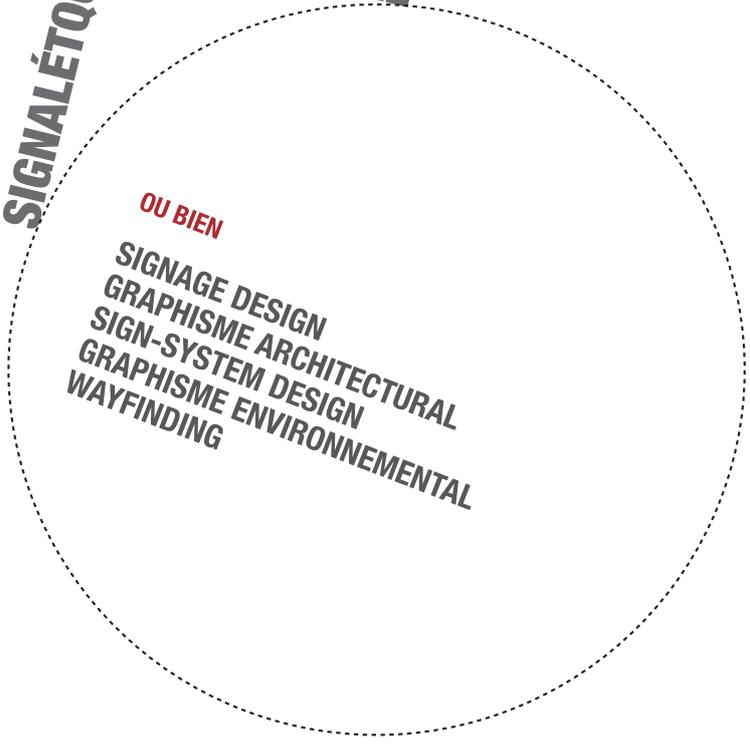
Quand on est présent dans un endroit pour la première fois, on scanne l'espace afin de trouver les indices qui vont nous aider à nous localiser et nous guider par la suite. Ce scan est similaire à la recherche d'un article dans un magazine ou bien à la recherche d'une certaine section dans un site web. Ce réflexe intuitif s'appelle «le wayfinding». C'est le processus d'utilisation des informations spatiales et environnementales pour trouver son chemin dans un endroit construit. Le «wayfinding» n'est pas un domaine différent du «signage design» mais au contraire il vient s'ajouter à ce dernier afin de le rendre plus efficace.

Depuis le début du siècle, les chercheurs et les psychologues ont fait des études approfondies sur la reconnaissance de l'espace, la mémoire et la présentation des informations.

DÉFINITION DU WAYFINDING



SIGNALÉTIQUE DIRECTIONNELLE
SIGNALÉTIQUE DIRECTIONNELLE



HISTOIRE DU WAYFINDING

Kevin Lynch dans son célèbre livre «Image of the City» publié en 1960, a beaucoup influencé les architectes, les designers et les chercheurs.

Ce livre est une vraie pensée sur notre environnement, sur l'espace et sur le langage de l'espace. Il comporte des tests de mémoire et d'expérience; après la visite d'un espace les personnes sont invitées à parler de leur expérience, de ce qu'ils ont vu de ce qu'ils se souviennent et de tous les éléments qui les ont aidés à se localiser et à se déplacer. Ainsi, cette expérience est devenue le vocabulaire commun des clients, des architectes, des graphistes et des urbanistes

Au début des années 70, les chercheurs ont commencé à faire des études sur la navigation dans un espace complexe en appliquant les mêmes tests de mémoire visuelle et d'orientation. Ces études ont conclu que la signalétique directionnelle est influencée par plusieurs facteurs environnementaux comme la symétrie des bâtiments, la disposition des signes, le langage, la mémoire etc...

En 1980, c'est avec Romedi Passini que l'appellation du «graphisme environnemental» fut connue pour la première fois. Ceci a aidé à définir plusieurs sujets sur l'intersection de l'architecture et du graphisme. La recherche de Passini intitulée «Wayfinding in Architecture» publiée en 1984 et le livre qu'il a écrit avec Paul Arthur intitulé «Wayfinding- people, signs and architecture» ont défini les stratégies de la signalétique directionnelle. Ainsi la nouvelle sous-catégorie de design fut créée et baptisée en «wayfinding design». Les designers et les clients ont ainsi commencé à discuter des soucis d'orientation et de localisation afin de trouver des solutions logiques.

Paul Arthur qui était entrain de développer des projets innovateurs se lança après dans la SEGAD (society for environmental graphic design). Ainsi le wayfinding est devenu un domaine commun entre plusieurs domaines partageant les mêmes soucis.



SCHÉMA REPRÉSENTANT LES PRINCIPAUX PARTICIPANTS À UN PROJET DE SIGNALÉTIQUE

Le «wayfinding» dans les bâtiments dépend de la logique de l'architecture et du design. L'organisation logique des bâtiments dans l'espace aide le visiteur à mieux comprendre l'espace et à s'en rappeler. (Les éléments visuels à l'entrée, les définitions des zones publiques et privées, la séparation visuelle entre les zones jouent un rôle important dans la navigation.)

Nommer, numéroter et organiser l'aspect global d'un bâtiment est assez important: numéroter les étages et les portes, leur donner des noms, des noms de départements. Tout cela peut être considéré comme la préparation des messages qui vont être inscrits après sur la signalétique. Ceci doit être propre, logique et hiérarchique afin d'aider les visiteurs à retenir les nomenclatures. Les symboles, l'identité et les langues étrangères jouent aussi un rôle très important.

PRINCIPES D'APPLICATION

Assurer aux visiteurs un bon déplacement est l'une des choses les plus stratégiques. Il faut prendre en considération les limitations de la vue et de la mobilité, l'état émotionnel du visiteur, ce qu'il désire voir ou pas, entendre ou pas ...

La signalétique doit être conçue pour répondre aux besoins des personnes d'une déficience physique et des personnes âgées.

Toute publication (brochures, publicité etc. ...) peut aider à procurer des informations sur l'environnement qui entoure les visiteurs. La charte graphique doit être consistante afin de faciliter la communication (les plans cartographiques publiés jouent un très grand rôle dans la navigation). Tout doit être présenté d'une façon lisible et contrastée.

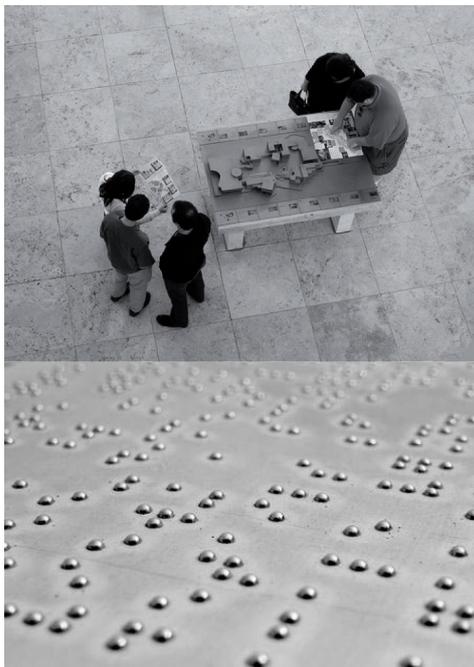
Les personnes à l'accueil qui orientent les visiteurs doivent être bien entraînés sur les nomenclatures des endroits. Expliquer au staff la manière dont la signalétique fonctionne et la logique de conception est important pour faciliter la communication.

Finalement, un ensemble de signes clairs, propres et organisés est la solution pour une signalétique réussie. Ainsi, les supports graphiques, les murs et les étages, l'emplacement stratégique d'une sculpture et d'un support informatique sont les éléments les plus potentiels pour la réussite d'une signalétique planifiée.



polarlicht
dampfbad
feuchtigkeit 100%
temperatur 45°

LES SENS DANS LE PROCESSUS DU «WAY-FINDING»



Nous scanons les informations qui nous entourent avec nos cinq sens: la vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat et le goût. Par contre, ces derniers n'ont pas vraiment un rôle important dans le processus du «wayfinding».

