

CRYPTES, L'ÉTERNEL RETOUR.



Dekervel Margot

SCRIPTES

l'éternel retour

Dans quelle mesure les scriptes reflètent-elles le caractère cyclique
des tendances ?

Sometimes admired, sometimes rejected, the use of script typefaces raises controversial opinions. Throughout the history of graphic design, the judgment on this style has continued to oscillate, giving it a heavy cultural background that is sometimes difficult to deal with for contemporary graphic designers. The challenge is to understand what causes variations in the appreciation of script typefaces and to determine whether tastes toward them are purely subjective or influenced by other factors, such as their past uses or the phenomenon of trends. Based on historical research, we analysed periods of adoption and rejection of this style. Thanks to sociological and philosophical works we also highlighted the concept of trends and the notion of taste. Finally, we directly interviewed a professional to illustrate how graphic designers work with script typefaces today. This research revealed that judgments of script typefaces depend both on social and historical contexts as well on the technical innovations that enable their diffusion. The findings show that script typefaces clearly illustrate the cyclical nature of trends, moving through successive phases of emergence, popularization, saturation, and eventual rehabilitation according to collective ideologies.

Keywords: trends - script typefaces
- controversial - cultural background - cycle

ABSTRACT

SOMMAIRE

11	INTRODUCTION
15	1. LES INNOVATIONS TECHNIQUES AU CŒUR DU PHÉNOMÈNE DE TENDANCE
14	1.1 les limites de l'imprimerie pour les scriptes
16	1.2 les typographies à l'ère numérique
19	2. LA TENDANCE, UN PHÉNOMÈNE LIÉ AU CONTEXTE SOCIAL
20	2.1 les scriptes comme marqueur social et culturel
25	2.2 L'humain et le geste
24	2.3 Réhabilitation des scriptes pour dénoncer
26	CONCLUSION
28	ANNEXES
29	Entretien avec Louise Comiran
56	Étude de cas
59	BIBLIOGRAPHIE
45	REMERCIEMENTS



INTRODUCTION

Certains graphistes les jugent, d'autres les adulent: les typographies scriptes ne laissent jamais indifférentes et c'est sans doute ce qui les rend si intéressantes. Issu du terme latin *scriptum* (écrit), ce style, hérité de l'écriture à la plume, est caractérisé par des caractères liés les uns aux autres et des pleins et déliés marqués. Le terme scriptes est introduit en 1954 par Maximilien Vox dans sa classification typographique, officiellement adoptée par ATypI¹ en 1962, sous le nom Classification Vox-ATypI². Les scriptes appartiennent à la famille des caractères d'inspiration calligraphique³. Le jugement porté sur les scriptes n'a cessé d'évoluer au cours de l'histoire, ce mouvement entre valorisation et rejet traduit un phénomène plus large : celui du cycle des tendances⁴. Si la mode vestimentaire ou musicale connaît des retours, le design graphique obéit lui aussi à cette logique cyclique.

[1] ATypI (Association Typographique Internationale) est une organisation internationale à but non lucratif dédiée à la typographie et à la conception de caractères typographiques.

[2] Elle est adoptée, comme norme allemande (DIN 16518) en 1964, comme norme britannique (British Standard 2961:1967) en 1967, et comme norme française (NF Q60-007) en 1977, renforçant ainsi son caractère universel.

[3] Au côté des Incises, des Manuaires et des Gaéliques (ajoutée à la classification lors de l'AGM de la réunion de Dublin d'ATypI le 12 septembre 2010).

[4] Le mot tendance, dont l'origine renvoie à une force physique qui oriente un mouvement, se définit comme «l'orientation de la pensée, l'opinion d'un groupe de personnes dans un domaine particulier, à un moment donné» (définition de l'Académie Française).

Cette fluctuation vis-à-vis des scriptes soulève plusieurs enjeux: Quels sont les critères, les contextes qui déterminent leur perception ? Comment créer avec la charge culturelle qu'elles véhiculent ? C'est la tension, entre valorisation et dépréciation, que je propose d'examiner dans cet article. À travers l'évolution du regard porté sur les scriptes, nous répondrons à la question suivante : dans quelle mesure les scriptes reflètent-elles le caractère cyclique des tendances ?

1.

