



LETTRES RENNAISES

DSAA/LAAB RENNES BRÉQUIGNY

WORKSHOP AVEC JACK USINE

NOVEMBRE 2016

MAI 2015



le cadre

Ce workshop invite les étudiants, à partir d'un lettrage capturé dans la rue, à concevoir un caractère typographique original. Celui-ci devant garder l'esprit du lettrage de référence, le synthétiser, pour en livrer une version typographique contemporaine.

En amont de la période de l'atelier, les étudiants sont allés à la chasse aux signes dans les rues de Rennes. Sur leurs trajets quotidiens, ils ont du lever les yeux, observer enseignes, signes, inscriptions. Tous les lettrages faits main bons à prendre (en photo*), qu'ils soient peints, sculptés, gravés, découpés, etc.

L'ensemble des trouvailles a été mis en commun, analysé, et trié collectivement le premier jour du workshop.

À partir d'un lettrage choisi est venue l'étape de dessin d'observation et d'analyse nécessaire pour poser les bases, les contraintes et les ambitions de la création envisagée par chaque étudiant.

Après un travail de recherche, croquis, puis stabilisation des premiers signes caractéristiques, a suivi l'étape de numérisation sur le logiciel de création de caractères *Glyphs*, via une étape intermédiaire sur *Illustrator*.

Les caractères – conçus uniquement pour la composition en capitales devaient intégrer au minimum les 42 lettres de l'alphabet français, agrémentées des signes de ponctuation les plus courants.

Pour le rendu final, un spécimen typographique (format/impression libre) dans lequel le contexte originel du lettrage est intégré (mots, couleurs, mise en situation, etc.) a été conçu par chacun des étudiants .



JACK USINE

Jack Usine est typographe diplômé des Beaux Arts de Bordeaux en 2005. Il a pu créer le *Studio Gusto*, *Sainte-Machine* et le dernier en date *Bon-à-Tirer*.

Venant du milieu du graffiti, Jack Usine, (ou Tristan Étienne) est fasciné par la densité de la «typographie urbaine» et oriente ses projets vers le monde de la rue.

Il travaille aussi en collaboration avec Fanny Garcia. Il a réalisé de nombreuses typographies téléchargeables gratuitement sur sa fonderie en ligne *Smeltery* durant sa deuxième année de Beaux Arts.

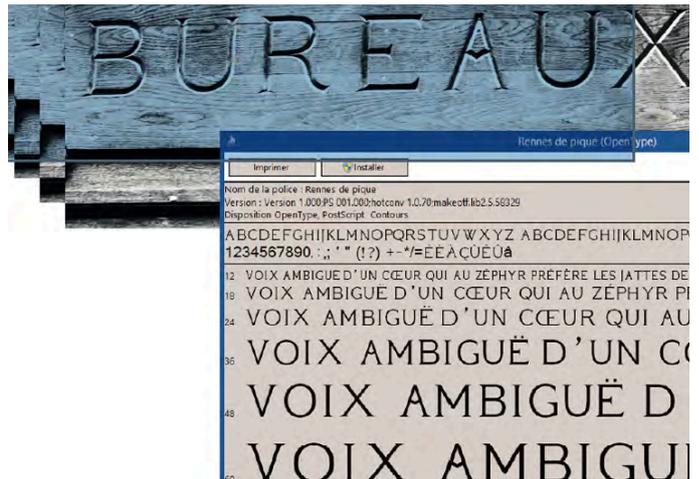
Il s'inspire de typographies «anciennes» présentes dans les lieux publics cimetières, églises, sur les plaques d'égouts (« typographies les plus piétinées »). Il construit ainsi ses bases typographiques et ornementales. Il obtient des résultats extrêmement riches et variés. Il a été récompensé notamment en 2015 pour une de ses créations : la typographie *Audimat*.

Jack Usine a proposé pour son projet de diplôme, une

collection de motifs relevés dans les rues bordelaises. Cette collection constituée durant trois ans, regroupe formes géométriques ou ornementales trouvées sur les portes des soupiraux de la ville. La récolte de 310 motifs a été par la suite numérisée et organisée sur une affiche retraçant ainsi de manière significative son histoire.