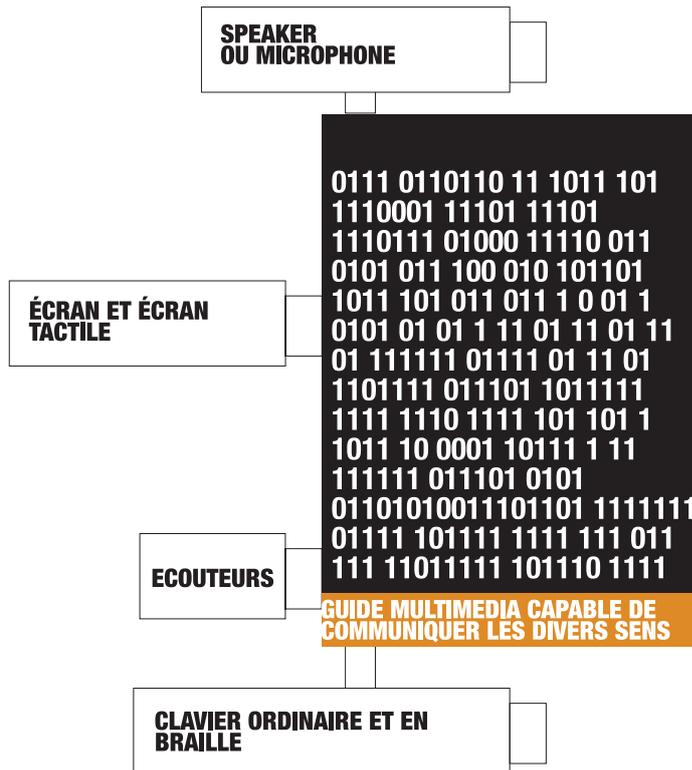
Une fois présent dans un endroit, on regarde tout autour de nous et on commence à scanner l'endroit d'une façon systématique. Ce qui pourrait attirer notre attention est:

- quelque chose mise en relief (couleur, éclairage etc...)
- quelque chose qui attire l'attention
- quelque chose qui pourrait être utile dans la navigation
- des personnes qui aient connaître l'endroit comme le service d'accueil
- des plans cartographiques montrant les différents niveaux
- un signe directionnel ou un signe de localisation.

La vue est le sens le plus important dans le «wayfinding». Les éléments visuels nous permettent de voir les objets à distance. Par contre, la vue n'est pas le seul sens, l'ouïe joue aussi un rôle très important dans notre localisation. Le fait de se trouver dans un endroit bruyant ne nous permet pas de nous concentrer sur ce que l'on entend. Mais le plus souvent, on suit notre sens auditif inconsciemment (ex: le son de l'ascenseur qui nous signale dans à quel étage on est arrivé).

En général, les visiteurs aiment arrêter d'autres visiteurs pour les interroger sur la direction à prendre. Cela les rassure beaucoup plus qu'une signalétique ordinaire.

SENS: VUE, OUIË ET TOUCHER

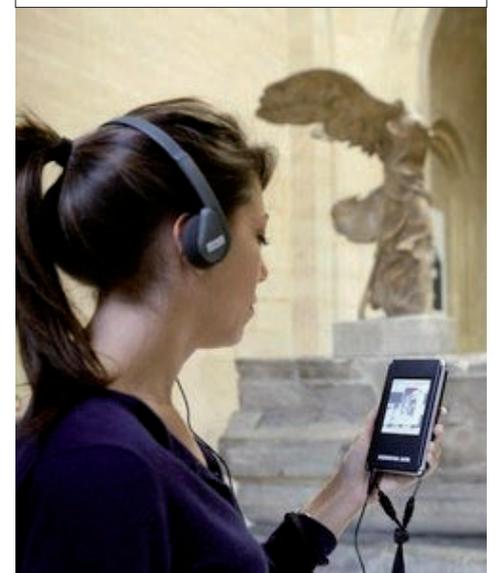


En général, nous recevons une information par nos yeux ou bien par nos oreilles. Les personnes sourdes peuvent apprendre à lire sur nos lèvres, de même les non-voyants apprennent à lire avec le bout de leur doigt. Le sens visuel est tout de suite remplacé par le sens tactile. (ex: Braille)

La communication dans un espace existe seulement en face à face lorsqu'on discute avec la personne présente à l'accueil ou bien au centre des informations. A part ça, il existe d'autres formes de communication. De nos jours, la plupart des informations sont digitalisées et sauvegardées dans un appareil électronique ou bien un «device», ce qui facilite l'utilisation du contenu informationnel. Les diffuseurs de son peuvent être un bon exemple de la diffusion de la communication verbale en une communication auditive à travers un outil technologique.

Dans son livre «Signage design manual» - 2007 -, Edo Smitsluijzen compare la digitalisation des informations à notre sixième sens et affirme que les outils de diffusion de l'information vont se développer pour répondre à nos besoins et à nos incapacités. Ce sixième sens recevra et transmettra les informations. Il sera capable de traduire des données introduites par nos sens et de nous communiquer d'autres informations par d'autres sens.

NOS SENS ET LA TECHNOLOGIE





Qui accomplira la mission du wayfinding mieux que la flèche? La force de cette forme graphique est qu'elle nous invite à nous déplacer dans le sens souhaité. Sans qu'elle soit mobile, elle est visuellement interactive. Historiquement, ce symbole existe grâce au tir à l'arc. Depuis ce temps, la flèche a pu parvenir à sa cible. Présente partout dans presque tous les lieux publics, ce symbole reste l'un des meilleurs symboles de communication visuelle de l'histoire humaine.

Le domaine du wayfinding s'intéresse en premier à la communication visuelle et à l'organisation des informations. Il n'existe pas de règles précises à l'organisation des flèches dans un lieu. Tout dépend de son architecture, de l'étude faite sur le site, des indications et de leurs emplacements. En haut, on voit la signalétique de L2M3 à Bernaqua Waterpark qui est l'une des rares signalétiques qui intègrent l'endroit et attirent l'attention avec leur beauté et leur efficacité.

Cette signalétique joue très bien avec l'architecture de Daniel Libeskind, les flèches compensent les différences de niveaux et la police de caractères choisie s'intègre parfaitement au site. Très minimaliste, elle est pareille à une mise en page où le vide domine, ainsi le titre est bien isolé et assez bien mis en relief. Désormais, isoler la signalétique pour la mettre en relief ne peut pas être appliqué dans tout bâtiment, pour cela d'autres solutions doivent être adoptées selon les cas.

LA FLÈCHE

Là, il s'agit d'un autre système de signalétique qui ne suit pas le même principe minimaliste de celui de L2M3 mais par contre on remarque la typographie et les flèches qui envahissent le plafond de "Fachhochschule" d'Osnabrück. Exécutée intelligemment par l'agence Uebele, cette signalétique typographique impressionnante ne peut pas passer inaperçue. Son emplacement sur le plafond est assez stratégique, elle est peu dérangement visuelle, mais le monde la trouve facilement en haut au même endroit.

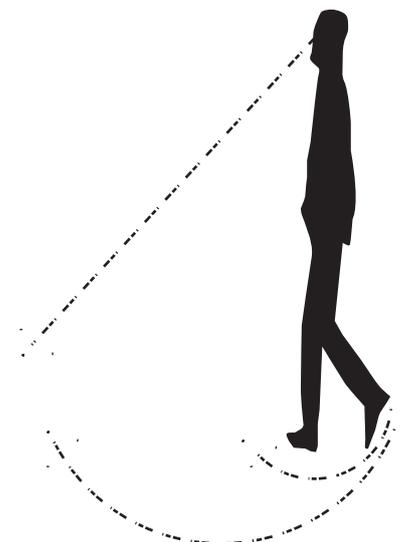




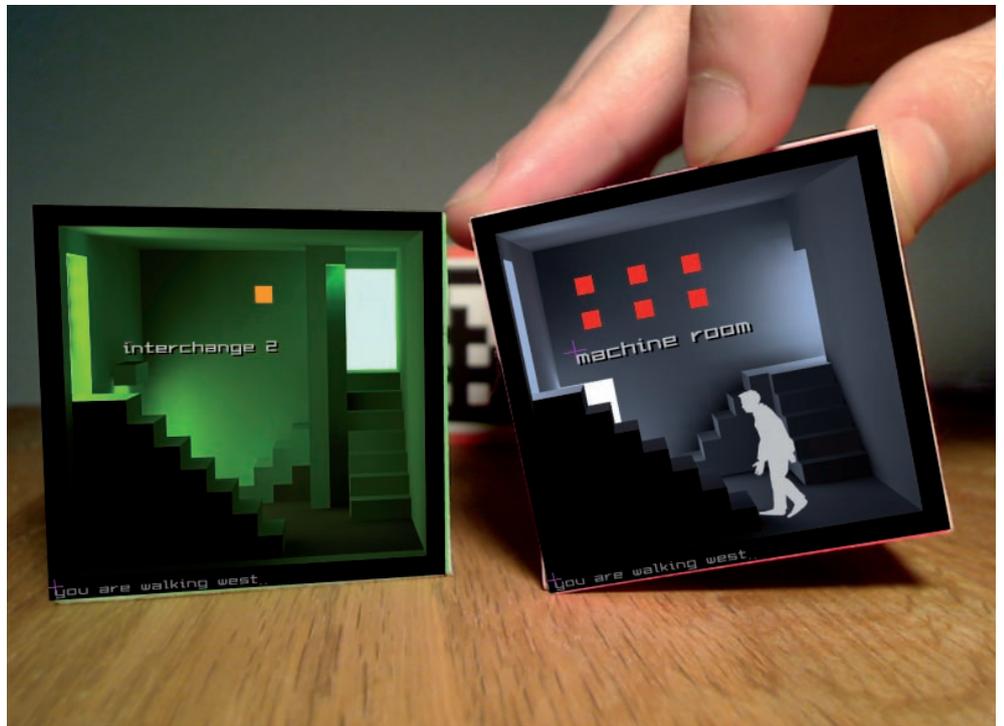
Voici un autre projet de signalétique exécuté par l'agence "l'autobus imperial" pour le Ministère de la Culture et de la Communication de la France. L'originalité de cette signalétique réside dans le fait d'utiliser le graphisme du corps humain en déplacement à la place des flèches pour montrer les directions. Pour certains, l'idée du retour au figuratif pourrait être un peu drôle mais dans tous les cas, l'intérêt la nouveauté de l'idée. Créer toute une signalétique sans utiliser la moindre flèche est assez nouveau et créatif! Ce qui attire l'attention dans cette enseigne c'est l'emplacement de la typographie par rapport à la figurine. Le graphiste a renversé l'ordre de la nomenclature et de l'élément graphique. C'est à dire au lieu de placer la flèche indiquant le sens droit et à sa gauche l'écriture et la flèche indiquant le sens gauche et à sa droite l'écriture, il a fait l'inverse en inversant l'ordre.