*L*ES INNOVATIONS
TECHNIQUES
AU CŒUR
DU PHÉNOMÈNE
DE TENDANCE

1.1 les limites de l'imprimerie pour les scriptes

Si de nombreuses typographies se sont popularisées grâce à l'invention de l'imprimerie à caractères mobiles de Gutenberg, les typographies scriptes n'ont pas suivi ce schéma. Cette technique impose plusieurs contraintes liées à leur style. D'une part, il est difficile de mouler dans le plomb leurs formes complexes et d'autre part, la fabrication individuelle des caractères empêche d'obtenir une liaison fluide. En réalité, la diffusion des écritures scriptes s'est développée grâce à la gravure sur plaques de cuivre qui permettait, contrairement aux caractères en plomb, d'obtenir des pleins et déliés fins, ainsi qu'une liaison correcte entre les caractères. Les typographies que l'on appelle aujourd'hui Copperplate⁵ se diffusent massivement grâce aux manuels gravés du XVIII^e siècle, comme ceux de George Bickham⁶ [FIG.1], qui inspirera la typographie Bickham Script [FIG.2]. Elles sont massivement diffusées car elles deviennent les modèles scolaires en Angleterre, en France, en Espagne et en Italie. Certains graphistes ont quand même relevé le défi de créer des scriptes en plomb. C'est le cas de Roger Excoffon et son célèbre Mistral [FIG.3] qui à nécessité de nombreuses années de recherches autour du système reliant les caractères entre eux.

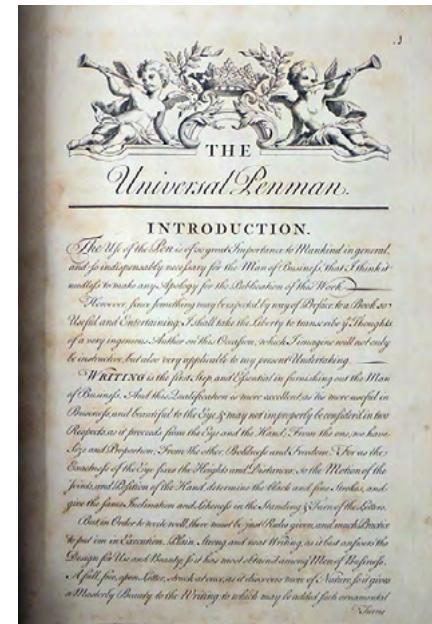
[5] Etymologie: de l'anglais *Copper* (cuivre) et *plate* (plaqué).

[6] George Bickham dit l'Ancien (*The Elder*) était un maître d'écriture et graveur anglais. Il est surtout connu pour son travail de gravure dans *The Universal Penman*, une collection d'exemplaires d'écriture qui a contribué à populariser l'écriture anglaise *Roundhand* au XVIII^e siècle.

[7] Citation de Roger Excoffon dans *Revue Caractère*, 1974.

«Le *Mistral* est une performance que personne n'a comprise. Il me fallait donner la notion d'écriture libre à un caractère de plomb. C'était d'une difficulté extrême... Il s'agissait de normaliser des lettres manuelles en conservant leur vie⁷.»

Ces techniques d'impression rendent reproductible et accessible un art jusque-là réservé aux maîtres calligraphes et typographes. Cela entraînera la diffusion massive des scriptes qui deviendront, peu à peu, banales dans le paysage graphique.



[FIG.1] George Bickham (1684-1758), *The Universal Penman*, Londres, 1741. Collection d'art graphique de l'université de Princeton.

Portez ce vieux whisky au juge blond qui fume.
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Portez ce vieux whisky au juge blond qui fume.
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

[FIG.2] La typographie *Bickham Script* fut conçue par Richard Lipton en 1996 et publiée par Adobe Originals.

[FIG.3] La typographie *Mistral* fut créée entre 1951 et 1953 par le graphiste et typographe français Roger Excoffon (1910-1983) et publiée en 1953 par la fonderie Olive.

1.2 les typographies à l'ère numérique

L'année 1984 marque un tournant dans l'histoire du graphisme. Le Macintosh 128K d'Apple débarque sur le marché comme la première machine destinée au grand public qui intègre une interface graphique. Le design graphique bascule de l'analogique vers le numérique. La même année le lancement du langage PostScript⁸ permet pour la première fois un rendu fidèle entre l'écran et l'impression. Puis, PageMaker⁹, le premier logiciel réellement pensé pour la mise en page voit le jour. Mais c'est surtout Fontographer¹⁰, qui bouleverse le design graphique.

