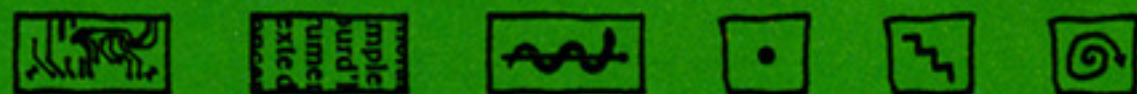


L'identité visuelle de l'Université de Franche-Comté

UNIVERSITÉ DE FRANCHE-COMTÉ



Est-ce parce que la culture graphique n'est pas — pas encore — en France ce qu'elle est depuis longtemps dans certains pays, est-ce à cause de la recherche de rentabilité immédiate ? Quoi qu'il en soit on peut déplorer que les institutions et collectivités publiques, bien que de plus en plus soucieuses de communiquer, intègrent encore mal ou peu l'idée que la cohérence d'un projet graphique est déjà porteuse de sens, à terme bien plus apte à valoriser sérieusement leur action que la prolifération d'images et de publications disparates, de slogans faciles, voire de gadgets : attirail qui, souvent, ne distingue plus en rien les efforts de ces collectivités, en matière de communication, de publications commerciales très communes.

Il faut réaffirmer que le graphiste peut occuper une place centrale dans un processus ambitieux de communication, et non un rôle d'accessoire dans une stratégie passe-partout.

A condition toutefois d'avoir affaire à un commanditaire clairvoyant, déterminé à promouvoir l'utilité publique du graphisme à travers l'information qu'il est chargé de valoriser ; ce qui signifie de la part de ce commanditaire : miser sur le long terme plutôt que sur l'effet immédiat et sans suite logique, parier sur l'arborescence progressive d'une ligne graphique comme gage de diversité plutôt que sur le renouvellement gratuit,

considérer que le détail est essentiel pour l'élaboration d'une identité visuelle de haute qualité, au moins autant que l'image-choc ne servant qu'une fois.

Ce qui signifie aussi : savoir détecter chez le concepteur une véritable force de proposition capable d'éclairer l'institution sur le fond même de son projet, plutôt que d'attendre seulement de lui, au nom de « qui paie commande », qu'il se cantonne à concrétiser, au premier degré, le seul point de vue de ladite institution.

En matière de commande publique appliquée à la communication visuelle, cette attitude d'ouverture où le commanditaire écoute autant qu'il parle et admet que le concepteur est cofondateur du projet est la condition première pour quitter les sentiers battus ; la seconde réside dans la capacité du graphiste, s'agissant par exemple de la structure complexe qu'est une université, à établir d'entrée de jeu un concept et une forme suffisamment pertinents pour être ensuite développés de façon logique et harmonieuse, même en vue d'applications encore hypothétiques.

Cette alchimie a remarquablement réussi à l'Université de Franche-Comté. Le travail de Catherine Zask, au-delà de la personnalité créatrice attachante et des formes singulières qu'il révèle, est exemplaire, en posant comme évidence que le soin du détail extrême et la richesse de l'économie de moyens, quand ils signifient raffinement, précision, clarté, servent superbement le message. De sa rencontre avec René Didi, responsable de la communication à l'Université, et de la complémentarité de leurs exigences est née une authentique ligne graphique aussi brillante qu'efficace. □

Alain Philippe

Directeur de l'Ecole des Arts de Besançon