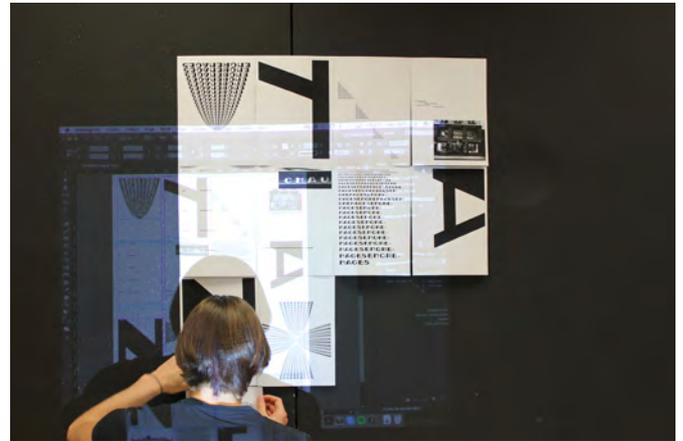
Il arpente ainsi les rues, dans chaque ville où il met les pieds, en quête d'erreurs, de défauts, de « pas fait exprès ». Il dénonce par son travail la pollution graphique urbaine.

Entre graphiste et artiste, Jack Usine durant son intervention a su nous faire partager sa passion pour le dessin de la lettre tout en nous faisant de découvrir la richesse du patrimoine typographique de Rennes.



ENGRENAGE

14.11.16



Pour ce workshop, il a été demandé de sélectionner une enseigne présente dans la ville de Rennes. Dans un premier temps, nous avons parcouru les rues du centre-ville pour photographier les enseignes faites à la main. La typographie sur laquelle j'ai travaillé est une reprise de l'enseigne du magasin *Bessec Chaussures Cordonnerie Française*. Cette boutique située au centre ville propose comme son nom l'indique la vente de chaussures pour une classe aisée.

Pour se faire, nous avons travaillé sur le logiciel *Glyphs*. C'était l'occasion d'apprendre comment se construit concrètement une typographie et d'approfondir sa technique vectoriel.

En redessinant cette typographie, je me suis demandé comment la réinterpréter de manière à redonner une nouvelle jeunesse au magasin *Bessec*. Cependant, je ne ressentais pas dans l'esthétique de la typographie un lien avec un magasin de chaussures. J'ai donc décidé de la revoir dans un autre contexte.

Les formes de cette typographie me font plutôt penser au domaine industriel, de par ses formes, sa taille, sa lourdeur, son impact, et sa stabilité. Je trouvais également que l'on pouvait ressentir un certain rythme dans certaines lettres. Je l'ai donc nommée *Engrenage* pour faire lien avec l'industrie. L'engrenage n'est pas l'outil primordial à la production industrielle. Mais, ce qui m'intéressait était son mécanisme. Un engrenage engrène un autre qui emmène l'autre et ainsi de suite. (répé-

tion en continu). Pour ce faire, j'ai retravaillé l'enseigne et une machine d'un garage automobile. J'aurais souhaité contextualiser cette typographie dans le domaine de l'usinage. Cependant, le sujet imposait une enseigne tirée du centre ville.

Le spécimen est une composition modulaire de 16 affiches au format A4. L'objectif est de montrer la typographie sous plusieurs tailles avec des jeux de vitesse et de mouvement pour faire écho à l'esthétique industrielle. Une vidéo abstraite de cinq minutes vient se projeter sur la composition finale. La vidéo est un condensé de plusieurs vidéos d'usine illustrant les gestes mécaniques de la machine ainsi que celui de l'être humain.



