

La désignation «design graphique» est composée de deux mots. «Design» caractérise l'activité de conception d'éléments en petite, moyenne ou grande série, souvent à vocation industrielle ou commerciale. Le but premier du design est d'inventer, d'améliorer ou de faciliter l'usage ou le processus d'un produit ou d'un service matériel ou virtuel. Un des rôles du design est de répondre à des besoins, de résoudre des problèmes, de proposer des solutions nouvelles ou d'explorer des possibilités pour améliorer la qualité de vie des êtres humains. Les origines du terme «Design» remontent principalement à la révolution industrielle. Apparu quelque part entre l'artisanat et les Beaux-Arts, le design, discipline de penser les éléments pour leur usage et leur distribution, n'est pourtant pas un domaine purement hermétique, certains projets de design peuvent présenter des aspects qui les placent également à l'intérieur ou à la frontière des deux catégories citées précédemment.

«Graphique» désigne l'ensemble des procédés visuels visant à transmettre un message clair et structuré à travers des éléments visuels comme la typographie, les couleurs, les formes, les images. Cette discipline comprends la conception de nombreux supports, de nombreuses spécialisations réclamant des savoirs-faire spécifiques: logos, affiches, édition, typographie, signalétique, interfaces numériques, packaging, habillages télévisuels, génériques, vidéo-clips, animations etc.

Le «Design graphique» comprends donc deux dimensions, celle de la conception, d'une architecture de projet tournée vers la compréhension, l'usage, la fonction et la réalisation de l'objet graphique sériel, en cohérence avec des objectifs.

I. HISTOIRE D'AVANT LE DESIGN

Avant, bien avant que les besoins des humains aient fait naître les termes «design» et «graphique», certaines inventions, découvertes en installaient les prémissives.

L'art pariétal est peut-être le plus ancien geste artistique de représentation et de transmission laissé volontairement par les humains (environ 38000 AP). Si le rôle des dessins et gravures rupestres n'est pas clairement établi, la volonté de représenter et faire reconnaître des figures, des animaux, elle, est indéniable ^{Fig 01}.

[Fig.01] Panneau des chevaux,
grotte Chauvet 2, peinture
rupestre, Ardèche, 36000 AP



PREMIÈRE ANNÉE

[Fig.02] Tablettes Sumériennes, écriture Cunéiforme, 2500 AP



[Fig.03] Livre de Kells, enluminures sur papier vélin, Irlande, 7^e siècle



[Fig.04] Avalokite Vara qui sauve des douleurs, Xylographie sur papier, Chine, 10^e siècle



[Fig.05] Armorial de blasons, 14^e siècle



Bien plus tard, vers 3300-3000 AP, la nécessité de communiquer des informations complexes, telles que des comptes liés aux travaux agricoles permet aux humains de mettre en place de premières écritures. Le système cunéiforme est le plus ancien connu, identifié principalement sur des tablettes d'argile sumériennes [Fig 02](#). Ces systèmes de symboles sont les ancêtres de la typographie.

Les systèmes de symboles sumériens ou de hiéroglyphes égyptiens ont, pendant l'antiquité, petit à petit laissé place à des systèmes d'alphabets (araméen, grec, latin, arabe etc.). La combinaison de lettres représentant des sons et non plus des symboles permettant une représentation plus précise des idées, plus proche de la parole et plus compacte, aisée d'exécution dans la forme écrite. Pourtant, l'absence de technologies permettant de diffuser les textes écrits à grande échelle en font des biens rares et précieux. Au moyen-âge en Europe, seuls les plus aisés et les membres du clergé ont accès aux textes écrits, au savoir de l'écriture et de la lecture. Les manuscrits sont copiés à la main, principalement dans les scriptoriums des Abbayes. Le livre de Kells [Fig 03](#), calligraphié, enluminé et relié en Irlande est un exemple de la somptuosité et du soin qui pouvait être apporté à ces objets précieux.

En Chine, au 10^e siècle, le développement de la technique de xylographie (impression à partir d'une plaque de bois gravée) [Fig 04](#) permet de produire des copies de textes calligraphiés et d'images sur papier, cela peut être considéré comme les prémisses de l'invention de l'imprimerie à proprement parler.

En Europe, au moyen-âge, les régimes féodaux, multitudes de petits royaumes, expérimentent la nécessité de se reconnaître entre eux. Les blasons, ensemble de symboles regroupés sur des écussons (formes ressemblant à des boucliers) constituent l'art héraldique. Les blasons sont consignés sur des armorials [Fig 05](#), registres permettant aux nobles de les apprendre. La simplicité des blasons est liée au fait qu'ils représentent une devise orale transmissible aux cerfs, paysans, soldats illétrés. En un regard, il est possible à toutes de reconnaître l'image d'une devise entendue. Les blasons sont placés sur les armes, boucliers, bâtiments et pourraient bien représenter des ancêtres lointains d'éléments de signalétique.

II. NAISSANCE DE L'IMPRIMERIE

Certains placent la naissance du design graphique à l'apparition de l'imprimerie en occident, plus précisément au premier livre imprimé en série à l'aide de caractères mobiles en plomb,

PREMIÈRE ANNÉE

[Fig.06] Bible de Gutenberg,
vélin, Johannes Gutenberg, 1455



[01] Bon à savoir! La maison d'édition B42, spécialisée dans la publication de textes théoriques de design, design graphique et typographie tire son nom de la fameuse bible en 42 caractères de Gutenberg
<https://editions-b42.com/>

la Bible en 42 lignes ^{Fig 06}, aussi connue sous l'appellation B42 ⁰¹, mise au point en 1455 par l'orfèvre et typographe allemand Johannes Gutenberg, assisté du typographe Pierre Schoeffer et financé par le marchant et banquier Johann Fust. La fin du 15^e siècle voit l'imprimerie se développer et se perfectionner à travers le continent. C'est l'époque des incunables. Ce terme désigne les livres imprimés en Europe avant le 1^{er} janvier 1501. En latin *incunabula* signifie «commencements» de la typographie. La Bibliothèque nationale de France, possède le troisième fonds d'incunables au monde, après ceux de la British Library de Londres et de la Bayerische Staatsbibliothek de Munich.