Grâce à ce logiciel, tout designer équipé d'un ordinateur peut créer sa propre police, sans passer par une technique typographique traditionnelle. Cette démocratisation entraîne, dans les années 1990, l'essor de fonderies indépendantes comme Emigre¹¹

ou FontShop¹² qui permettent aux scriptes, et à d'autres styles, de devenir des terrains d'expérimentations graphiques et de sortir de leur aspect passéiste. Malheureusement la PAO¹³ a aussi ouvert la voie à des dérives menaçant la qualité de la maîtrise technique des typographes. On voit apparaître

des usages falsifiés sur des typographies soigneusement conçues : faux gras par ajout de contours, inclinaisons artificielles censées imiter un italique... Des manipulations naïves, parfois fécondes, qui altèrent le travail des typographes, ayant autrefois le monopole de la création typographique. Les premiers systèmes d'encodage¹⁴ limitaient la richesse typographique des scriptes car le faible nombre de caractères disponibles réduisait les possibilités de variantes, ligatures et glyphs. La révolution s'opère avec l'arrivée de l'encodage Unicode¹⁵ et du format

OpenType¹⁶, capable de gérer jusqu'à 65 536 caractères. OpenType dispose aussi de fonctions avancées (variantes contextuelles, allographes, ligatures et substitutions automatiques) qui transforment profondément le potentiel graphique des scripts et ont naturellement favorisé une expansion spectaculaire du nombre de typographies d'inspirations calligraphiques.

Les innovations technologiques ont transformé la création et la diffusion des typographies. Cependant, la valeur et la perception de celles-ci ne dépendent pas seulement de ces innovations, elles sont également façonnées par les contextes sociaux et culturels, c'est cette dimension que nous explorerons dans la partie suivante.

[8] Développé par John Warnock et Charles Geschke pour Adobe.

PostScript est un langage de description de page qui encode les formes (caractères, images, mises en page) sous forme d'instructions vectorielles, une même page peut être affichée ou imprimée à n'importe quelle résolution sans perte de qualité.

[9] Développé par l'entreprise Aldus Corporation (fondée par Paul Brainerd) et sort en 1985 sur Macintosh.

[10] Développé en 1986 par James R. Von Ehr pour Altsys Corporation.

[11] Fondée en 1984 par Zuzana Licko et Rudy VanderLans.

[12] Fondée en 1989 par Erik Spiekermann et Neville Brody.

[13] Publication Assistée par Ordinateur

[14] Le système d'encodage est l'ensemble de normes qui attribuent un numéro à chaque caractère afin qu'un ordinateur puisse l'identifier et l'échanger.

L'encodage ASCII (American Standard Code for Information Interchange), dominant avant 1980, ne permettait que 128 caractères maximum par police, tandis que les encodages élargis comme l'Extended ASCII ou l'ISO 8859 (à partir de 1980) en proposaient 256.

[15] le système d'encodage Unicode permet de représenter plus de 65 000 caractères.

[16] OpenType est le format de police moderne combinant les avantages de TrueType et PostScript, compatible avec Unicode et doté de fonctionnalités avancées (ligatures, variantes contextuelles, substitutions automatiques).

2 ■

*L*A TENDANCE:
UN PHÉNOMÈNE LIÉ
AU CONTEXTE SOCIAL

2.1 les scriptes comme marqueur social et culturel

Les scriptes se chargent de significations différentes selon les époques. Héritière des traditions de l'écriture de chancellerie¹⁷, la pratique de la belle écriture se diffuse largement dans les milieux lettrés¹⁸.

Dès le XVIII^e siècle dans les milieux bourgeois et aristocratiques, son enseignement occupe une place importante dans la formation des jeunes filles [FIG.4]. Bien écrire est signe de bonne éducation et de bonne position sociale. Les scriptes se chargent donc d'une esthétique féminine, reflétant des attentes sociales concernant le genre. Cela sera amplifié par l'essor de la publicité du XIX^e siècle qui utilise massivement les scriptes pour cibler un public féminin. On les retrouve sur les emballages de cosmétiques ou de vêtements [FIG.5]. À l'inverse, les marques visant des consommateurs masculins privilégient des formes linéaires et sobres, traduisant puissance, fiabilité et rationalité. Il faut ajouter que le stéréotype associant caractères ornés et féminité est un concept purement occidental.

La calligraphie japonaise (*Shodō*) met en avant la spiritualité et le développement personnel. Dans le monde arabe, elle reflète la tradition et la poésie. Ces exemples montrent que ce stéréotype est culturellement construit et qu'il n'existe pas de correspondance naturelle entre typographie et genre.

Les tendances expriment ce que la société considère comme désirable, ce qui est donc étroitement lié à la notion de goût.

Comme nous l'explique Pierre Bourdieu¹⁹ dans *la Distinction*²⁰, le goût n'est pas individuel, il est lié à notre position sociale. Il est déterminé par des *habitus*²¹, qui guident

[17] Apparue à la Renaissance, ce style d'écriture cursive est développé dans les administrations (chancelleries) pour accélérer la rédaction des documents officiels. Souple, inclinée et plus rapide que les écritures formelles, elle a fortement influencé les styles d'écriture manuscrite enseignés aux XVII^e et XVIII^e siècles.

