

LES ENJEUX D'UNE SIGNALÉTIQUE EFFICACE

LOUIS LAPOINTE

Si le travail du designer graphique est souvent associé à un apport esthétique, on oublie parfois l'importance de son impact communicationnel, alors qu'il est omniprésent dans la représentation des messages qui nous inondent quotidiennement. L'un de ses apports les plus marquants, mais aussi des plus humbles, est certainement celui de la signalétique qui nous dirige dans les espaces urbains.

Sur la base de leurs acquis professionnels, divers intervenants ont bien voulu exposer leur vision de cette problématique. La richesse de leurs propos se veut le reflet des domaines variés dans lesquels ils ont été appelés à évoluer.

Bon message au bon endroit

Gilles Bienvenu, conseiller en identité visuelle et design graphique environnemental, expert-conseil mandaté par l'hôpital de LaSalle, croit que le premier principe d'une signalétique efficace est de concevoir le bon message, au bon endroit et au bon moment. Selon lui, une signalétique planifiée par des designers graphiques permet de fusionner l'esthétique et le communicationnel par le choix judicieux des polices de caractères et le contraste entre les éléments graphiques et typographiques. « À titre d'exemple, dans un lieu public comme un hôpital, l'identification d'un service d'ophtalmologie pourrait se faire par l'utilisation d'un pictogramme combiné à des mots simples tels que *soin des yeux*, une nomenclature familière au grand public », explique le designer graphique.

Julie Margot, designer en stratégie visuelle, croit qu'*intégration, qualité visuelle et cohérence* sont des mots qui caractérisent un système de signalisation structuré et harmonieux. La hiérarchie de son information permet de suivre une progression logique et intuitive pour établir une représentation mentale claire et concise de son parcours. Elle doit pouvoir se décliner de façon rythmique et fonctionnelle, sous de multiples aspects compatibles avec le choix des matériaux et la fabrication.

Selon la spécialiste, « il est important pour le client de travailler avec des designers spécialistes en signalétique aptes à collaborer avec une équipe; chacun bénéficie ainsi de l'expertise de

ses collègues pour trouver la meilleure solution à la problématique du lieu. Il est primordial d'intégrer les designers tôt dans le projet, afin d'éviter des problèmes impliquant des coûts supplémentaires durant la phase d'installation. Son apport méthodique et analytique vise à appliquer des solutions fonctionnelles et à conserver une vision à long terme. Le processus d'intégration de l'information à un lieu donné est loin d'être linéaire, car il demande des ajustements constants alors que le designer travaille de concert avec des architectes, ingénieurs et urbanistes. Très souvent, les contraintes budgétaires et les délais serrés limitent ses élans créatifs et innovateurs, alors qu'il doit constamment jongler avec des impondérables, sans compromettre la qualité du design ou le fonctionnement du système signalétique dans son environnement. Une signalétique bien intégrée facilite la mobilité des usagers dès le premier contact avec le lieu. Elle doit prendre en considération son aspect identitaire tout en exprimant sa signature. Lors de ma collaboration au projet du **planétarium de Montréal**, l'architecture fonctionnelle et intuitive de l'espace permettait d'éviter toute surcharge d'information. Par contre, certains défis implicites à l'élaboration du concept signalétique ont été mis à l'épreuve, compte tenu du fait que l'identité visuelle du planétarium s'est transformée durant le processus de conception ».

Si ce projet semble être un exemple inspirant, trouve-t-on, règle générale, une signalisation efficace dans nos lieux publics? Au dire de Gilles Bienvenu, « tout dépend de l'équipe qui est responsable du travail. Je pense à deux exemples d'hôpitaux où la signalisation est vraiment déficiente et hétéroclite; ce sont le Royal Victoria et Notre-Dame (Montréal). Cela est dû au fait que ces établissements ont plusieurs bâtiments ou pavillons sur différents niveaux qui se rejoignent difficilement entre eux. De plus, dans le cas du Royal Victoria, ils sont construits sur le flanc de la montagne ».