L'apparition de la notion de typographie est simultanée à celle de l'imprimerie. Les caractères mobiles en plomb sont façonnés par les fondeurs, qui donnent plus tard leur nom aux fonderies typographiques, terme encore employé aujourd'hui pour désigner les maisons d'édition de polices de caractères. Les premiers caractères employés à l'époque de Gutenberg imitent la calligraphie gothique, alors à la mode dans les sciptoriums ⁰³ d'Europe du nord.

Rapidement, dès le début du 15^e siècle, la production de caractères se diffuse et se diversifie à travers l'Europe, les caractères Humanistiques voient le jour au début du 15^e siècle, ils sont inspirés des manuscrits des 10^e et 11^e siècle en Europe du sud.

L'imprimerie et la typographie sont de précieux et puissants outils de diffusion, rapidement, les royaumes s'intéressent à l'imprimerie. En France, les rois s'intéressent aux caractères, à l'image de François premier qui commande des travaux au typographe Claude Garamond, celui-ci grave entre 1530 et 1540 un caractère à son nom, le Garamond qui va devenir rapidement très populaire.

Les guerres de Religion perturbent l'Europe et l'imprimerie. En France, le cardinal Richelieu fonde en 1640 l'Imprimerie royale et marque la volonté de l'État de soutenir et réglementer, censurer la production imprimée. Louis XIV continue cette politique à travers Colbert, qui lance en 1675 le projet de l'encyclopédie dont les premiers travaux portent sur l'imprimerie. Philippe Grandjean et ses collaborateurs, Alexandre et Luce, vont ainsi, entre 1694 et 1714, graver «les Romains du Roy» (le Grandjean), caractère inspiré par les travaux de la Commission Jaugeon qui tente une théorisation mathématique et géométrique de la typographie, ils sont redessinés et remplacés par les caractères Didot de Firmin Didot en 1811.

La révolution industrielle, le déploiement de la presse écrite (nécessité technique de créer

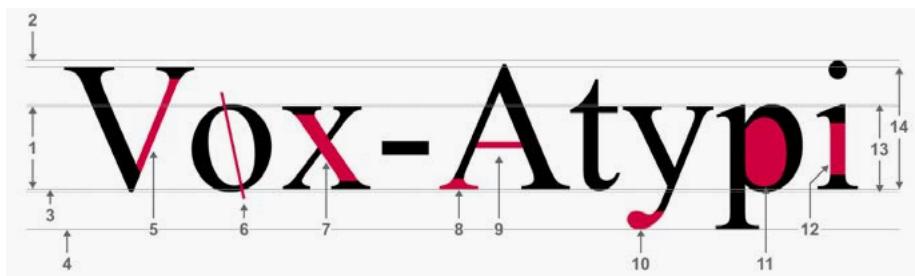
PREMIÈRE ANNÉE

des caractères lisibles en petit et en compact) ainsi que le déploiement de la publicité (nécessité de créer des caractères se démarquant des autres, plus gras, originaux, lisibles) génèrent de nouvelles formes de typographies.

En 1962, le graveur et typographe Maximilien Vox et l'Association typographique internationale (ATypI) présentent un système de classement typographique. Si la classification Vox-Atypi permet de comprendre dans les grandes lignes les différents types de caractères latins existants par des archétypes, en réalité une police peut très bien hériter des caractéristiques d'un, deux ou trois groupes. La quatrième catégorie de la classification rassemblant les caractères d'alphabets non latins questionne. En 2021 l'Atypi annonce établir un groupe de travail visant à créer un nouveau système plus vaste, incorporant les différents systèmes d'écriture du monde afin de remédier à une vision Européo-centriste de la typographie. Dans sa version de 1962, la catégorie « classique » reprends les différents types de caractères que nous avons évoqué avant la révolution industrielle, puis les catégories d'inspiration calligraphique et moderne reprennent des caractères datés de la révolution industrielle ou plus récents.



La classification Vox-Atypi se base sur les caractéristiques de l'anatomie typographique selon les éléments constituants des caractères.



Anatomie typographique:

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| 1- hauteur de x | 8- empattement |
| 2- ligne d'ascendantes | 9- traverse |
| 3- ligne de pied | 10- goutte |
| 4- ligne de descendantes | 11- contre-forme |
| 5- délié | 12- fût |
| 6- axe oblique | 13- hauteur d'œil |
| 7- plein | 14- hauteur de capitale |

III. PREMIÈRE MOITIÉ DU XX^e SIÈCLE

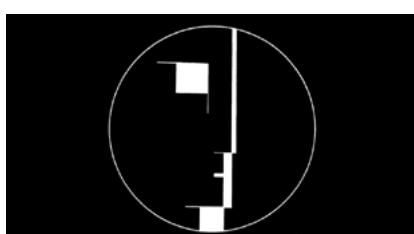
[Fig.07] Affiche, Job, Jules Chéret 1889



[Fig.08] Affiche Salon des sens, Alphonse Mucha, 1896



[Fig.09] Logo du Bauhaus, Oskar Schlemmer, 1922



La chromolithographie est le terme choisi par le lithographe Godefroy Engelmann pour désigner ce procédé d'impression sur pierre en couleurs (1837), fondé sur l'impression couleur par couleur, jusqu'à seize différentes. Cette invention permet notamment l'apparition de publicités couleurs de grandes dimensions dans l'espace public. Jules Chéret est formé à cette technique, il devient dans les années 1860 l'un des affichistes les plus en vue en France, travaillant indistinctement pour des théâtres et des entreprises, sa production mêle lettrage, décors et personnages (souvent féminins) [Fig 07](#).