[18] On entend par milieux lettrés les groupes sociaux où la lecture et l'écriture occupent une place centrale. Cela désigne notamment les élites instruites (bourgeoisie, aristocratie, professions intellectuelles) et les personnes ayant reçu une éducation formelle, où l'on lit, écrit et tient une correspondance.

[19] Pierre Bourdieu, (1930-2002), était un sociologue français, considéré comme l'un des sociologues les plus importants de la seconde moitié du XX^e siècle.

[20] Pierre Bourdieu, *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris, les Editions de Minuit, 1979.

[21] Notion introduite par Bourdieu qui traduit l'ensemble des dispositions héritées de notre milieu social et de notre éducation. L'*habitus* produit des tendances régulières dans nos comportements, qui contribue à reproduire les inégalités sociales.



[FIG.4] Page tirée du livre *L'Art d'écrire* réduit à des démonstrations vraies et faciles, Charles Paillasson, 1760, gravure sur cuivre, Bibliothèque historique de la Ville de Paris.



[FIG.5] Publicité du XIX^e siècle pour *Les Eaux de Cologne Fleuries*, image tirée du livre *Scriptes - L'Age d'or du lettrage d'inspiration manuscrite*, Steven Heller et Louise Fili, Thames & Hudson, 2011.

nos façons d'agir, de sentir et de penser, souvent sans que nous en soyons conscients. En effet les scriptes, d'abord signe de prestige, perdent de leur valeur en se diffusant vers des groupes sociaux plus larges, entraînant un rejet esthétique des classes dominantes. Autrement dit, ce n'est pas la forme qui change, mais le contexte social de sa diffusion. Suite à l'overdose visuelle des scriptes, une partie de la classe dominante voulut de nouveau se distinguer : il fallait chercher la valeur dans la rareté. L'idéologie moderniste²² du XX^e siècle est lancée et rejette les typographies dites ornementales, jugées non fonctionnelles et rétrogrades. L'objectif est de privilégier des caractères simples et lisibles, reflétant rationalité, universalité et modernité, tels que la typographie Helvetica²³.

[22] Née dans les années 1910-1930, l'idéologie moderniste repose sur l'idée que la forme doit servir la fonction. Elle prône la simplicité, l'efficacité, la rationalité. Cette idéologie cherche à établir un langage visuel universel, débarrassé de tout excès (qui gâche du temps et de l'argent), où chaque élément est réduit à l'essentiel pour exprimer l'esprit de modernité.

[23] Typographie linéale, créée en 1957 par Max Miedinger et publiée par la fonderie suisse Haas.

2.2 L'humain et le geste

À partir des années 1960, puis plus fortement dans les années 1980-1990, une contre-réaction émerge face à la neutralité du modernisme, jugée froide. Designers et typographes revendentiquent un retour à l'émotion, à l'humanité et à la singularité, qui permet un regain d'intérêt pour les scriptes et les formes expressives. La montée du slow design²⁴ et de l'esthétique vintage popularisé au début des années 2000 amplifie le phénomène de revalorisation du geste dans un monde toujours plus numérique et standardisé. Les enseignes artisanales ou locales utilisent davantage les scriptes pour exprimer proximité et présence humaine. On peut parler du travail de Louise Comiran, peintre en lettres et calligraphe, qui remet à l'honneur l'art du tracé sur des devantures ou des objets :

« Quand on utilise une scripte, il y a quelque chose de moins froid, de moins institutionnel. Si je caricature un peu, de quelque chose d'un peu plus proche des gens et de moins mécanique²⁵. »

Cette tendance témoigne d'un besoin collectif de retrouver de l'humanité, le geste devient une valeur refuge. Les scriptes ne relèvent plus seulement d'un choix esthétique, elles deviennent un vecteur de lien social.

[24] le slow-design valorise le savoir-faire et les objets durables dans le temps.

[25] Extrait de l'annexe n°1 : Entretien avec Louise Comiran.

2.3 Réhabilitation des scriptes pour dénoncer

Comme on le disait, ce qui était daté, ringard devient matière à expérimentation. Les typographies populaires du passé, comme les scriptes, peuvent aussi être réutilisées ironiquement dans des créations contemporaines afin de créer un décalage volontaire, d'interroger, de surprendre, de devenir un signe de liberté graphique et même de revendication. Les visuels créés par la directrice artistique américaine Jessica Walsh pour la Saint-Valentin 2023²⁶ illustrent bien ce type de réhabilitation. Elle joue sur l'aspect romantique des scriptes en inscrivant des revendications féministes fortes, afin de dénoncer les priorités inversées de la société. Les scriptes deviennent un outil de subversion pour les designers qui souhaitent brouiller les frontières entre bon et mauvais goût.