Sallon de Coiffure Samuel Herfray, Rennes



Devanture du Ouest-France, Rennes

CALAMISTER

14/11/16

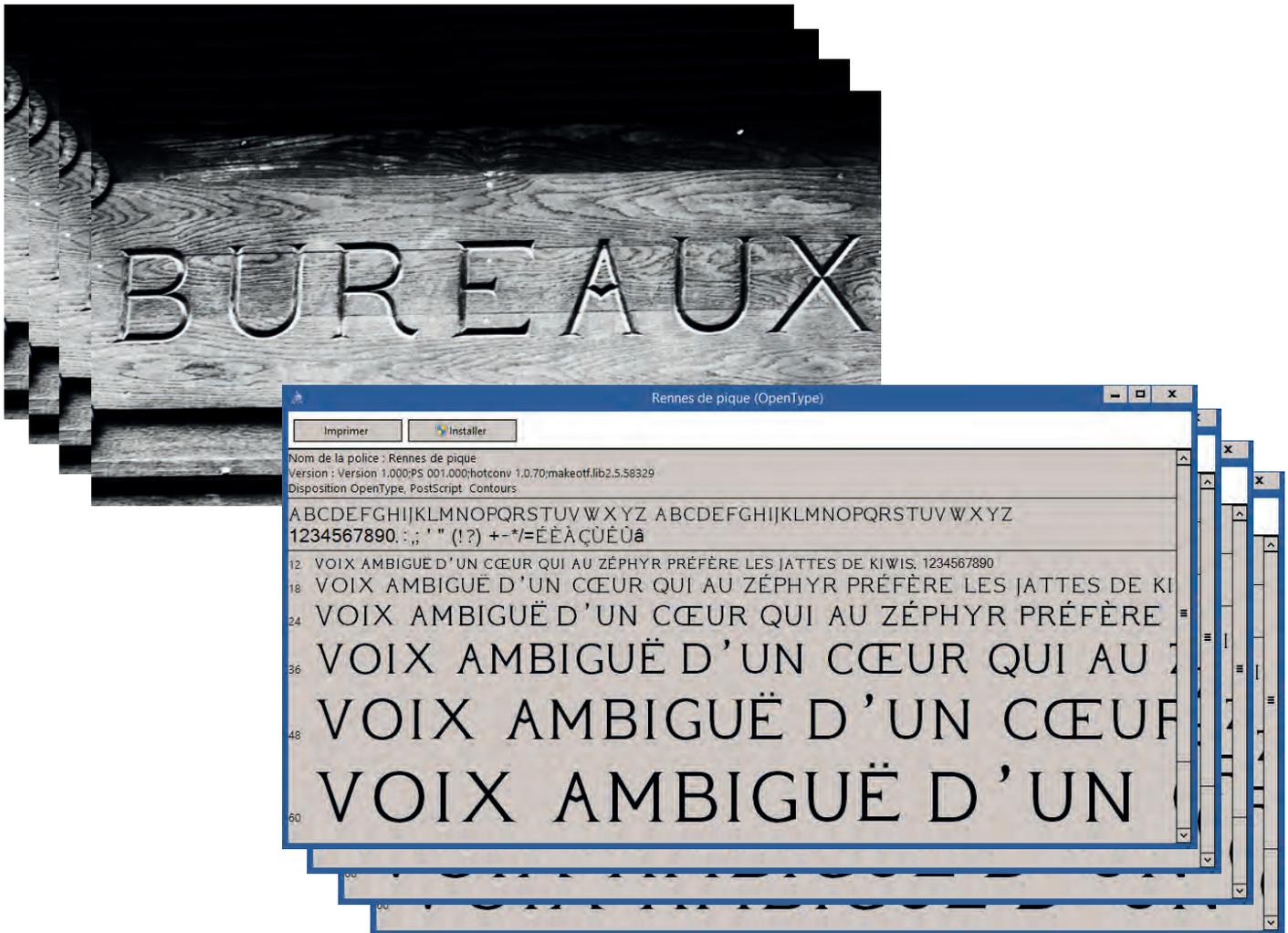
Au cours d'une escapade dans les rues de Rennes avec Jacques Usine, nous nous sommes attardés sur tous les éléments typographiques présents dans notre environnement, et particulièrement sur les enseignes aux caractères « maladroits ». Celle que j'ai choisi est celle de la devanture du Ouest-France, empruntée au style Art Déco. Elle m'intéressait pour deux raisons : la première étant qu'elle ne ressemble à aucune autre par son dialogue entre ondulations et droites. La seconde raison, pour moi la plus importante, était la découverte « approfondie » du logiciel *Glyphs*, qui n'aurait pas été aussi pointue si mon choix s'était porté sur une autre base typographique. En effet, il a fallu travailler essentiellement sur du contour, exigeant une rigueur importante quant aux courbes et aux contre-formes.