Tout au long du XX^e siècle, un grand nombre d'objets de design graphique jouent avec les courants artistiques, c'est le cas de la production d'Alphonse Mucha [Fig 08](#). Affichiste et artiste inscrit dans le courant de l'art nouveau, ses visuels s'ornent de motifs végétaux, de frises, courbes. Ce mouvement prône le motif, l'ornementation, une dimension artisanale des gestes en réaction à l'industrialisation galopante.

Le Bauhaus est une école d'architecture et d'arts appliqués fondée en 1919 à Weimar (Allemagne) par l'architecte Walter Gropius. Par extension, Bauhaus désigne un courant artistique pluridisciplinaire comprenant l'architecture, le design, la photographie, le costume, la danse etc [Fig 09](#). Ce mouvement a posé les bases de la réflexion sur l'architecture moderne et notamment du style international. L'école a eu trois directeurs : Walter Gropius, Hannes Meyer et Ludwig Mies van der Rohe. Les créations de design au Bauhaus sont souvent régies par des idées

PREMIÈRE ANNÉE

[Fig.10] Bauhaus workshop building from below oblique view, photographie, Lucia Moholy, 1926



[Fig.11] Universal, police de caractères, Herbert Bayer, 1927



[Fig.12] Dada composition, tapis, Sophie Taeuber-Arp, 1920



[Fig.13] Affiche, Naguy Lazlo Moholy-Nagy, 1931



[Fig.14] The Times, numéro employant le nouveau caractère Times New Roman, 1932



fonctionnalistes ; formes simples et efficaces, maximisation de la cohérence avec les usages des objets de design et leur fonctions. Le Bauhaus tends vers une réflexion sur l'utilisation des méthodes industrielles pour créer. L'objectif est de briser la dichotomie entre art et industrie en créant en série des images, objets, logements fonctionnels accessibles au plus grand nombre. Ouvert aux étudiant·es de tout âge et genre, le Bauhaus détonne dans le paysage contemporain d'une Allemagne en proie au nationalisme. En 1933 les nazis font fermer l'école prétextant qu'elle forme des artistes «dégénéré·es». Les enseignant·es et étudiant·es du Bauhaus, pour la plupart contraints de s'exiler ailleurs en Europe ou aux États-Unis contribuent à diffuser et amplifier le système de pensée de l'école au fil du XX^e siècle. De nombreux travaux du Bauhaus sont conservés malgré la censure du III^e Reich : les photographies de Lucia Moholy immortalisent les travaux d'étudiant·es ainsi que le bâtiment de Dessau [Fig 10](#), lui-même restauré en 2009, la typographie Universal [Fig 11](#) de Herbert Bayer est utilisée rapidement dans des projets hors d'Allemagne, ses proportions géométriques reposant sur les grands principes de construction de l'école. Des travaux comme les tapisseries [Fig 12](#) de Sophie Taeuber-Arp sont conservés chez des particulier·es ou emportés à l'étranger.

Naguy Lazlo Moholy-Nagy enseigne au Bauhaus avant de s'exiler en 1934 au Royaume-Uni, ses compositions géométriques [Fig 13](#), basées sur des grilles contribuent à inspirer des graphistes inscrits dans le mouvement international au cours de la seconde moitié du XX^e siècle.

La crise de l'entre deux guerres restreint les budgets de toute part et cela influence également le design graphique : en 1932 le typographe anglais Stanley Morison est chargé de créer une nouvelle police de caractère permettant d'optimiser économiquement l'impression du célèbre journal The Times. La typographie Times New Roman [Fig 14](#) voit le jour. Ses contrastes sont accentués pour gagner en confort de lecture et les caractères étroitissés afin de réaliser un gain de place sur la page. Moins de papier, plus d'informations, gain économique à la clef.

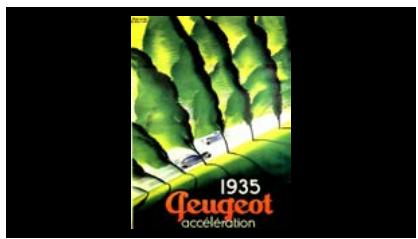
L'entre deux guerre est également une époque de disparité économique, l'écart entre les plus riches et les plus pauvres se creuse. Le courant Art Déco embrasse les arts et le design, les meubles de luxe se parent de motifs géométriques et emploient des matériaux précieux venus des colonies tels que l'ivoire et le galuchat. En France, le typographe, designer et affichiste Cassandre conçoit le caractère Bifur [Fig 15](#), représentant de l'esprit de l'époque, il crée également un grand nombre d'affiches [Fig 17](#), conçoit des identités de marque.