[26] Se référer à l'annexe :
Étude de cas (page 36)

Conclusion

L'histoire des scriptes est, on l'a vu, rythmée par les innovations techniques mais aussi par les contextes sociaux. Elles illustrent la manière dont les tendances apparaissent, disparaissent, puis réapparaissent au fil des époques, grâce aux nouvelles générations qui leur redonnent des sens nouveaux. Les scriptes suivent le mouvement de mode décrit par Georg Simmel^[27] : elles disparaissent quand elles saturent le paysage, puis renaissent lorsqu'elles peuvent redevenir un signe de différenciation. À travers elles, c'est finalement la question du rapport entre l'Homme et son passé qui se joue, sa volonté récurrente de réintroduire des choses familières dans un monde de plus en plus numérique et dématérialisé, un monde nouveau qui peut effrayer. Le retour constant des scriptes n'est certes peut-être pas qu'une question de cycle, mais il traduit aussi un besoin d'avoir la main, de retrouver le geste, de se rassurer.

[27] Georg Simmel (1858-1918) est un sociologue et philosophe allemand. Dans son essai *Philosophie de la mode*, 1905, il analyse les mécanismes sociaux liés au domaine. Il explique que la mode fonctionne selon un mouvement de différenciation et d'imitation : un style se diffuse jusqu'à saturer le groupe, puis disparaît lorsque trop de personnes l'adoptent, avant de renaître sous une nouvelle forme. Cette dynamique cyclique permet aux individus de se distinguer tout en appartenant au collectif.

ENTRETIEN AVEC LOUISE COMIRAN



Louise Comiran, est une graphiste, calligraphe et peintre en lettres, basée à Lille. En freelance depuis 2019, elle accompagne à travers la France, les entreprises, institutions et artistes dans la création d'identité visuelle, d'édition, de signalétique, de logo et de lettrage sur mesure. Elle réalise aussi de la calligraphie événementielle pour personnaliser parfums, bouteilles de vin, carnets, bougies, etc. avec différentes techniques (plume et encre, gravure, stylo, etc.).

ANNEXES

POUVEZ COMMENCER PAR VOUS PRÉSENTER, VOUS ET VOTRE PARCOURS EN TANT QUE GRAPHISTE ET PEINTRE EN LETTRES ?

J'ai fait un BTS communication visuelle option graphisme, édition, publicité. Et à la suite de ça, j'ai continué en DSAA typo à Estienne. Donc là, pour le coup c'était orienté vers l'édition et le dessin de caractère, numérique et calligraphique. Après mon diplôme, j'ai mis le côté lettres, on va dire, un peu de côté, pendant quelques années. J'ai plutôt fait des stages, un peu en graphisme et ensuite j'ai bossé comme graphiste à l'atelier Marge Design à Paris. Là-bas c'était vraiment en tant que graphiste print, donc je ne faisais plus du tout de dessin de caractère. Et du coup, après trois ans chez eux, j'avais justement la frustration de ne pas avoir exploité ce que j'avais appris à Estienne et j'avais un peu envie de revenir à la lettre. C'est comme ça que j'ai pensé à apprendre la peinture en lettres [FIG.6].

Vous ressentez donc le manque de créer des lettres, si je comprends bien ?

Oui, en fait je ne l'avais pas exploité et c'est vrai que je trouvais ça un peu dommage. À Estienne, on avait beaucoup de calligraphie et ça me plaisait cette idée du geste qu'on répète, le fait de chercher à améliorer son geste, de faire de choses manuelles. C'est aussi une approche des lettres qui me semblait un peu plus accessible que la typographie numérique. Enfin, ce qui n'est pas forcément vrai en réalité, mais en tout cas, je me sentais plus à l'aise sur quelque chose de manuel que sur quelque chose de vectoriel, où on cherche un peu la perfection du tracé en fin de compte. Et donc c'est pour ça que je me suis dit que la peinture de lettre, c'était une manière d'approcher la lettre de manière manuelle et peut-être aussi un peu plus variée que la calligraphie. En tout cas, ça permettait aussi d'avoir un métier un peu d'extérieur, de rencontrer des gens différents qu'avec la calligraphie, où je bossais pour le secteur du luxe. C'est un domaine très particulier et je souhaitais m'ouvrir à plus de variété. La peinture en lettres était un bon moyen

de retrouver du geste et de déboucher sur un métier qui pourrait davantage me plaire et me convenir.