NOMENCLATURE →
← NOMENCLATURE

Il s'avère que le mouvement du pied qui se lève en arrière joue un rôle important pour définir le sens ou même tracer inconsciemment une trajectoire en forme d'arc qui commence du pied de la figurine pour arriver à l'écriture. De même, le sens du regard de la figurine détermine ce choix. Ainsi, le visiteur s'identifie à la position de la figurine pour savoir ce qu'il y a devant lui. Les sens, droite et gauche, n'existent pas dans ce système, on pense seulement à ce qu'il y a devant nous, au dessus et au dessous. On comprend alors le choix de cet emplacement et de son sens.



Je saute un peu du coq à l'âne, mais le projet précédent m'a rappelé un jeu de réalité augmentée intitulé Level-Head conçu par Julian Oliver. Ce jeu consiste à utiliser un cube en plastique comme interface, sur chaque face de ce cube il y a une chambre et toutes les chambres sont connectées les unes aux autres. Il faut déplacer le personnage d'une chambre à une autre dans le bâtiment. Le graphisme de chaque vue correspond à une chambre. Ce jeu de mémoire visuelle est bien conçu et pensé. Juste en bougeant les mains, on arrive à déplacer le personnage dans la bonne direction.



Lorsqu'on se trouve dans un endroit complètement fermé comme dans certaines gares par exemple, il est assez difficile de se localiser sans une boussole. De même lorsqu'on sort du métro, on se trouve parachuté dans une ruelle, on perd tout sens d'orientation. Afin d'aider les piétons dans leur déplacement, Brooklyn Bridge a placé sur les rampes du pont tous les 10m des boussoles. Le fait de profiter de ces couverts pour mettre ces boussoles est assez intelligent et bien pensé. La photo à côté montre une signalétique très originale à Vienna. Cet exemple prouve qu'il n'est pas nécessaire que toutes les informations soient placées au niveau des yeux pour qu'elles soient lisibles. L'idée de placer autour de ce tuyau cylindrique déjà existant la signalétique comme une boussole est intelligente. En général, les piétons ne piétinent pas cette zone, ce qui rend les informations accessibles.





En faisant ma recherche sur les flèches, le projet «here's the hook right here» conçu par Richard Shed a attiré mon attention par son originalité. Ce n'est pas un projet de signalétique. Il s'agit d'un objet porte-manteau qui utilise le graphisme de la flèche. Cette flèche collée au mur indique qu'à cet endroit, se trouve un porte-manteau. La flèche vise elle-même. On peut dire que c'est la seule flèche placée contre le mur qui ne nous invite pas au déplacement mais attire juste l'attention de sa présence. Au premier abord, remarquer une flèche pareille dans un espace attire notre attention. Mais on se demande que si l'on ne voit pas la veste, est-ce qu'on arrive vraiment à déterminer la fonctionnalité de cet objet. Dépourvue de sa fonctionnalité d'orientation, cette flèche-objet acquiert une autre fonctionnalité.



STRATÉGIES VISUELLES DE “WAYFINDING” ET APPLICA- TIONS



Il y a toujours deux façons de voir les choses. C'est pour cela le design environnemental dépend d'un espace à un autre. La signalétique est la première forme de communication d'un lieu. L'image d'une société organisée est révélée en grande partie à travers sa signalétique.

SIGNALÉTIQUE THÉMATIQUE



Les études ont prouvé que l'une des meilleures stratégies du wayfinding est la signalétique thématique. C'est la stratégie utilisée dans la majorité des parkings dans le but de créer une différenciation entre les sections numérotées. Ainsi, chaque étage est reconnu de l'autre et différencié par la couleur des murs ou bien par le graphisme. L'idée de créer une identité graphique sur les murs de chaque étage active la mémoire visuelle du visiteur, ainsi après plusieurs visites l'espace deviendra pour lui de plus en plus familier. Par contre, il faut faire attention que le graphisme des murs soit lié visuellement à la numérotation de l'étage.

Ci-contre, un autre exemple impressionnant de l'agence L2M3. Cette signalétique fut créée pour les escaliers de Kreissparkasse Tübingen. Ce qui attire l'attention dans cet exemple c'est le graphisme de l'arbre qui a la même échelle du bâtiment et qui pousse du rez-de-chaussée pour devenir de plus en plus volumineuse aux étages supérieurs. Suivant chaque étage et son niveau, nous rencontrons plusieurs espèces d'oiseaux et de papillons. Ce projet est important parce qu'il a pu créer des repères visuels logiques en relation avec l'architecture du bâtiment.





Le Dubai Mall est l'un des plus grands mall dans le monde. Dans le souci wayfinding, la «Catwalk» fut installée sur le plafond de l'atrium dans le but de créer un point de repère afin d'aider les visiteurs à s'orienter. Ils avaient besoin d'un support media pour voir défiler les événements du centre. Le «Catwalk» est formé de cinq cerceaux dynamiques. Cette sculpture est formée de Leds qu'on peut programmer pour faire défiler des informations, des vidéos, des publicités, etc... L'animation de ces cerceaux peut être synchronisée avec la musique et les vidéos. Chaque cerceau peut devenir à son tour un écran. Il joue le rôle d'une sculpture cinétique impressionnante et devient un très fort repère visuel et informatif dans le processus de wayfinding.



REPÈRE VISUEL, MÉMOIRE VISUELLE

Une signalétique thématique de Ruedi Baur: le parking de la Cité internationale de Lyon. Il s'agit d'un projet assez unique en son genre. Au lieu de créer une signalétique graphique pour chaque étage du parking, l'enseigne cite une liste de noms commençant par la même lettre, ce qui nous aide mieux à mémoriser là où on a garé.. «C'est un travail basé sur l'humour, a contrario de ce que font d'ordinaire les graphistes dans les parkings. A rebours des systèmes « ABC », des couleurs, etc. A force on ne s'en souvient pas, alors il faut des pense-bêtes. Là, nous mettons à disposition les pense-bêtes et on marche même dessus.» Ruedi Baur

Le design des enseignes est conçu pour intégrer l'architecture et créer une nouvelle couche architecturale qui intègre l'ambiance du lieu. La photo du droite montre les étages à Bangkok qui se comptent sur les doigts de la main. Il s'agit d'une façon originale de représentation. L'emplacement de cette illustration est stratégique sur les marches car en général ce sont les marches qui introduisent l'étage suivant. Au dessous, l'exemple de la signalétique de la cité d'architecture et du patrimoine à Paris; avec un petit geste typographique, l'enseigne suit la direction des murs pour mettre l'accent sur les directions des flèches. le troisième exemple est celui de Barbican, l'enseigne enveloppe le mur et crée une seconde couche colorée, le numéro de l'étage est perforé et le grand 3 prend la texture du mur, ceci aide à créer une continuité visuelle des enseignes et des murs.