PREMIÈRE ANNÉE

[Fig.15] Caractère Bifur, Cassandre, 1929



[Fig.16] Affiche, Peugeot, Paul Colin, 1935



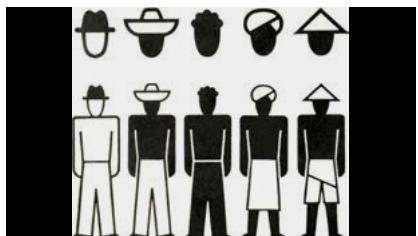
[Fig.17] Affiche, Compagnie transatlantique, Cassandre 1939



[Fig.18] Affiche, propagande américaine, Jean Carlu, 1942



[Fig.19] Système ISOTYPE, Otto, Marie Neurath et Gerd Arntz 1930



L'affichiste Paul Colin conçoit également de nombreuses affiches publicitaires, notamment accompagnatrices du fleurissement de l'industrie automobile [Fig 16](#). À l'approche de la seconde guerre mondiale, d'autres affichistes comme Jean Carlu alternent entre productions commerciales et affiches de propagandes institutionnelles [Fig 18](#).

Intéressé·es par la complexité des rapports des enjeux de la mondialisation, dans les années 1930, le philosophe Otto Neurath et la chercheuse Marie Meurath, assisté·e·s du graphiste Gertz Arntz créent le système ISOTYPE [Fig 19](#) (International System of Typographic Picture Education, ou Système international d'éducation par l'image typographique). Il s'agit d'une tentative de rendre intelligible au plus grand nombre des informations complexes, sous une forme qui combine des images succinctes et une sélection de mots. Le système ISOTYPE est le précurseur des pictogrammes.

IV. SECONDE MOITIÉ DU XX^e SIÈCLE

La fin de la seconde guerre mondiale laisse place aux trente glorieuses, l'industrie et la consommation tournent à plein régime. Plusieurs courants visuels cohabitent dans un rythme de productivité effréné.

Certains designers graphiques comme Joseph Müller-Brockmann se saisissent de l'héritage International du Bauhaus qu'ils poussent avec la conception de posters, d'éditions employant des systèmes de grilles de mise en page exigeants et complexes où la géométrie et la précision sont de mise [Fig 20](#).

D'autres artistes comme Charles Loupot s'inscrivent dans la tradition de l'affiche peinte, diversifiant les styles, dessins, lettrages de titre pour toujours maquer une différence visuelle avec la concurrence publicitaire. Dans le cas de son travail pour la marque Saint-Raphaël [Fig 21](#), Charles Loupot crée un motif répétitif, un «all-over» permettant de couvrir n'importe quelle surface publicitaire efficacement et de façon reconnaissable.

Les supports dits de «communication» se diversifient à l'image des galettes de vinyles vendus par milliers d'exemplaires. Reid Miles, designer graphique américain réalise de nombreuses couvertures [Fig 22](#) pour le label de jazz Blue note. Les interactions proposées entre typographie et photographies traduisent visuellement l'improvisation et le groove propres au genre musical.

Aux États-Unis toujours, le duo de publicitaires et designereuses graphiques Saul et Elaine Bass conçoivent de nombreux génériques de film [Fig 23](#). Le mouvement sur grand écran leur permet

PREMIÈRE ANNÉE

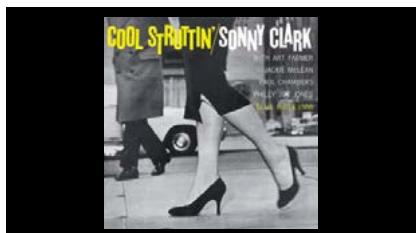
[Fig.20] Affiche, concert, Zürich, Joseph Müller-Brockmann, 1957



[Fig.21] Affiche, Saint Raphaël, Charles Loupot, 1958



[Fig.22] Vinyle, label Blue Note, Reid Miles, 1950



[Fig.23] Psychose, film, Alfred Hitchcock, générique de film, Saul et Elaine Bass 1960



[Fig.24] Affiche, Joan Miro, 1950



d'expérimenter des jeux d'équilibres de mise en page sur une échelle temporelle. Le duo de designereuses et artistes collabore avec des cinéastes tant sur des registres de comédie que de drame et travaillent à de nombreuses reprises avec le célèbre réalisateur Alfred Hitchcock.

En Europe de nombreux·ses artistes s'intéressent à l'affiche, par exemple pour des expositions artistiques notamment Pablo Picasso, Georges Braques, Ferdinand Léger, Johannes Miro [Fig 24](#) etc. La diffusion de la sérigraphie, technique d'impression peu coûteuse comparée à la lithographie par les américain·es pendant la seconde guerre mondiale permet une approche plus large du médium de l'affiche.

Des agences de design graphique, de communication, de publicité de grande échelle voient le jour avec leurs secrétaires et leurs assistants. Des directeurs artistiques, graphistes, typographes tels que Roger Excoffon [Fig 25](#) se lancent dans des projets d'envergure à l'image de la mise en place de l'identité de la compagnie Air France [Fig 26](#) ou de l'identité et des pictogrammes des Jeux Olympiques d'hiver de Grenoble en 1968 [Fig 27](#).

En Allemagne, le designer graphique Olt Aicher réalise l'identité et les pictogrammes des Jeux Olympiques de 1972 [Fig 28](#), utilisant une grille permettant de représenter des personnages dans une grande variété de postures.

Aux États-Unis le français Paul Rand réalise un grand nombre de projets pour des enseignes industrielles. Il signe l'identité de la société multinationale IBM [Fig 29](#), le début du fleurissement de l'industrie numérique et informatique s'annonce.

Toutefois la guerre froide, la guerre du Vietnam et les disparités occasionnées par la montée en puissance du capitalisme génèrent un moment de fracture. En mai 68, se produisent partout de violentes grèves et manifestations. En France (mais aussi ailleurs) de nombreux·ses manifestant·es réalisent des affiches. Les ateliers des Beaux-arts de Paris utilisent le matériel de sérigraphie pour produire de nombreux visuels qui marquent les esprits [Fig 30](#).