Et vous avez appris la peinture en lettres auprès de qui ?

Je suis partie trois mois à Londres, auprès de Ged Palmer, qui est peintre en lettres. Je l'ai assisté sur ces projets. Il m'a entraînée, formée et transmis les techniques de peinture.

VOUS PARLIEZ DE VOTRE TRAVAIL DE CALLIGRAPHIE DANS LE SECTEUR DU LUXE. POUR QUELLES RAISONS PENSEZ-VOUS QUE VOS CLIENTS FONT APPEL À VOTRE TRAVAIL DE CALLIGRAPHIE ?

En fait, c'est assez à la mode en ce moment. Des marques de luxe, à différentes échelles, m'emploient sur des missions en boutique pour personnaliser des objets ou faire des cartes de vœux à la main, etc. [FIG.7] C'est un petit service supplémentaire pour ces boutiques qui proposent des produits assez chers. C'est une sorte de petit cadeau, de petit geste pour les clients, pour les faire se sentir importants, ou en tout pour leur offrir des choses un peu uniques. Oui voilà, il y a une envie de se démarquer.



[FIG.6] Conception et dorure d'un panneau en verre. Inspiré d'un ancien logo de supermarché allemand, en collaboration avec Letter Marc. Peinture et dorure à la feuille d'or 23 carats (effet mat et miroir).



[FIG.7] Intervention calligraphique dans la boutique Prada de Bruxelles. Personnalisation à la plume et à l'encre de carnets à l'occasion d'un late opening.

QUEL EST VOTRE RAPPORT AUX TYPOGRAPHIES SCRIPTES ? QU'EST-CE QUE ÇA ÉVOQUE POUR VOUS, SUR LE PLAN ÉMOTIONNEL ET SYMBOLIQUE ?

Je trouve que ça évoque la voix de quelqu'un. Enfin pas dans le sens du son, mais plutôt dans le sens de la parole qu'on porte et le côté un peu unique. Quand on utilise une scripte, il y a quelque chose de moins froid, de moins institutionnel. Si je caricature un peu, de quelque chose d'un peu plus proche des gens et de moins mécanique.

ET DANS VOTRE TRAVAIL, COMMENT EST-CE QUE VOUS FAITES DIALOGUER LE PATRIMOINE TYPOGRAPHIQUE ET LES USAGES CONTEMPORAINS ?

C'est pas trop une question que je me pose, dans le sens où, on a tous en tête des références culturelles qui sont liées à l'histoire graphique, qui se sont un peu infusées en nous. Après, forcément, d'une certaine manière, elles transparaissent plus ou moins. Et vivant à une certaine époque, j'essaye de m'inscrire dans celle-ci en réinterprétant un peu tout ce que j'ai ingurgité. En fait, c'est juste que quand je travaille, je ne me pose pas la question de comment faire cohabiter un patrimoine graphique, typographique et une manière de faire actuelle. Ça se mélange tout seul avec ce qu'on peut voir au quotidien. En fait, c'est surtout que je me pose la question de la commande et ce dont le client a besoin et comment y répondre en mieux. En essayant de trouver des solutions adaptées, j'imagine que je fais des propositions qui mélègent un mix de toute ma culture visuelle, avec des trucs actuels et des trucs plus anciens.

QUELLE EST VOTRE POSITION VIS-À-VIS DU CONCEPT DE TENDANCE EN TYPOGRAPHIE ?

C'est comme dans n'importe quel domaine du design, que ce soit pour des vêtements ou des objets, c'est normal qu'il y ait des tendances. Il y a des modes qui reviennent comme les esthétiques des années 1970 et 1980, etc. Après, encore

une fois, le plus important c'est de faire des choix éclairés quand on fait un choix graphique. Il faut privilégier des formes qui ont du sens et qui servent notre propos plus que des formes tendances. Si ça s'inscrit dans une tendance actuelle, tant mieux. En tout cas, ça ne sert à rien de choisir une typo tendance parce qu'elle est tendance, si au final elle ne sert pas notre projet. Si on veut qu'un projet dure dans le temps et ne soit pas un peu *has-been* au bout de deux ans, il faut que le choix ait du sens. Sinon, forcément, dès que la tendance est passée, notre projet se périme. Alors que si le choix a vraiment du sens, et bien même si les années passent, à priori ça reste toujours un bon choix puisque ça répond à une vraie problématique.

COMMENT IMAGINEZ-VOUS L'AVENIR DES SCRIPTES OU PLUS GÉNÉRALEMENT DES TYPOGRAPHIES D'INSPIRATION CALLIGRAPHIQUES ?