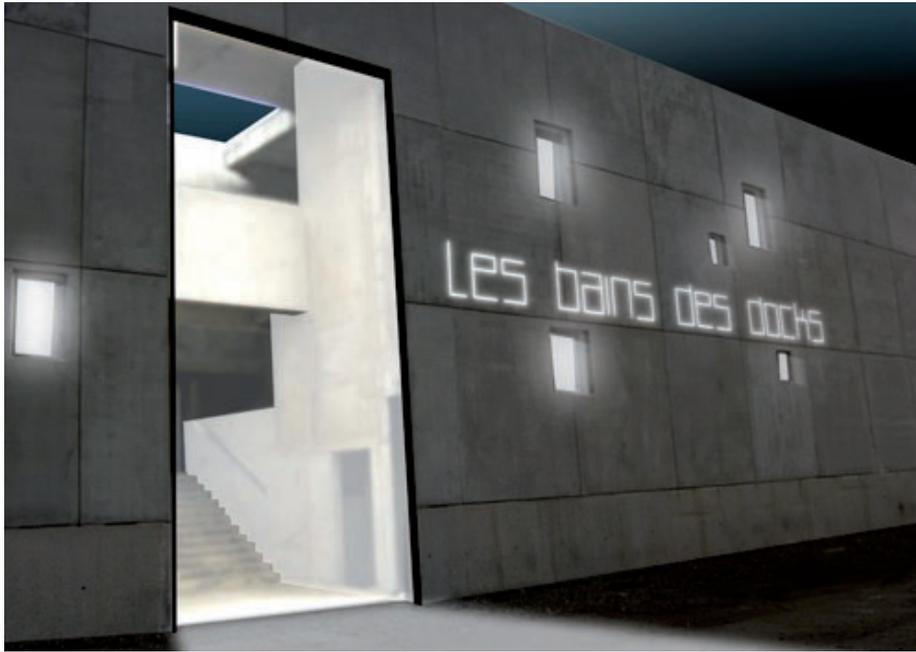


SIGNALÉTIQUE ET STRUCTURES ARCHITECTURALES





Voici une signalétique impressionnante exécutée par Collider pour le «Surry Hills Library» à Sydney. On voit nettement comment la signalétique intègre l'architecture. La disposition du carrelage en terracotta bouge pour créer visuellement un espace pour placer les indications de la signalétique. Ce petit geste en architecture aurait pu être un concept de direction supplémentaire aux flèches, direction gauche on enfonce le carrelage dans le mur du côté droit et direction droite on l'enfonce du côté gauche. Malheureusement, leur disposition est arbitraire mais visuellement l'effet du carrelage qui bouge crée un dynamisme assez remarquable.

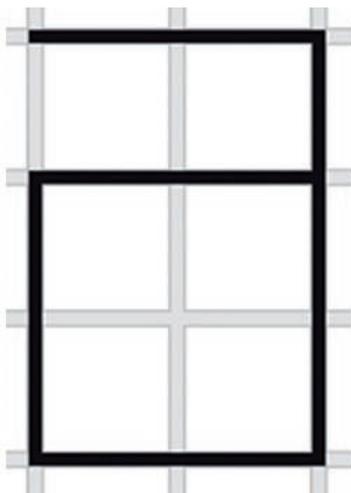
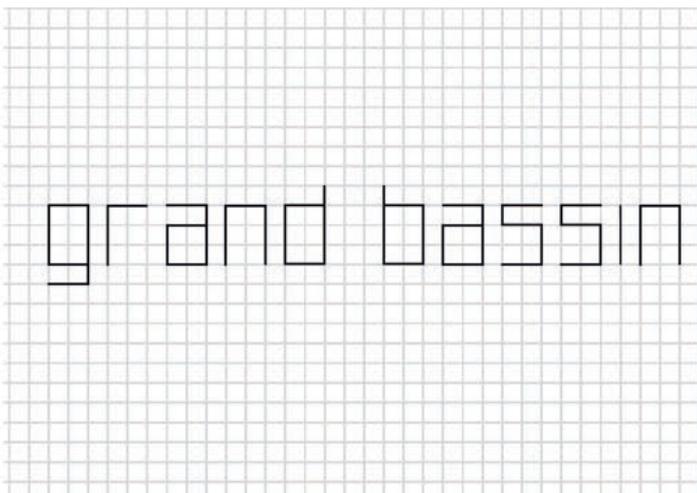


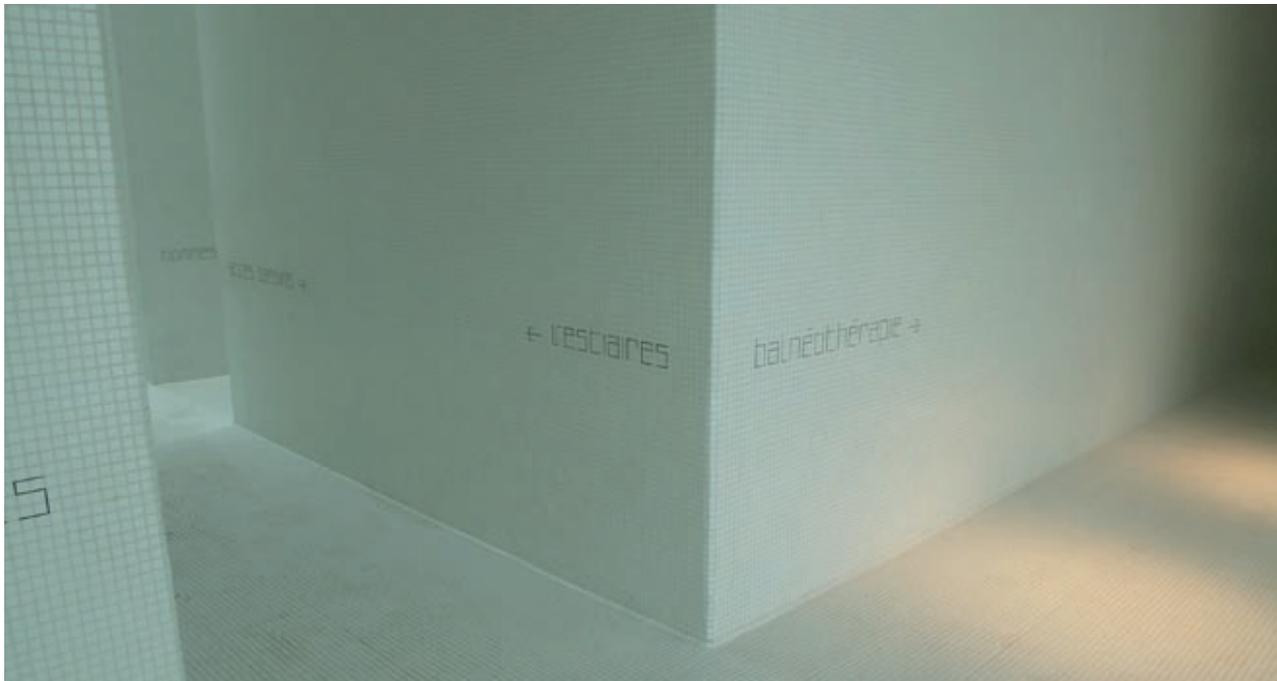
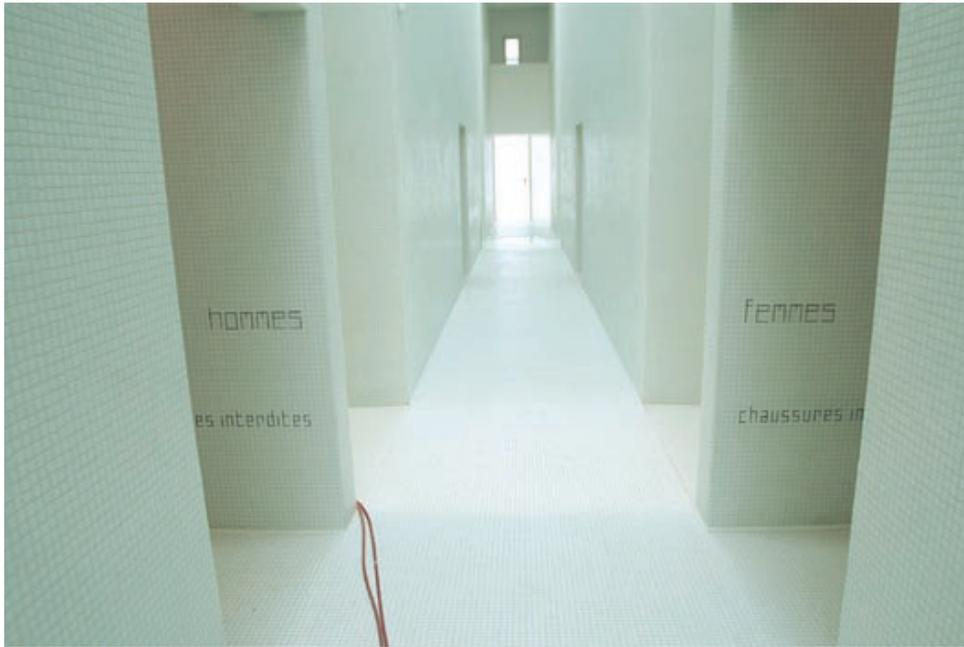
Il s'agit d'un projet de signalétique exécuté par l'agence «l'autobus impérial» en 2007 pour le complexe aquatique des docks. L'originalité du projet réside dans le fait d'utiliser les carrelages comme grille de construction de la typographie et de toute la signalétique. Cette dernière intègre l'espace discrètement mais son effet visuel est très important.