En Europe, mai 68 met l'accent sur une politique d'accès à la culture déjà engagée. De nombreux musées et institutions culturelles ouvrent leurs portes. Le designer graphique Wim Crouwel réalise de nombreuses affiches pour des institutions aux Pays-Bas telles que le Stedelijk Museum [Fig 31](#).

En France, le designer graphique d'origine Suisse Jean Widmer réalise des affiches (toujours héritières du style international) pour le Centre de Création Industrielle [Fig 32](#).

PREMIÈRE ANNÉE

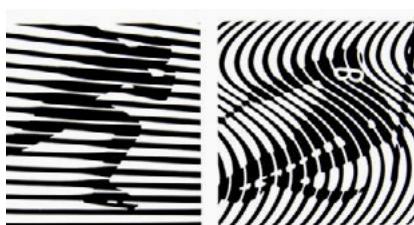
[Fig.25] Mistral (1952) et Antique Olive (1957), polices de caractères, Roger Excoffon



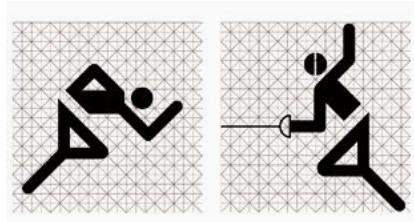
[Fig.26] Air France, logo, Roger Excoffon, 1968



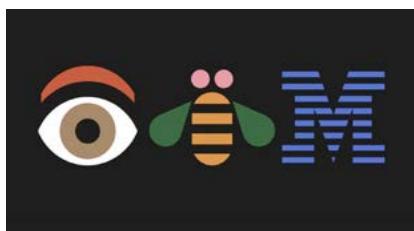
[Fig.27] Pictogrammes, JO d'hiver de Grenoble, Roger Excoffon, 1968



[Fig.28] Pictogrammes, JO d'été de Munich, Otl Aicher, 1972



[Fig.29] Logo IBM, Paul Rand, 1956



Centre de Création Industrielle qui devient le Centre Georges Pompidou au terme d'un concours d'architecture pharaonique remporté par l'architecte Renzo Piano. C'est encore Jean Widmer qui en signe l'identité avec un logo évoquant la façade atypique du bâtiment en 1977 [Fig 33](#).

Sur cette même période, Jean Widmer (représentant de l'agence Visuel Design employant une trentaine de personnes) crée la signalétique des autoroutes de France [Fig 34](#). La typographie, les contrastes et les pictogrammes utilisés sont pensés pour une lecture confortable des usager·e·s lancé·e·s à pleine vitesse.

Au début des années 80, les étudiant·es à l'origine des affiches de mai 68 dans les ateliers des Beaux-Arts ont fait un petit bout de chemin; Pierre Bernard, François Miehe et Gérard Paris-Clavel fondent Grapus, un studio collaboratif de design graphique dédié à la culture et aux travaux à dimension sociétale. Le collectif crée un grand nombre d'affiches tout au long de la décennie [Fig 35](#).

En 1984 Grapus remporte le concours de la conception de l'identité de la Cité des sciences et de l'Industrie de La Villette [Fig 36](#). C'est le début d'une relation interconnectée entre projet architectural et design graphique. Pierre Bernard, membre de Grapus prend en charge l'identité visuelle. Pour lui, la signalétique permet de «comprendre le fonctionnement psycho-social du public, d'étudier les flux, d'appréhender la façon dont le public s'accapare l'espace. Le graphiste doit pouvoir imaginer comment son travail sera vu et reçu, à l'instar d'une affiche».

La même année Grapus crée le logo et l'identité du Secours Populaire Français [Fig 37](#). Un signe poétique pensé en symbole sensible, quelque part entre les expressions «tendre la main» et «voler au secours».

Enfin, le collectif signe en 1987 l'identité du musée du Louvre [Fig 38](#), dans un registre plus sérieux, devenu plus «institutionnel» peu de temps avant sa dissolution en 1989.

Les années 80 sont marquées aux États-Unis par la pop-culture. Le style international lasse. Par réaction tout est coloré, marqué par le mouvement d'architecture et de design Memphis. C'est dans ce contexte que l'industrie du loisir et du divertissement prend son essor. Les chaînes télévisées se multiplient, la concurrence est rude pour se distinguer malgré le zapping permanent des téléspectateur·ices. La chaîne MTV voit le jour en 1981 [Fig 39](#), elle reprends les codes gesticulants des comics pour ses habillages d'antenne, un succès direct.

PREMIÈRE ANNÉE

[Fig.30] Affiche, ateliers des Beaux-Arts de Paris, 1968



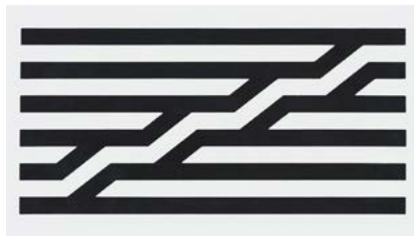
[Fig.31] Affiche, exposition Vormgevers, Wim Crouwel, 1968



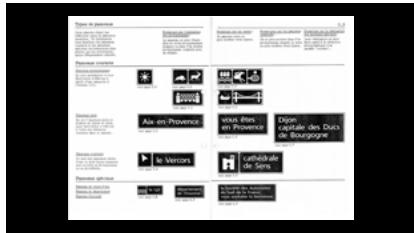
[Fig.32] Affiche, *Le rangement*, Centre de création industrielle, Jean Widmer (Visuel design), 1974



[Fig.33] Logo, Centre Pompidou, Jean Widmer (Visuel design), 1977



[Fig.34] Signalétique des autoroutes de France, Jean Widmer (Visuel design), 1979.