Je ne sais pas vraiment, je ne suis pas devin [*elle rit*]. Mais je pense que les scriptes et le dessin de caractère, ça reste un terrain de jeu assez intéressant. Il y a plein de formes à penser, il y a plein d'alternatives à créer pour que toutes les combinaisons de lettres fonctionnent bien ensemble. On peut réinventer plein de choses, s'amuser avec plein de paramètres comme les pleins et déliés, le ductus³¹, avoir des choses plus ou moins mono-linéaires, avec des proportions différentes. Donc oui, c'est un terrain de jeu intéressant. Il n'y a pas de fin a priori, ça va continuer dans ce sens. Après je ne sais pas trop quant aux usages, comment ça va évoluer. L'enjeu avec les scriptes, c'est que ça imite plus ou moins la main, donc c'est toujours un peu la question de se demander : est-ce que ça a vraiment du sens d'utiliser une scripte qui imite finalement ce qu'on fait à la main ? Pourquoi ne pas carrément scanner une vraie écriture ? Je ne sais pas, tout dépend du contexte.

[31] En écriture, le ductus est l'ordre et la direction, mais aussi la vitesse et le rythme, selon lesquels on trace les traits qui composent la lettre.

AVEZ-VOUS DES PROJETS EN COURS EN LIEN AVEC LES TYPOGRAPHIES SCRIPTES ?

Oui ! En ce moment justement, il y a une scripte que je fais au pinceau que je suis en train de stabiliser pour en faire une typo. L'idée de cette typo, c'est de pouvoir, quand je vais peindre des enseignes par exemple, m'en servir pour faire des mises en situation sur des photos pour des clients. Pour leur montrer ce que ça peut rendre. Donc là je suis en train de me plonger sur comment stabiliser les formes. Faire en sorte qu'elles fonctionnent toutes entre elles, que toutes les combinaisons de lettres fonctionnent, en essayant de normaliser un certain nombre de choses, ce qui est un gros travail.

Oui, c'est la difficulté des scriptes justement, avec les ligatures, etc. C'est vrai que ça ne doit pas être simple...

Oui voilà, il y a beaucoup de glyphs à faire et oui, c'est un travail de longue haleine et je suis en plein dedans.

QUELQUES TRAVAUX DE LOUISE COMIRAN...



Calligraphie de cartes de vœux pour la bijouterie Lepage à Lille.



Conception de l'affiche et de l'identité visuelle pour le festival Jamaican Dock Days 2024 organisé par Les 4Ecluses à Dunkerque.



Conception de l'identité visuelle pour la boulangerie L'Alchimie à Halluin. Réalisation du logo avec un lettrage sur-mesure peint et doré à la main.



Fresque de 8 m de long d'une interprétation typographique du mot toboggan dans le cadre de l'exposition Vacarme, imaginée par le collectif Mots voyageurs à la Condition Publique à Roubaix. Travail de ligatures entre les lettres afin de pouvoir tracer le lettrage en un seul geste.

ÉTUDE DE CAS

Jessica Walsh est une directrice artistique et graphiste américaine, reconnue pour son style visuel audacieux mêlant couleurs vives, typographie expressive et mises en scène conceptuelles. Fondatrice du studio new-yorkais &Walsh et ancienne partenaire de Sagmeister & Walsh, elle explore dans son travail des sujets sociaux, émotionnels et politiques, notamment le féminisme. Son approche, à la frontière entre design et performance visuelle, fait d'elle l'une des figures majeures du design contemporain.

Nous allons étudier cette série de quatre visuels réalisés en février 2023 à l'occasion de la Saint-Valentin. Dans cette œuvre, la graphiste joue sur l'opposition entre l'image et le sens. Chaque visuel montre un buste de femme nue, évoquant à la fois la vulnérabilité et la puissance du corps féminin, souvent objetisé dans les publicités. En masquant les visages, Jessica Walsh recentre le regard sur les messages politiques et transforme les corps en symboles universels de revendication plutôt qu'en portraits individuels, ici toutes les femmes peuvent s'identifier. Chacune tient un gâteau en forme de cœur, décoré d'un glaçage en scripte. Pourtant, les phrases qui y sont inscrites contredisent radicalement l'esthétique romantique et douce que l'on voit au premier abord, de part les couleurs pastels, les typographies calligraphiques et les coeurs.

On y voit inscrit les phrases suivantes :

"I don't need fancy dinners, I need affordable child care."