Dans un espace presque uniforme couvert de dalles blanches, placer des lettres foncées dans les inter-dalles attire l'attention. Ce projet est très intelligent et minimaliste. Une petite idée a contribué à la création de toute une identité graphique originale. Même les flèches suivent la grille spatiale.



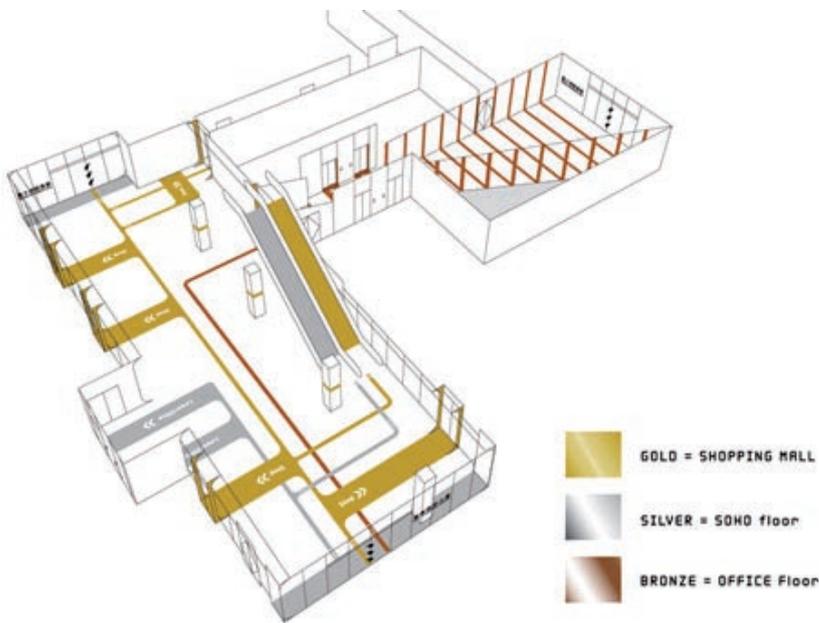
SIGNALÉTIQUE QUI S'ADAPTE À L'ARCHITECTURE





**SIGNAGE IS FUN!
TYPOGRAPHY IS FUN
AUSSI!**

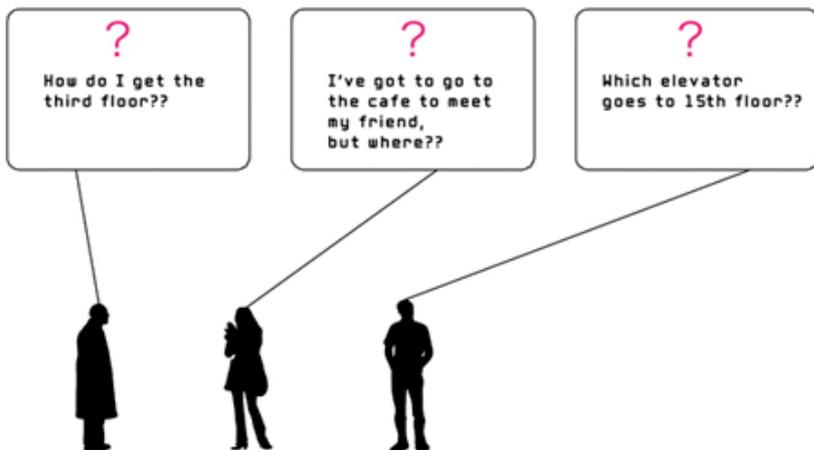
SIGNALÉTIQUE: NOUVEAUX CONCEPTS



SIGNTERIOR = SIGNAGE+INTERIOR

Il s'agit d'un projet d'architecture d'intérieur dont le concept est d'intégrer la signalétique dans l'espace pour guider les personnes. C'est une nouvelle manière de concevoir un espace. Signterior est exécuté par l'architecte Nobuhiro Nakamura de l'agence A-Asterisk et A-I-SHA architects basés à Shanghai pour Haitai real estate.

Le système aide les personnes à naviger d'un bureau à un autre à l'intérieur d'un grand centre.





Le bâtiment du centre à Shanghai China est formé de bureaux et de centres commerciaux. La structure du bâtiment est très complexe, elle est composée de trois zones principales: les zones commerciales, la zone soho et la zone des bureaux. Cela fait perdre les visiteurs. Pour cela, le designer a utilisé trois signalétiques différentes pour guider les visiteurs à chaque zone, aux entrées et aux ascenseurs. S'agit-il d'un nouveau concept de l'espace? N'est-il pas pareil à un labyrinthe ou la souris est en face de plusieurs routes? S'agit-il d'une navigation intuitive préparée à l'avance?



PRINCIPES D'APPLICATION





Dans ce type de bâtiment, même la signalétique existe presque partout et se montre claire, lisible et logique. Le visiteur a une faible possibilité de se perdre dans un environnement pareil. Mais la question que l'on se pose sur l'effet visuel dans la totalité du bâtiment: ces lignes graphiques de trois couleurs s'étalant dans la totalité du bâtiment ne sont-elles pas trop flagrants? De nature, une ligne est directionnelle, a-t-on besoin de cette répétition de flèches et du nom de la destination à chaque pas?



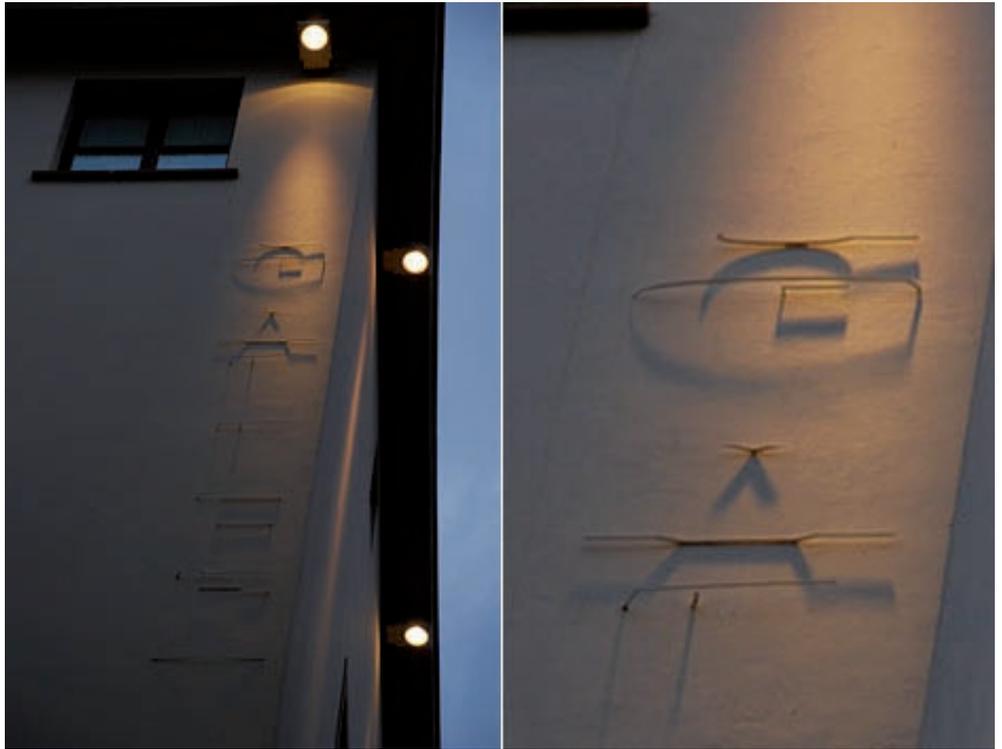
SIGNALÉTIQUE GRAPHISME LISIBILITÉ, NAVIGATION, BEAUTÉ, CRÉATIVITÉ



Quelques astuces de graphistes:
Profitant de la présence des toilettes
pour femmes tout près des toilettes
pour hommes. Le graphiste a pu les
distinguer avec un petit geste typogra-
phique assez intelligent

Profitant de cette simple ligne de sé-
paration entre la teinture normale et la
teinture polie, le graphiste utilise cette
ligne comme une ligne de terre pour
installer son graphisme.

Le Gallery Hotel Art à Florence utilise une signalétique tamisée mais dont le concept est assez original et nouveau. La typographie est formée à partir de structures de fer qui n'ont aucune forme sans la présence d'un spot lumineux directionnel. Il est impossible de lire l'enseigne durant le jour, mais l'effet visuel et la douceur de l'ambiance de cette signalétique est féerique. Derrière cette structure, il existe un long travail précis de design et surtout de typo.