Suite à une première version de la typographie, il était d'autant plus intéressant de la décliner. En effet les contours pouvaient se transformer en pleins et une adaptation en négatif pouvait être une seconde interprétation de la typographie. Ainsi, les trois versions se complètent et permettent différents usages. Ce qui est important car elle reste particulière et difficile à s'approprier car particulièrement fantaisie.

Les deux autres version Black et Semiblack permettent, d'une part, une lecture aux valeurs plus denses, d'autre part des variations qui mettent en valeur le *Calamister* regular.

La finalité de ce projet se trouve dans le redesign d'une enseigne quelconque, avec laquelle nous devons recomposer sa surface extérieure. La typographie devait évidemment être adaptée au service à vendre. Mon choix s'est porté sur un salon de coiffure de luxe, que j'ai voulu rendre élégant et luxueux, tout en étant original, un brun décalé.

Les formes ondulées de cette typographie ont naturellement engendrée le nom de Calamister, tiré du verbe « calamistrer » signifiant friser, boucler, onduler. Aussi elle signifie pour moi l'élément électrique, vivant, qui réveille la lecture. Je la considère comme un élément de vibration, qui vient déranger et piquer nos sens. Le *Calamister* vient électriser vos jours et calamistrer vos discours.



RENNES DE PIQUE

Aujourd'hui, les centres-villes sont totalement inondés d'enseignes plus affreuses les unes que les autres. Les caractères sont souvent mal choisis, les fautes de goûts sont partout, les devantures sont généralement ratées. Que faire pour résoudre ce problème ? C'est ce que nous propose de questionner le typographe Jack Usine autour du Workshop *Refaire les boutiques*.

En effet, cet atelier nous invite à concevoir un caractère typographique destiné à remplacer l'enseigne d'une boutique existante. Pour qu'il soit original, nous devons partir d'une enseigne artisanale capturée dans les rues de Rennes. C'est par cette démarche que le caractère *Rennes de pique* est né.

Au travers d'une rue de Rennes, le mot «Bureaux» est gravé dans le bois au dessus d'une porte. Le travail de l'artisan graveur est précis et minutieux, mais l'enseigne est laissée là, un peu à l'abandon. Je choisis de faire de cette trouvaille la base de création de ma typographie. On peut constater que l'artisan a pris des libertés sur certaines lettres (le A et le R par exemple), c'est ce qui donne à cette écriture un caractère unique.

À partir de cette gravure, je redessine et j'analyse sous forme de croquis les lettres déjà existantes afin de relever les différentes caractéristiques de cette typographie.

Ensuite, via le logiciel *Glyphs*, nous pouvons créer la suite des caractères afin de dessiner la fonte complète de 42 lettres de l'alphabet, ainsi que les signes de ponctuations.

Si le caractère se nomme *Rennes de pique*, c'est en référence à la ville de Rennes bien sûr et le pique est l'une des quatre enseignes de cartes à jouer avec le cœur, le carreau et le trèfle. Il évoque la forme triangulaire des empattements du caractère *Elzévir*. Ainsi, je viens associer ces deux notions à l'élégance de la «reine de pique» des jeux de cartes français. Composé uniquement de capitales, le *Rennes de pique* est avant tout un caractère de titrage.

Dans le cadre du Workshop, je l'utilise pour remplacer l'enseigne d'une boutique de bagagerie et de maroquinerie, *Sacmania*, pour souligner le côté qualitatif des produits proposés. Je choisis de faire la nouvelle devanture sur toute la largeur de l'immeuble. Grâce à un jeu d'anamorphose, «Sacmania» recouvre la vitrine en entier et attire ainsi l'œil du passant vers ce visuel inattendu.