En France, c'est le designer graphique Étienne Robial, à la tête de la société On/Off qui travaille les identités de chaînes télévisées les plus abouties, à l'exemple de l'habillage de Canal+ [Fig 40](#) que le designer et ses associé·es accompagnent entre 1984 et 1995. Le logo de la chaîne se base sur un système mathématique fait de 4 carrés juxtaposés qui définissent un rapport de 4 sur 1. Une proportion simple et harmonieuse, garantissant au logo un usage extrêmement simple. Les principes de l'identité graphique sont de l'ordre de la signalétique. Ils sont là pour identifier, informer, hiérarchiser et valoriser. Formes, couleurs, typographie et musique sont les ingrédients. 4 variables, 1 grille, et des milliers de possibilités.

Les années 90 sont marquées par le déploiement d'internet et des ordinateurs. Ces derniers facilitent l'accès à la conception graphique via le déploiement de la PAO, de la mise en page sur logiciels et les métiers du design graphique sont fortement bouleversés et transformés par le passage au numérique.

C'est des États-Unis que part la révolution numérique. Des fonderies typographiques telles que Emigre [Fig 41](#) se posent rapidement la question de l'adaptation aux écrans de caractères conçus pour le plomb et la machine à écrire.

En réaction, le mouvement grunge, duquel pourrait se rapprocher le travail de David Carson remet ciseaux, papiers et découpages sur la table, au goût du jour [Fig 42](#).

V. XXI^e SIÈCLE

Rapidement des directeur·ices artistiques tel·les que Paula Scher [Fig 43](#) embrassent les logiciels de mise en page sur ordinateurs et les codes permis par les nouveaux outils numériques (détourages, dégradés, ombres etc.)

En France des studios de taille plus modeste tels que les M/M voient le jour, ils travaillent pour l'industrie du cinéma pour laquelle ils réalisent des affiches mais aussi pour l'édition, pour l'industrie musicale, variant les contextes d'opération et les techniques employées [Fig 44](#).

Dans les années 2010, des designereuses tels que Fanette Mellier se rapprochent des outils analogiques tels que les outils sérigraphiques, contrastant avec la conception tout-sur-ordinateur [Fig 45](#).

D'autres, à l'image de Philippe Apeloig embrassent les nouvelles possibilités qu'offrent le design graphique animé [Fig 46](#), notamment pour les entreprises et institutions désireuses de

PREMIÈRE ANNÉE

[Fig.35] Affiche, Grapus, années 1980



[Fig.36] La Villette, identité graphique, signalétique, Grapus, 1984



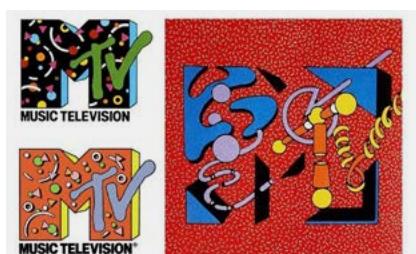
[Fig.37] Secours Populaire Français, logo et identité graphique, Grapus, 1984



[Fig.38] Musée du Louvre, identité graphique, Grapus, 1989



[Fig.39] MTV, logo et identité graphique, 1981



s'imposer sur le web et sur les réseaux sociaux qui en sont à leurs débuts.

L'avènement du numérique transforme la vision du livre. La production de livres bon marché décline et un marché du livre-objet rare et dont la conception relève de défis techniques et mises en page voit le jour. La designer néerlandaise Irma Boom illustre parfaitement ce phénomène avec la production de nombreux ouvrages rivalisant de prouesses d'ingénierie sur le plan de la reliure, de la gestion des encres ou du papier [Fig 47](#).

Le début des années 2020 est marqué par l'essor des réseaux sociaux. Le projet d'identité visuelle pour le festival Dutch Design Week [Fig 48](#), réalisé par le Studio de design néerlandais Thonik est un exemple de conception du graphisme en mouvement grandement flexible pouvant s'adapter astucieusement à n'importe quel support, web, réseaux sociaux ou analogiques. Mandaté en 2020 pour concevoir l'identité de l'événement, Thonik décide de se tourner vers le travail de Wim Crouwel en utilisant et en étendant le lettrage d'un poster conçu par ce dernier pour le Van Abbemuseum en 1963. Ce lettrage géométrique basé sur une grille et ses éléments de construction animés font office d'habillage pour les supports de la Dutch Design Week [Fig](#), signant un événement contemporain tout en célébrant directement l'histoire du design des Pays-Bas.

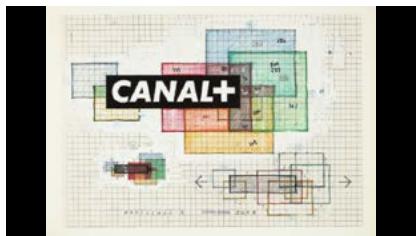
Le paysage du design graphique a longtemps été façonné par des images parfois misogynes, coloniales, voire racistes. Au tournant des années 2020, une nouvelle génération de théoricien·nes de la disciplines se mettent à examiner et remettre en question les productions concernées par ces comportements, c'est ce que fait la belge Sarah De Bondt dans son ouvrage *Off the Grid: Histories of Belgian graphic design* (2022) et son exposition au Design Museum de Gent [Fig 49](#).