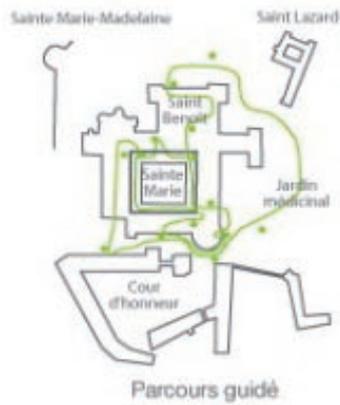


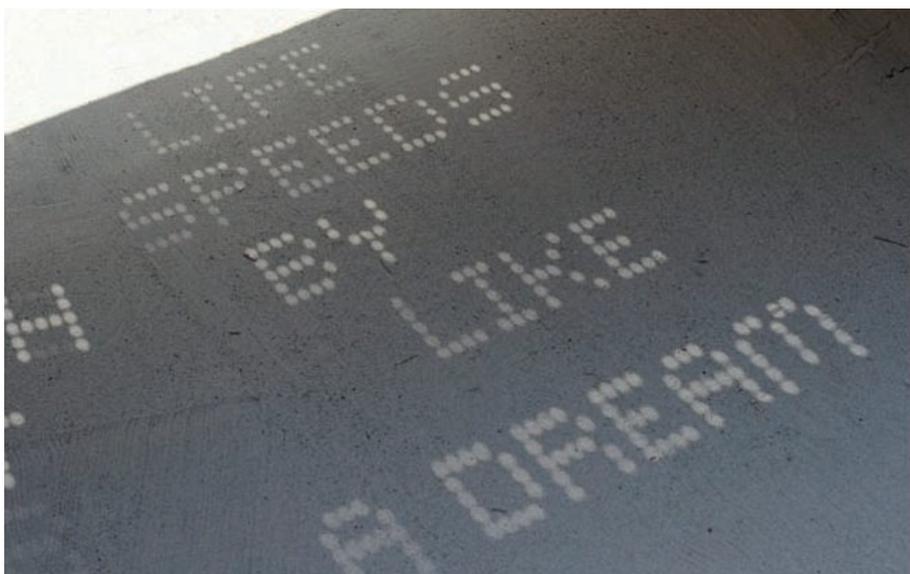
SIGNALÉTIQUE ET LUMIÈRE



Ce projet m'a rappelée la superbe signalétique conçue par Ruedi Baur pour la cinémathèque française. L'effet est presque pareil à l'effet de l'exemple précédent sauf que le résultat visuel est obtenu grâce à un vidéo projecteur

Un autre projet impressionnant sélectionné pour le concours invention architecturale et patrimoine 2008: le fil qui parcourt le site et oriente les visiteurs exécuté en partenariat avec l'Abbaye Royale de Fontevraud. Cette idée futuriste nous invite à rêver à ce fil immatériel qui balaie l'espace afin de guider les visiteurs dans un espace patrimonial. Reste à voir la concrétisation de l'idée et la technique dans un futur proche.





«One day poem Pavilion» est le projet de thèse de Jiyeon Song étudiante au Media design à l'Art center of Design de Pasadena.

Le pavillon est une géode formée d'une multitude de perforations qui laissent passer la lumière afin de la projeter par terre. Les écritures projetées sont des poèmes qui varient avec le calendrier solaire et les directions des rayons du soleil. Ce projet est assez poétique, transitoire, sensitif et dépend du temps et de la nature de l'ombre et de la lumière.

Jiyeon Song a utilisé l'ombre et la lumière comme un élément organique pour communiquer les informations. Ce projet est le fruit d'une étude sur les caractéristiques de l'ombre, la forme des lettres et leur lisibilité. Ce pavillon démontre une nouvelle façon d'intégrer des informations à un espace architectural. Il nous invite à découvrir cette pensée de design au delà de la communication médiatisé. Ce projet n'est pas essentiellement un projet de signalétique. On trouve des exemples similaires comme l'enseigne du Terror Haza Muzeum à Budapest installée sur le toit et qui projète la typo sur le sol.

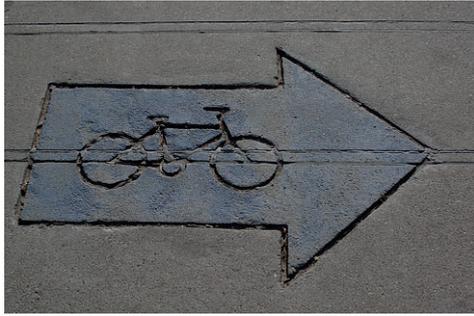
TERROR HAZA MUZEUM BUDAPEST

Leah Buechley a développé des kits (baptisés LiLypad, comprenant des capteurs à coudre ou à thermocoller, du fil conducteur, des accéléromètres, des LED, etc.), qui permettent de coudre de l'électronique dans les vêtements, afin que chacun conçoive ses propres technologies pour répondre à ses propres besoins. Elle a ainsi conçu une veste avec des flèches lumineuses dans le dos, lui permettant d'indiquer la direction qu'elle compte prendre quand elle fait du vélo.

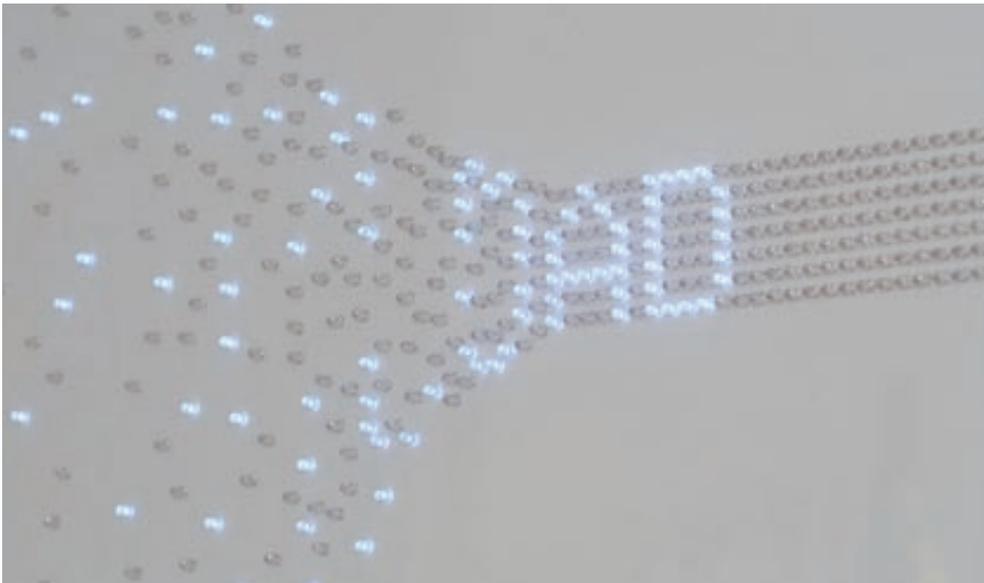
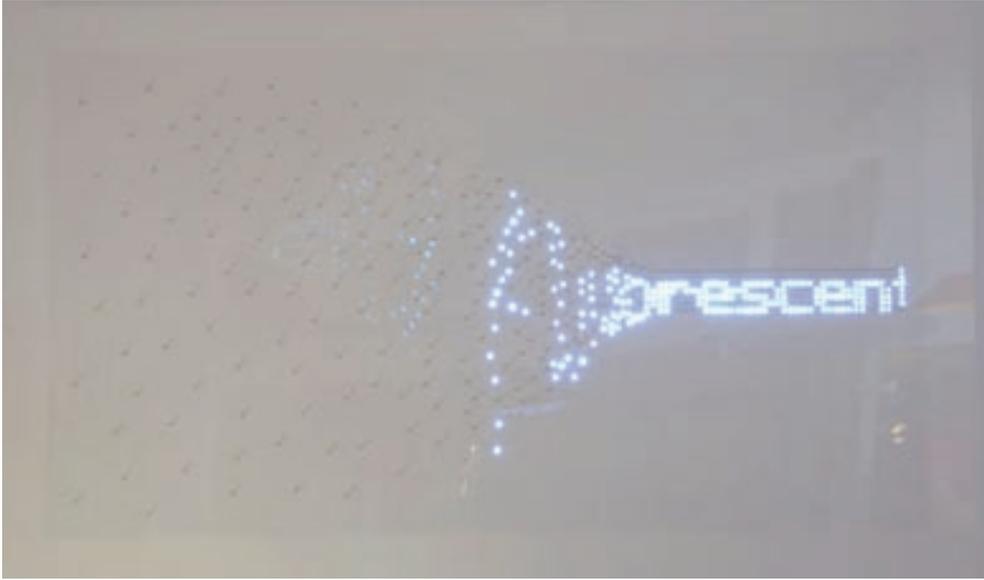