Si elle venait à être réalisée, l'anamorphose doit être faite de peinture blanche et de vynile adhésif.



LE HUB

DU 03/10 AU 10/10

Depuis une trentaine d'années, on constate un phénomène de renouvellement des enseignes commerciales accroit et laisse place aux tendances actuelles, le numérique. Liée à ce problème, il existe aujourd'hui une généralisation quand à l'utilisation de certaines typographies accessibles à tous. Les commerces n'ont plus aucune singularité.

Par ce constat, nous avons choisi de mettre en avant les typographies qui résistent à ce bouleversement. Comment grâce à la création d'une typographie redonner à des enseignes leur caractère ?

Au cœur de cette absence d'authenticité et d'histoire, ce workshop a permis tout d'abord à travers une phase d'exploration de comprendre ce désintéressement et cette recherche de nouveauté constante dans la ville de Rennes. D'autre part, il s'agissait également de comprendre la typographie et de proposer une retranscription graphique et numérique d'un caractère. Pour la typographie nommée *Le Hub*, il était question de retravailler des caractères irréguliers et leur donner une règle. Tiré d'une auberge/restaurant médiéval, la concomitance de ce caractère historique fait à la main et la numérisation de celui-ci a demandé une phase d'analyse.

D'une part, il s'agissait de garder toutes les connotations subjectives issues d'une histoire. Le «e» de cette typographie est quelques peu décalé du reste des caractères mais celui-ci

coïncide avec le ton moyennageux. Un élément directif offrant au *Hub* une ligne graphique forte. Chaque caractère respecte cette ligne et permet de comprendre les dimensions possibles de l'enseigne. Plusieurs facteurs entrent alors en compte, outre le dessin de la lettre, les principes de lisibilité permettent de comprendre comment un caractère fonctionne. Comment est-ce qu'il interagit avec un autre et comment est-ce qu'il prend effet dans une phrase.

Le nom de ce caractère, *le Hub* est un clin d'œil humoristique au film de Jean-Marie Poiré réalisé en 1993, *Les Visiteurs* dans lequel Jean Reno joue le cousin Hub' (Hubert). Un homme venant de l'époque du Moyen-Âge, plongé dans le présent que l'on connaît. Une référence rejouée par cette typographie tout droit sortie d'une vieille auberge médiévale d'une petite ruelle et transformée en un caractère numérique.

Ce projet met en avant les caractères oubliés et effacés petit à petit des enseignes de Rennes. Des caractères authentiques faisant trace de l'histoire.



Sallon de Coiffure Samuel Herfray, Rennes



Devanture du Ouest-France, Rennes

CALAMISTER

14/11/16

Au cours d'une escapade dans les rues de Rennes avec Jacques Usine, nous nous sommes attardés sur tous les éléments typographiques présents dans notre environnement, et particulièrement sur les enseignes aux caractères « maladroits ». Celle que j'ai choisi est celle de la devanture du Ouest-France, empruntée au style Art Déco. Elle m'intéressait pour deux raisons : la première étant qu'elle ne ressemble à aucune autre par son dialogue entre ondulations et droites. La seconde raison, pour moi la plus importante, était la découverte « approfondie » du logiciel *Glyphs*, qui n'aurait pas été aussi pointue si mon choix s'était porté sur une autre base typographique. En effet, il a fallu travailler essentiellement sur du contour, exigeant une rigueur importante quant aux courbes et aux contre-formes.

Suite à une première version de la typographie, il était d'autant plus intéressant de la décliner. En effet les contours pouvaient se transformer en pleins et une adaptation en négatif pouvait être une seconde interprétation de la typographie. Ainsi, les trois versions se complètent et permettent différents usages. Ce qui est important car elle reste particulière et difficile à s'approprier car particulièrement fantaisie.

Les deux autres version Black et Semiblack permettent, d'une part, une lecture aux valeurs plus denses, d'autre part des variations qui mettent en valeur le *Calamister* regular.