Des projets de design graphique d'ampleur continuent de diversifier et de célébrer le dessin typographique. En 2023, la ville de Chaumont mandate le studio de design graphique Baldinger Vu-Huu pour concevoir l'identité de la ville de Chaumont [Fig 50](#). Cette dernière hébergeant le Signe, Centre National du Graphisme. Le duo de designers graphiques et leur assistant·es créent une typographie conçue sur les formats A4 et A3, papiers les plus utilisés pour une identité au plus proche des réalités d'une collectivité territoriale. À cette dimension technique réaliste est ajoutée une pincée d'humour et de couleur, dimensions bienvenues dans un domaine (celui des identités de villes et villages) plutôt généralement morose.

Ces dernières années, des studios collaboratifs mêlant conception et ateliers de productions

PREMIÈRE ANNÉE

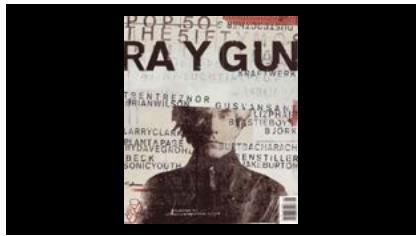
[Fig.40] Canal +, logo et identité graphique, Étienne Robial, 1984



[Fig.41] Lo-Res, police de caractères, Suzanna Lichko, fonderie Emigre, 1985



[Fig.42] Ray Gun, Couverture de magazine, David Carson, années 1990



[Fig.43] Affiche, Public theater, New-York, Paula Scher, 1995



[Fig.44] Affiche, film Robert Towne de Sarah Morris, M/M 2006



voient le jour à l'image de l'atelier-maison d'édition Quintal [Fig 51](#). Ces collectifs se garantissent l'accès à des machines pour créer et expérimenter et la possibilité d'exécuter du travail de commande pour se payer et subvenir à leurs besoins de société.

Si l'édition a toujours fait parti des domaines d'application du design graphique, ces quinze dernières années un regain de l'intérêt des designereuses graphiques à son sujet se remarque. En 2024, les designereuses Élise Gay et Kévin Donnot réalisent le catalogue de l'exposition Mode d'emploi pour le musée d'Art Moderne de la ville de Strasbourg [Fig 52](#). L'exposition portant sur les œuvres à notice, les designers ne peuvent pas s'appuyer sur des images pour maquetter le catalogue, elles se tournent alors vers les vues 3D pour illustrer le catalogue, proposant une vue inédite pour chaque couverture.

Loin de la vision centrée sur l'Europe et réactionnaire de Maximilien Vox, de nouveaux typographes expérimentent des caractères compatibles avec l'évolution de la langue française, c'est le cas de la collective Bye-Bye Binary [Fig 53](#) qui édite des caractères développant des glyphes compatibles avec l'écriture inclusive.

Le web est un domaine où les enjeux de mise en page sont souvent mal connus mais pourtant bien présents. Les typologies de contenus peuvent y être très variées suivant les sujets. Sites d'architectes, de musées, d'archives, d'artistes, d'associations. Il s'agit de supports à penser en plusieurs configuration pour une consultation optimale sur mobile ou sur écran. Nombreux sont les studios de design graphique qui se spécialisent dans la conception d'interfaces et de sites web, à l'exemple de f.451 studio.

Le design graphique est une discipline en mouvement constant, sensible à son environnement. Son évolution est étroitement liée au développement des technologies, aux enjeux des contextes de production et de société. Les designereuses graphiques naviguent entre travail de commande et recherche et l'école d'art est un terrain de jeu prometteur pour la découverte des multiples possibilités qui s'offrent aux plus jeunes d'entre elleux.

PREMIÈRE ANNÉE

[Fig.45] Affiche, Une saison graphique, le Havre, Fanette Mellier, 2013



[Fig.46] Hermès, Saut Hermès, supports animés, Philippe Apeloig, 2013



[Fig.47] James, Jennifer Georgina, livre, Jennifer Butler, Irma Boom, 2010



[Fig.48] Dutch design week, identité, Nikki Gonnissen, 2021



[Fig.49] Off the Grid: Histories of Belgian graphic design, exposition et publication, Sara De Bondt 2022



RÉFÉRENCES INDICATIVES

Site web de la grotte Chauvet 2, Ardèche
<https://www.grottechauvet2ardeche.com/decouvrir-grotte-chauvet2/replique-grotte-chauvet/>

Site web de la Bnf les essentiels, Tablette Sumérienne en cunéiforme
<https://essentiels.bnf.fr/fr/image/5415e2d7-e1ec-4a7a-b4a2-8e141d72428c-tablette-sumerienne-en-cuneiforme>

Wikipédia, article, Livre de Kells
https://fr.wikipedia.org/wiki/Livre_de_Kells

Article L'imprimerie chinoise traditionnelle, Michela Bussotti, Site de la Bnf
<https://heritage.bnf.fr/france-chine/l'imprimerie-chinoise-traditionnelle>

Article Une histoire de la typographie des origines à l'ère industrielle, Danièle Mermet, Site de la Bnf
<https://essentiels.bnf.fr/fr/livres-et-ecritures/formes-et-usages-des-livres/4d215a39-67a3-4609-ba1b-f6ec08100b9c-typographie/article/dca0cd61-0d34-4c3e-9016-33b35cb993e5-une-histoire-la-typographie-origines-ere-industrielle>

Bible de Gutenberg : [Biblia latina]. Ex. sur vélin - Volume 1, Mainz, Johannes Gutenberg et Johannes Fust, 1455
<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k9912811/f14.double.shift>

Pendant la lecture, Gerard Unger, Éditions B42, 2015
<https://editions-b42.com/produit/pendant-la-lecture/>

Blog Graphéine, série d'articles histoire de l'affiche
<https://www.grapheine.com/histoire-du-graphisme/histoire-affiches-theatre-19e-siecle>