SIGNALÉTIQUE ÉLECTRONIQUE

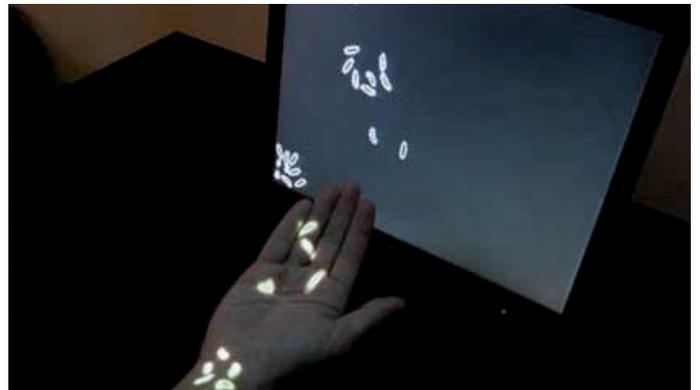
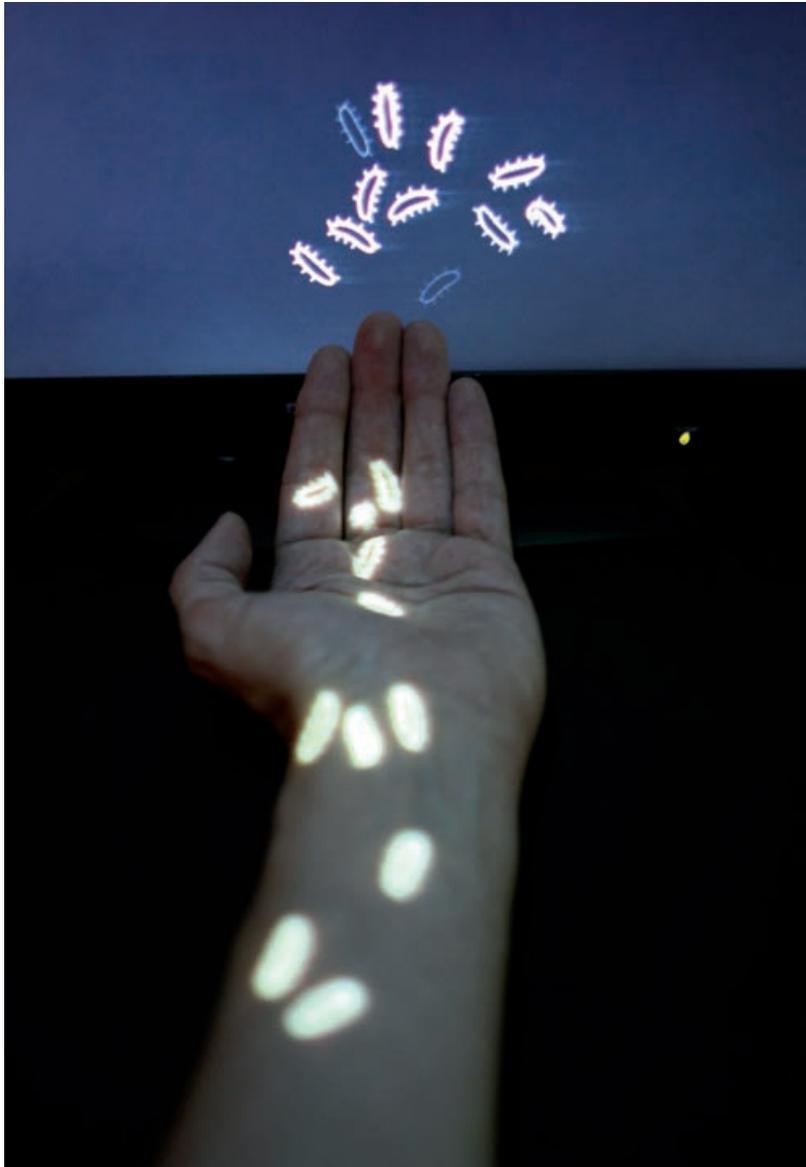




LightLane est un projet dont le concept est similaire à celui de la page précédente. Lorsqu'on roule à vélo le soir ou la nuit, on n'aime généralement pas trop que les voitures nous frôlent lorsqu'elles nous dépassent ! C'est pourquoi les designers Alex Tee et Evan Gant, de la firme de design américaine Altitude Inc., ont imaginé le concept "LightLane" : en complément d'un éclairage traditionnel, une sorte de pointeur laser fixé à l'arrière du vélo projette sur la route les limites d'une piste cyclable virtuelle. Une idée simple et originale qui aidera peut-être les voitures à mieux éviter les cyclistes ! Ce projet est en cours de prototypage. Est-il possible de voir disparaître l'icône du petit cycliste de nos rues ? Reste à voir dans le futur, l'efficacité de cette signalétique ambulante.



Projet à mi-chemin entre design, sculpture et signalétique imaginé par le designer Daniel DeSure, «Wouldn't it be nice ?» est un panneau mural équipé de LEDs qui permet de faire défiler un texte de manière créative et plutôt originale. La typographie animée, formée à partir des petits LEDs a un certain sens. Ceci peut aider à montrer la direction et le sens suivant le mouvement de l'animation.



Delicate Boundaries imaginé par Chris Sugrue est un projet assez féérique qui imagine l'espace présent dans nos machines digitales en intégration avec le monde physique. Il transforme le virtuel en réel et traverse la frontière qui les sépare. Lorsque notre main touche l'écran, des petites particules quittent l'écran pour apparaître sur nos mains.

SIGNALÉTIQUE DESIGN ET NOUVEAUX MEDIAS

MIT's wearable «Sixth Sense» device
 Les architectes et les ingénieurs du MIT ont dévoilé Eyestop. C'est un arrêt de bus interactif conçu pour la cité de Florence. Le projet est très récent et a été présenté le 16 Mai dans le Genio Fiorentino.

EyeStop fut développé par le SENSEable City lab de MIT, il s'agit d'un meuble urbain de la future génération. Il aide à enrichir nos sensations avec la ville grâce à des systèmes tactiles, des services interactifs, réseau de communication des informations. En attendant le bus, les personnes tout prêt de yeStop peuvent faire le plan de leur chemin en bus sur une carte interactive, échanger des informations communautaires sur un écran digital, surfer sur le web, mesurer en temps réel leur exposition à des polluants et utiliser leur téléphone mobile comme une interface avec le dispositif du bus.



Avec leurs doigts, ils peuvent indiquer leur destination; le système visualisera le chemin le plus court de leur position et indiquera le temps de passage des bus en temps réel. La nuit, l'intensité de la lumière dans l'arrêt-bus varie dépendamment de la distance du prochain bus. Plus le bus approche, plus le kiosque s'éclaire. Les conducteurs et les passants peuvent afficher des publicités et des annonces publiques sur un tableau électronique placé dans le kiosque profitant de ce système pour communiquer avec l'espace public, pour collecter et échanger des informations utiles.



En plus de son rôle de visualiseur d'informations, l'arrêt de bus devient un détecteur environnemental, qui s'alimente par l'énergie solaire et collecte en temps réel des informations sur la qualité de l'air et de l'environnement urbain. Avec son design minimaliste, sa structure et ses matériaux simples utilisés (verre, pietra serena: pierre locale de Florence, métal brillant), EyeStop peut être produit en grande série et s'intégrera à l'architecture de Florence.



“The sound of north” wayfinding est un projet conçu pour les personnes malvoyantes et celles qui possèdent des problèmes de vue. Les technologies émergentes existent pour en profiter dans le wayfinding. Basé sur ce principe, David Sweeney, chercheur associé avec le Royal College of Art à Londres, développa son concept qui consiste à utiliser les nouvelles technologies dans la navigation.

Ainsi, il développa 3 prototypes:

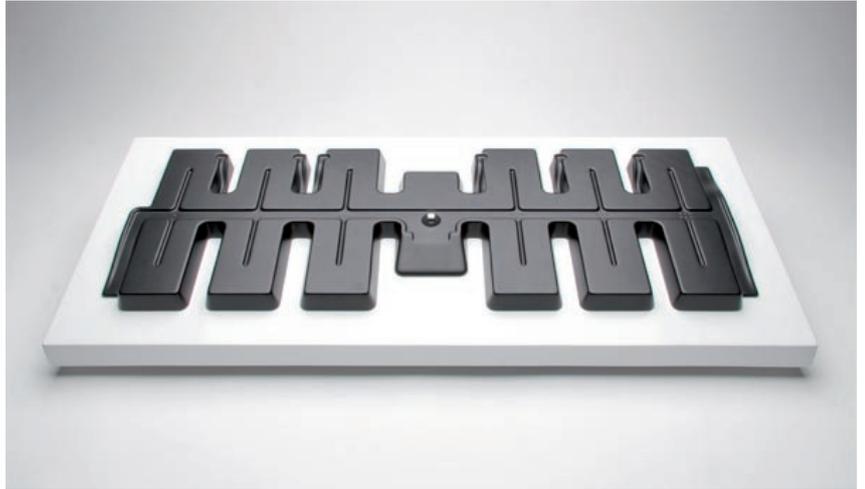
- un objet-maquette tactile sonore
- une torche RFID
- une caméra intelligente

La plupart des technologies du wayfinding sont conçues pour les personnes possédant une bonne vue. Les systèmes développés pour les malvoyants sont des dispositifs auditifs très chers à installer et la braille n’est pas compréhensible pour tout le monde. Mais les rapides progrès technologiques et le développement des appareils multimédias numériques prouvent que changer de système est possible.