La finalité de ce projet se trouve dans le redesign d'une enseigne quelconque, avec laquelle nous devons recomposer sa surface extérieure. La typographie devait évidemment être adaptée au service à vendre. Mon choix s'est porté sur un salon de coiffure de luxe, que j'ai voulu rendre élégant et luxueux, tout en étant original, un brun décalé.

Les formes ondulées de cette typographie ont naturellement engendrée le nom de Calamister, tiré du verbe « calamistrer » signifiant friser, boucler, onduler. Aussi elle signifie pour moi l'élément électrique, vivant, qui réveille la lecture. Je la considère comme un élément de vibration, qui vient déranger et piquer nos sens. Le *Calamister* vient électriser vos jours et calamistrer vos discours.



Origine de la typographie

BARAKA

11/11/2016

La typographie *Baraka* a été créée sur la base d'un relevé typographique mis en place par Jack Usine dans la ville de Rennes. Ainsi nous nous retrouvons dans une balade aléatoire dans toutes les petites rues et ribines de Rennes qui a donné lieu à de nombreux clichés de typographie vernaculaire. Nous avons par la suite fait la sélection d'un cliché particulier et la création typographique pouvait commencer.

Une fois cela fait, nous avons pu nous plonger dans tous les méandres de la création typographique, dans ses complexités et ses réussites.

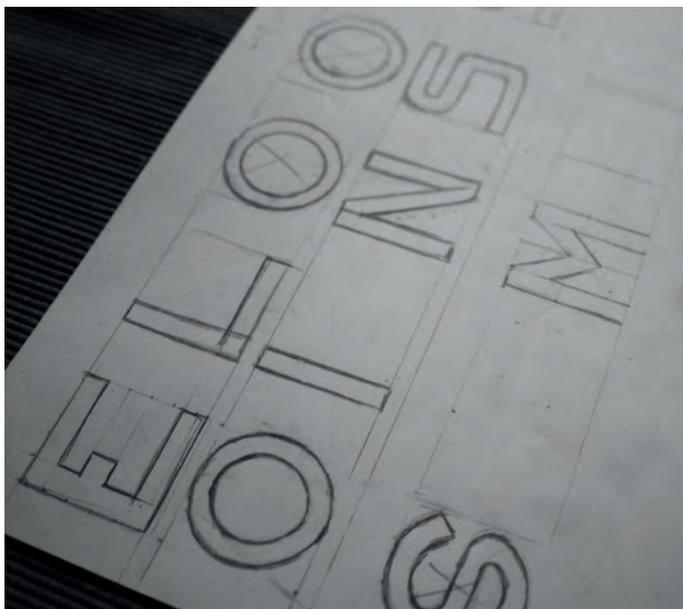
Pour ma part cette typographie a été tirée d'une enseigne de kebab qui se situe rue Saint-Michel. Cela a fortement influencé le dessin de cette typographie. Puisqu'elle a un impact visuel fort de par ses empattements et sa graisse.

Pour la création de cet alphabet nous devons nous baser sur les caractères déjà construits. Et le *Baraka* est une typographie de la catégorie Elzévir.

L'enseigne choisie pour son remaniement est un bar-restaurant PMU cela permettra de jouer sur la signification de la typographie. Puisque celle-ci par ses origines arabes signifie abondance.

Dans un langage plus populaire «Avoir la Baraka» veut dire «Avoir de la chance».

Ainsi dans ce contexte la typographie s'associe donc parfaitement aux valeurs de l'établissement.



CARRY

La typographie est partout autour de nous et on finit même par ne plus la remarquer. On peut imaginer par exemple, un épicier voulant rattraper une lettre sur sa devanture de manière spontanée, un dimanche matin à la fraîche. En bref, notre ville regorge de typographies ratées, désuètes ou encore totalement désaccordées. C'est donc à partir de ces typographies que Jack Usine nous a fait découvrir sa passion pour le dessin de la lettre et son engouement pour le patrimoine typographique urbain.

Comment mettre en lumière une typographie vernaculaire, afin de la faire exister aux yeux des passants ?

J'ai décidé de travailler sur une typographie découverte sur la devanture de l'école dentaire de Rennes.