Wikipédia, article Bauhaus
<https://fr.wikipedia.org/wiki/Bauhaus>

Arte, Documentaire Lucia Moholy, la photographe du Bauhaus, Sigrid Faltin 2024
<https://www.arte.tv/fr/videos/118177-000-A/lucia-moholy-la-photographe-du-bauhaus/>

Site web du MoMA, article Herbert Bayer, Mitra Abbaspour, 2014
<https://www.moma.org/artists/399-herbert-bayer>

Site web du centre Georges Pompidou, article Sophie Taeuber-Arp, l'audace d'être libre, Sébastien Tardy, 2021
<https://www.centregeorges-pompidou.fr/fr/pompidou-plus/magazine/article/sophie-taeuber-arp-laudace-detre-libre>

PREMIÈRE ANNÉE

[Fig.50] Ville de Chaumont,
identité de la ville et police
de caractère Dina-Chaumont,
Baldinger Vu-Huu, 2023



[Fig.51] Guide d'impression
Riso, Oscar Ginter, Quintal,
atelier de risographie
et maison d'édition, 2023



[Fig.52] Embrasser la langue,
Bye-Bye Binary, affiche
lauréate du CNAF, 2024



[Fig.53] Mode d'emploi,
Catalogue d'exposition,
Musée d'art moderne
de Strasbourg, E+K, 2024



Site web du centre Georges Pompidou,
fiche artiste László Moholy-Nagy
<https://www.centre Pompidou.fr/fr/ressources/personne/cMedBeg>

Blog Graphéine, article
Typorama #05 : Times after time, 2020
<https://www.grapheine.com/histoire-du-graphisme/typorama-05-times-font>

Blog Graphéine, article Cassandre le magnifique, 1901-1968, 2016
<https://www.grapheine.com/histoire-du-graphisme/cassandre-le-magnifique-graphiste>

Site web du centre Georges Pompidou, article
Sur la piste des Isotypes, ancêtres de nos émojis, Jean-Christophe Royoux, 2022
<https://www.centre Pompidou.fr/fr/pompidou-plus/magazine/article/sur-la-piste-des-isotypes-ancetres-de-nos-emojis>

Blog Graphéine, article Josef Müller-Brockmann "swiss style", 2013
<https://www.grapheine.com/en/graphic-design-en/graphic-designer-muller-brockmann-swiss-style>

Blog l'Influx, article Reid Miles, graphiste designer (1927-1993), 2024
<https://www.linflux.com/musique/reid-miles-graphiste-designer-1927-1993/>

Arte, série Blow-Up, l'actualité du cinéma, Les Génériques de Saul et Elaine Bass, 2020
<https://www.youtube.com/watch?v=Mp0wplToOBY>

Blog Graphéine, article Roger Excoffon, «coup de Mistral», 2013
<https://www.grapheine.com/histoire-du-graphisme/roger-excoffon>

Essai, Le monde comme projet, Otl Aicher, Éditions B42, 2015

Blog Propella, article Paul Rand: The iconic work of the father of the modern graphic design industry, Gary Broadbent, 2020
<https://www.propella.agency/views/design-hero-showcase-paul-rand>

Site de la BnF, article exposition Esprits de mai 68
<https://expositions.bnf.fr/mai68/index.htm>

Process Magazine, article Wim Crouwel, Icône retro-futuriste du graphic design, Cyrille Jouanno, 2020
<https://process.vision/article/wim-crouwel-icone-retro-futuriste-du-graphic-design/>

Revue Décors, Jean Widmer, une traversée, 2021
<https://revuedecor.fr/jean-widmer/>

PREMIÈRE ANNÉE

Blog Graphéine, article *Pierre Bernard & Grapus, «graphisme d'utilité publique», 1942/2015, 2016*
<https://www.grapheine.com/histoire-du-graphisme/pierre-bernard-grapus-graphiste-utilite-publique>

Blog Creative Bloq, article *How the MTV logo captured the creative spirit of the 1980s*,
Joe Foley 2023
<https://www.creativebloq.com/news/mtv-logos-1980s>

Blog Graphéine, article *Étienne Robial en décrypté !*, 2017
<https://www.grapheine.com/histoire-du-graphisme/etienne-robial-graphiste>

Fonderie typographique Emigre
<https://www.emigre.com/>

Site web de David Carson
<https://www.davidcarsondesign.com/>

Blog de Pentagram, Article *Paula Scher*
<https://www.pentagram.com/about/paula-scher>

Site web de l'agence M/M <https://mmparis.com/>

Site web de Fanette Mellier
<https://fanettemellier.com/>

Site web de Philippe Apeloig <https://apeloig.com/>

Site des collections du MoMA, *James Jennifer Georgina, Jennifer Butler, mise en page Irma boom*
<https://www.moma.org/collection/works/182731>

Site web du studio Thonik
<https://thonik.nl/>

Off the Grid: Histories of Belgian graphic design, Sara De Bondt, Occasional Papers, 2022
Site web du SIGNE, Centre National du Graphisme
<https://www.centrenationaldugraphisme.fr/>

Problemata, plateforme en ligne de ressources et de publication autour des disciplines du design
<http://problemata.org/fr/>

Site du département design graphique de l'Université de Princeton
<https://t-y-p-o-g-r-a-p-h-y.org/>

Site d'archivage de projets de design graphique, curaté par Studio Studio
<https://anothergraphic.org/>

Site web du CNAP, affiche embrasser la langue, Bye-Bye Binary, 2014
<https://www.cnap.fr/dcouvrez-les-laureats-et-les-affiches/bye-bye-binary-embrasser-la-langue>

Site web de E+K Élise Gay et Kévin Donnot
<https://e-k.fr/>