Soit, en français « Je n'ai pas besoin de dîners luxueux, j'ai besoin de modes de garde abordables. »

"I don't want flowers, I want pay equity." Soit « Je ne veux pas de fleurs, je veux l'égalité salariale. »

"I don't want sex, I want bodily autonomy." Soit « Je ne veux pas de sexe, je veux avoir le contrôle sur mon propre corps. »

Et enfin *"I don't need a box of chocolates, I need access to gender affirming healthcare."* Soit « Je n'ai pas besoin d'une boîte de chocolats, j'ai besoin d'un accès à des soins de santé qui affirment mon identité de genre. »

Ce contraste ironique souligne la manière dont la société réduit souvent les femmes à des stéréotypes de douceur et de docilité, tout en ignorant leurs véritables besoins. Les typographies scriptes, historiquement associées à la délicatesse, sont ici réappropriées pour exprimer la colère et la revendication. Jessica Walsh déjoue les attentes visuelles et revalorise la voix des femmes. La typographie scripte devient ici un outil d'émancipation et de revendication éloignés de l'aspect ornemental qui lui est souvent attribué. Jessica Walsh dénonce aussi la consommation autour de la Saint-Valentin (cadeaux, fleurs, dîners...) symboles d'un amour superficiel, opposés aux besoins concrets des femmes qui recherchent davantage l'autonomie et l'égalité. La graphiste questionne ainsi la manière dont les fêtes commerciales masquent les inégalités derrière des appareils.





BIBLIOGRAPHIE

ÉCRITURE ET TYPOGRAPHIE

Articles:

Isabelle Antonutti, Jean-Pierre Drège et Henri-Jean Martin, *IMPRIMERIE: Du plomb au numérique*, Encyclopédie Universalis, [consultation le 6 novembre 2025]: <https://www.universalis.fr/encyclopedie/imprimerie/6-du-plomb-au-numerique/>

Marc H. Smith, *Du manuscrit à la typographie numérique : présent et avenir des écritures anciennes*, Gazette du Livre Médiéval, 2008, p.51-78, [consultation le 25 septembre 2025]: <https://shs.hal.science/halshs-00646804v1>

Document sonore:

France Culture, Les chemins de la philosophie, *Philosophie du geste*, 3 février 2012, [consulté le jeudi 28 décembre]: <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/les-chemins-de-la-philosophie>

Sitographies:

Base de connaissances sur les polices de script, Aspose, [consultation le 18 septembre 2025]: <https://docs.aspose.com/font/fr/net/what-is-font/script-fonts/>

Classification Vox-Atypi, Wikipedia, [consultation le 18 septembre 2025]: https://fr.wikipedia.org/wiki/Classification_Vox-Atypi

Classification Vox-Atypi, Typographie et Civilisation, 1999-2006, [consultation le 18 septembre 2025]: <https://caracteres.typographie.org/classification/vox.html>

Écriture anglaise, Wikipedia, [consultation le 6 novembre 2025]: https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89criture_anglaise

Écriture bâtarde, Wikipédia, [consultation le 25 novembre 2025]: https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89criture_b%C3%A2tarde

Projet:

Mistral, écriture typographique, Roger Excoffon, [consultation le 6 novembre 2025]: <https://www.roger-excoffon.com/portfolio/caractere-typographique-mistral/>

GOÛT ET TENDANCE

Articles:

Delphine Moraldo, Georg Simmel, *Philosophie de la mode*, OpenEdition journals, Lectures [En ligne], Les comptes rendus, 2014, [consulté le 6 novembre 2025]: <https://journals.openedition.org/lectures/13482>

Jacques Siracusa, *Quelques usages du terme "tendance" en sociologie*, Revue européenne des sciences sociales, p. 211-235, 2017, mis en ligne le 15 décembre 2020, [consultation le 09 octobre 2025]: <http://journals.openedition.org/ress/3938>

Document sonore:

France Culture, Les chemins de la philosophie, *Le goût est-il une question de classe (sociale) ?*, Dans le podcast Sommes-nous tous les héritiers de Bourdieu ? (Ép. 2/4), 13 octobre 2020, [consulté le jeudi 20 novembre]: <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/les-chemins-de-la-philosophie>

Ouvrage:

Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979

Sitographie:

Les deux visages du modernisme et les idéologies sociales autour des ornements, Graphéine, [consultation le 25 novembre 2025]: <https://grapheine.com/magazine/>

Je tiens à remercier l'ensemble du personnel éducatif et plus particulièrement mes lecteurs : Mme Damiens et M. Koettlitz, qui m'ont guidée tout au long de cet article. Je remercie aussi mes amies : les sept merveilles du monde, pour leur soutien et leurs conseils.

Achevé d'imprimer à l'ÉSAAT Roubaix en janvier 2026.
Cet article a été écrit avec les typographies Avenir Next LT Pro
et *PPPlayground*.