À partir de cette base, j'ai étudié la construction de la lettre pour développer l'ensemble des caractères. J'ai ainsi travaillé sur les traverses tout en ajoutant quelques « fantaisies » sur certaines lettres tel que : le W par exemple.

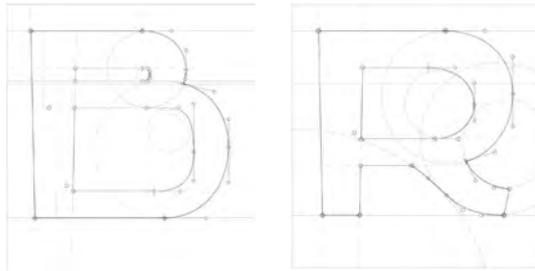
Je me suis amusée à nommer cette typographie *Carry* lieu de sa création, c'est à dire l'école dentaire mais également par sa construction orthographique anglaise.

Ce caractère très géométrique renvoie, selon moi, à un monde visuel. C'est pourquoi j'ai imaginé une devanture d'opticien. Après m'être intéressée aux façades, assez communes, de cette activité, j'ai pensé réaliser une proposition qui puisse interpeller et questionner le passant.

En jouant la carte de l'amusement, j'ai proposé un « mini jeu » qui vise à tester la vision par un exercice d'acuité visuelle (à gauche sur la devanture) qui vise à accrocher le passant. Ainsi il ne peut plus passer à côté de cette boutique sans s'arrêter.

Ce caractère renvoie directement par sa composition graphique à l'univers de la vue, en me basant sur l'exercice d'acuité visuelle qui est décliné sur l'ensemble des moyens de communication de l'opticien Oniris. Utilisation de la non-couleur a été choisit pour que la typographie se révèle et soit percutante, lisible.

Basé sur le jeu et l'optique, ce projet de devanture m'a permis d'appréhender une autre fonction de communication et de mettre en valeur l'importance que peut avoir la typographie lorsqu'elle se trouve sur notre chemin.



MINQUE
ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRST
UVWXYZ

MINQUE

DU 03/11 AU 10/11

Le Minque a été élaboré à partir de la mosaïque présente sur la devanture du centre d'art contemporain *La criée*. Son nom, qui signifie «halle aux poissons» est donné en référence à l'usage originel du bâtiment. Nous appropriant la démarche du typographe Jack Usine, nous avons déambulé stratégiquement dans les rues de Rennes en quête de repérages typographiques. Nous avons sélectionné des enseignes faites à la main dans le but de recréer un ensemble de caractères singulier. Après une phase de dessin d'observation nous avons élaboré les caractères manquants, d'abord sur papier afin d'obtenir une première ébauche harmonieuse de la font, puis sur logiciel pour rationaliser les caractères. Sobre mais atypique, elle se range dans la catégorie des linéales humanistes, se caractérisant par des pleins et déliés plutôt marqués. Un contraste qui allège les lettres, étant donné qu'elles possèdent une large chasse qui lui donne de l'impact. Les pleins sont concentrés principalement sur le haut de la lettre, sauf pour certains caractères comme le U, le L et le V pour plus d'équilibre lors du traitement de texte. Certains détails assumés comme les traverses des *E* créent des caractères originaux et facilitent leur reconnaissance, c'est pour cela que le Minque est particulièrement adapté pour créer de l'identité et des logotypes typographiques.

Prenant le contre-pied des linéales géométriques contemporaines, elle évoque une certaine tradition, un savoir-faire. Elle saura également s'adapter à de courts textes et du titrage mais devra être combinée à une autre typographie pour le texte de labour. Conçue uniquement en capitales, elle donne du caractère aux créations graphiques de part son côté fantaisiste.



OOLONG

03-09 NOVEMBRE 2016

Oolong est un caractère typographique contemporain héritant son esthétique d'une enseigne artisanale dégotée dans les rues du centre ville de Rennes.

Aux allures de vitraux et mosaïques, l'enseigne dont elle est issue s'organise tel un jeu de constructions, d'une manière géométrique et architecturale.