Ce projet vise les nouvelles formes de navigation dans l’espace grâce à la technologie émergente. Il ne dépend uniquement de la vue, mais fait appel à d’autres sens. Le but est de réaliser un système pratique pour le wayfinding design: orientation, direction, reconnaissance du site.

Dans le but de comprendre tous les problèmes du wayfinding et d’explorer le domaine, l’étude du projet a été faite sur Vassall Centre à Bristol. Ce qui est intéressant dans ce bâtiment c’est la tranche d’âge des personnes âgées qui fréquentent l’endroit et qui ont quelques problèmes de vue. Ceci fut idéal pour le test. De même, la consultation du Dr John Gill du Royal National Institute for the Blind a aidé à pousser le concept et à explorer les technologies émergentes jusqu’au bout.

PROJET : THE SOUND OF NORTH



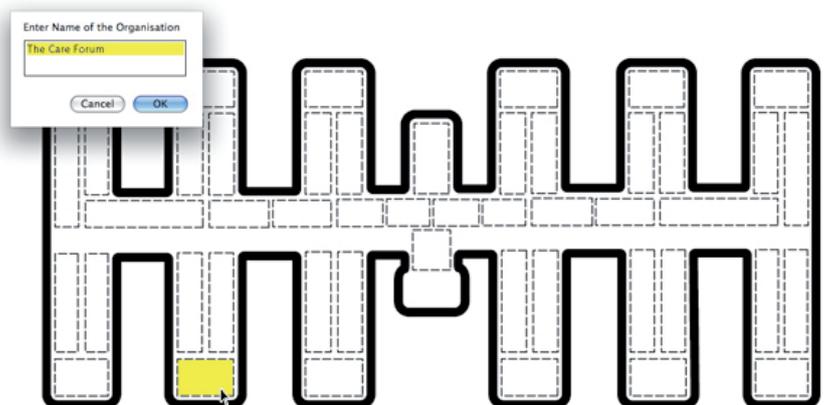
Le projet propose 3 solutions qui consistent à réduire la quantité d'informations et à présenter les informations primordiales en premier.

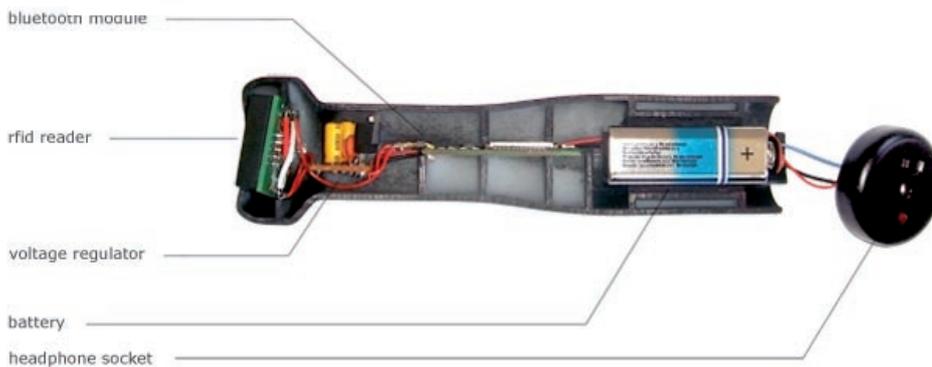
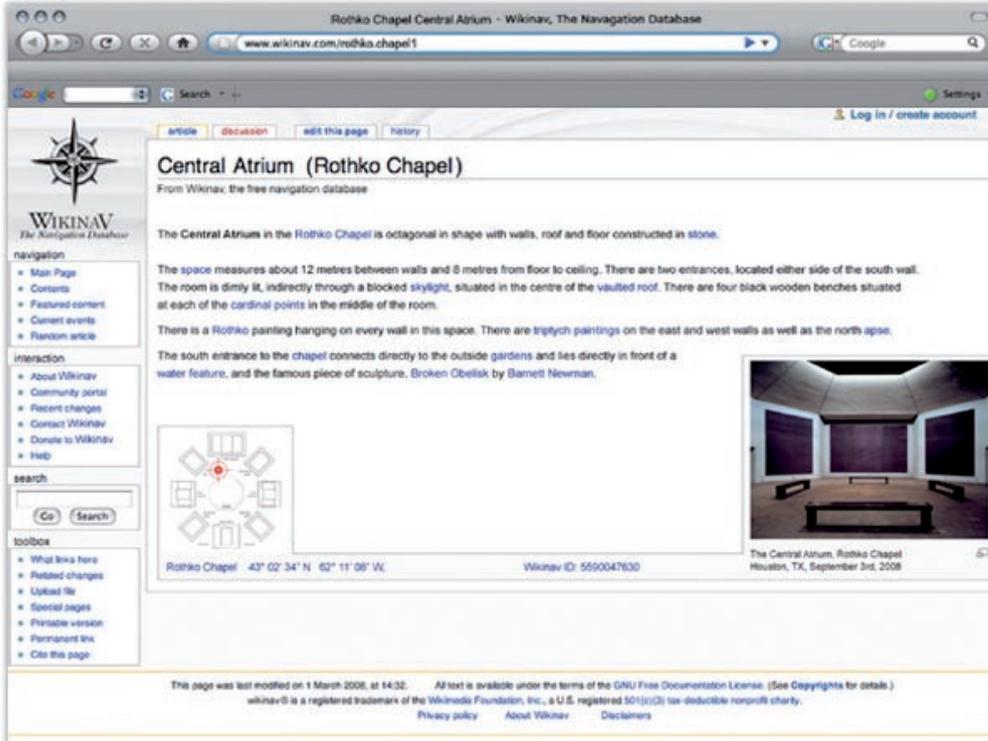
Le premier concept est une maquette tactile et vocale. Le plan du centre a été utilisé pour former un objet-sculpture interactif où une boule métallique mobile indique notre localisation et les divers endroits du centre. Cette maquette interactive améliore la qualité et la clarté des informations reçues.

Les couloirs sont indiqués par des canaux et les entrées par des rampes. Une balle de chrome mobile indique là où l'on est. Quand on manipule la balle, on entend une indication vocale de ce qu'il y a en ce point. Plus on laisse le doigt au même endroit, plus on obtient d'informations. Toutes les informations de la signalétique pourront être modifiées à partir du réseau.



Les deux autres idées utilisent des technologies un peu différentes que la première mais font fonctionner un système similaire. Elles sont conçues sur le fait que la plupart des personnes possèdent des devices électroniques comme un camera-equipé téléphone mobile ou des lecteurs mp3 et peuvent avoir accès à l'internet. Grâce à ce système les visiteurs pourront préparer leur visite d'avance et pourront avoir accès à ces informations en temps réel lors de leur visite. Leurs devices vont les aider à prendre les directions sollicitées. Ainsi une société est créée sur le site qui pourrait poster leurs directions et commenter sur les directions des autres. Un de ces deux systèmes utilise le QR codes, qui est un genre de barcode qu'on peut lire à partir de la caméra de notre téléphone portable et interpréter les directions par la suite. Le second système fonctionne sur la technologie des RFID afin de permettre l'échange entre un bâtiment et l'outil électronique.





Ces trois projets ont été prototypés et testés pour ajouter aux études des applications et de studees pratiques et pour pointer sur l'utilisation de la nouvelle technologie pour aider les malvoyants et les bien voyants dans leur navigation dans un espace.

SIGNALÉTIQUE ET RÉALITÉ AUGMENTÉE



Le principe de l'application Nearest Tube d'Acrossair est de trouver une station de métro en réalité augmentée : Find Your Nearest Train Station with this Awesome Augmented Reality iPhone App. L'application fonctionne en mode "carte" où les stations sont indiquées en fonction de leur direction et de la distance.



RÉFÉRENCES ET BIBLIOGRAPHIE

www.segd.org
www.signaletiques.eu
www.rezo7.eu
www.internetactu.net
www.davidsweeneydesign.com
www.autobus-imperial.com
www.integral.ruedi-baur.com
www.uebele.com
www.helmo.fr
www.l2m3.com
www.clcdesign.fr
www.altitudes-developpement.com
www.designworkplan.com
www.etapes.com
www.core77.com
www.tiresias.org
www.alexsens.typepad.com
www.catherineturley.blogspot.com

/Prieto, Sémiologie, dans Le Langage.
/Bulletin de Micropsychologie
/100 % European Graphic Design
Portfolio
/Signage Design Manual,
Edo Smitshuijzen

Penser c'est schématiser, et qui ne schématise pas ne pense pas. Le schéma est un modèle simplifié et abstrait du réel; le modèle est une réduction limitée du réel particulier, il est différent de ce réel, ainsi il est essentiel à l'action de la pensée pour dominer la complexité.

MERCI