Oolong reprend donc cet aspect franc, anguleux et rigoureux. Bannissant courbes et arc de cercles, ce caractère typographique est essentiellement construit à partir de formes géométriques assemblées et délimitées par leur propre contour. *Oolong* est ainsi structuré par cette bordure lui donnant rythme et régularité. Il existe néanmoins une seconde version en aplat noir. Composée uniquement de capitales, *Oolong* est une typographie de tirage, une de ses singularités réside dans l'emploi non conventionnel de ses pleins et déliés. Par exemple les lettres M, O ou L présentent des particularités. Le O obtient différentes largeurs à ses extrémités horizontales.

Par sa présence stable et impactante, *Oolong* trouve son utilisation dans un univers plutôt actuel, moderne, et affirmé. À l'instar des conventions, j'ai décidé d'associer ce caractère typographique à la Galerie M. Générateurs et vendeurs de tendances, ces magasins de décoration actuelle et d'objets design sont très en vogue.

Avec une devanture plutôt « vintage », *Oolong* crée un contraste et vient dynamiser et actualiser celle-ci. La dimension artistique attendue dans l'univers de ce magasin est traduite par l'utilisation de la typographie comme un motif, en isolant plus ou moins des parties de lettres. L'identité visuelle est construite sur cette fragmentation abstraite des initiales « GM ».

Enfin, *Oolong*, tire son nom du champs lexical du thé en hommage à son caractère de référence. Le *Oolong* est une variété de thé produit à partir d'un mode de fabrication spécifique. Ce n'est ainsi ni un thé noir, ni un thé vert. Ce nom est choisi pour les particularités distinguables qu'impose cette variété de thé comme ce caractère typographique singulier, facilement reconnaissable parmi d'autres.

Contact Contact

Communication Communication

Le pôle design Rennes-Bréquigny
7 avenue Georges GRAFF
BP 90516
35205 RENNES Cedex 2

DSAA - pôle design
dsaa@lyceebrequigny.fr
<http://laab.fr/dsaa/>

Yves Guilloux
professeur teacher
yves-jean.guilloux@laposte.net

Flora Commaret
professeur teacher
flora.commaret@gmail.com

Contacts des étudiants présents dans ce communiqué de presse Students contacts present in this press release

Paul BERGÈS
paul_berges@orange.fr
<http://paulberges.com/>

Alice DUTERTRE
dutertre.alice13@gmail.com
<http://alicedutertre.com/>

Frédéric JAMAN
fredericjaman@outlook.com
<http://fredericjaman.com/>

Claire LAURENT
claire.laurent14@gmail.com
<http://clairelaurent.xyz.com/>

Maëlla LE NESTOUR
maella.ln@gmail.com
<http://maellalenestour.fr/>

Sarah MARCHADOUR
marchadour.sarah@gmail.com
<http://sarahmarchadour.com/>

Charlotte NICOLE-DEFRANCE
charlotte.ndf@laposte.net

Jade ROUANET
jaderouanet@gmail.com
<http://jaderouanet.com/>

Chloé VOMSHEID
vomscheid.chloe@hotmail.fr
<http://chloevomscheid.com>

À propos des acteurs

Le pôle design Rennes-Bréquigny

Le pôle fait partie d'un établissement public du secondaire et du supérieur. Il accueille depuis 2010 une formation qui délivre un diplôme supérieur d'arts appliqués. Trois secteurs - design graphique, design d'espace, design de produits - y sont enseignés, construisant un cadre pluridisciplinaire ET interdisciplinaire, où les étudiants de chaque spécialité développent une démarche approfondie, en même temps qu'une pratique où convergent approches complémentaires.

La nature de cette formation engage une réflexion aboutie, en terme de projet de design, une capacité à problématiser une situation donnée et à chercher de manière ouverte et créative. C'est pourquoi l'activité en DSAA comporte une très forte dimension de conception, en plus d'une exigence de grande précision dans les projets développés (mises en place de stratégies créatives complexes, sélection de moyens techniques/ technologiques adaptés).