Par contre, l'aéroport Jean-Lesage à Québec a fait l'objet d'une planification méticuleuse dès le début du projet. **Louis Brunelle**, associé, vice-président directeur général chez Parallèle, précise : « L'objectif premier était de faire en sorte que le voyageur puisse transiter de façon efficace. La marque de l'aéroport est exprimée



Quatre lieux,
la signalétique :

Planétarium de Montréal,
(pages précédentes)
Photo : Julie Margot

Maison symphonique
Photo : Julie Margot

Métro de Montréal,
Photo : Archives STM

Aéroport Jean-Lesage
(page suivante)
Photo : Parallèle

par la phrase suivante : Le passager avant tout. Le voyageur doit donc vivre une belle expérience, afin d'être stimulé à utiliser les services de Québec plutôt que de le voir transiter vers un autre aéroport, comme ceux de Burlington ou de Montréal. L'un des défis à relever était de faciliter le trajet des passagers qui doivent changer d'étage lors de leur transit. Sur les plans, nous avons défini trois principaux axes ou trajets d'un voyageur type qui effectue un vol domestique en Amérique du Nord ou à l'international. De plus, il y a la clientèle des croisiéristes qui arrivent ou partent de Québec et qui représente un défi de logistique pour l'aéroport, puisque ce sont jusqu'à 3 000 passagers qui y transitent en quelques heures. Le lieu n'étant pas très grand, cette contrainte nous permettait d'opter pour la simplicité en réduisant la quantité de signes et en favorisant l'utilisation de pictogrammes, au profit d'un minimum d'information écrite. On évitait ainsi les pièges de la confusion auprès des usagers. Les courtes distances permettent au voyageur de jeter un regard dans l'aéroport et de visualiser son trajet, à la fois de loin et de près. Les codes de couleur simplifiés (les départs en bleu et les arrivées en vert.), les courbes conviviales et le choix de la police de caractères (Chevin) permettent de transiter sans ajouter de stress inutile. L'information priorise le français par l'utilisation de la couleur blanche, alors que la signalisation en anglais est affichée en second, en vert; néanmoins, les deux langues possèdent des polices aux tailles identiques. »

Plusieurs moyens permettent de tester et d'évaluer l'efficacité d'une signalisation qui n'existe qu'à l'état d'ébauche. Louis Brunelle souligne : « Avant l'installation, on a fait quelques simulations avec des photos prises du chantier, ainsi que sur des images de synthèse. L'enjeu important était de tout coordonner, car le travail se faisait rapidement et simultanément avec la construction du lieu. Seuls quelques ajustements mineurs ont été faits lors de l'installation de l'affichage, ce qui est normal. »

De son côté, Gilles Bienvenu a résolu cette problématique dans le projet hospitalier de LaSalle de la façon suivante. « Avant de produire et d'installer les panneaux d'affichage, nous avons demandé la collaboration des usagers. Il était capital d'avoir une signalisation donnant l'occasion de se familiariser avec les codes visuels dès l'entrée des lieux, pour suivre une arborescence de plus en plus élaborée jusqu'à destination. Cette signalisation se décline à l'horizontale dans les corridors, ou à la verticale dans les ascenseurs. Pour ce qui est de l'hôpital **St. Mary**, nous avons demandé à des employés, des personnes à mobilité réduite et des aînés

qui se portaient volontaires, de suivre un trajet précis pour évaluer l'approche et ensuite faire les ajustements ou correctifs nécessaires. »

Selon Julie Margot, « si une mauvaise intégration diminue l'efficacité de la signalisation, une architecture bien pensée évite une surcharge d'information. Deux projets auxquels j'ai collaboré, ceux de la **Maison symphonique** et du planétarium de Montréal, ont un point en commun par le parcours relativement linéaire des usagers. Ce sont des lieux de haute fréquentation et il fallait faire cohabiter les attentes d'une clientèle diversifiée. Dans ces deux projets, la collaboration avec les architectes avant la construction de l'édifice a permis, en étudiant les plans, de conceptualiser une première vision des parcours et de déterminer le choix des matériaux et les gammes de couleur. Mais d'un point de vue créatif, la visite du chantier avec l'architecte en chef de la Maison symphonique était une étape cruciale. Elle a permis de concevoir une stratégie visuelle qui permet de révéler l'information de façon séquentielle, lors des déplacements dans le lieu. Toutefois, au planétarium, les enfants devaient y trouver un aspect ludique en harmonie avec le thème principal et l'esprit scientifique du lieu. Sa signalétique devait véhiculer à la fois des messages originaux et authentiques et se plier harmonieusement aux règles édictées par le regroupement **Espace pour la vie**. Par ses formes et ses couleurs, le langage visuel du planétarium évoque de subtiles métaphores astronomiques propres à mettre en valeur son côté éducatif, tout en renforçant l'expérience de la marque. »

Il en va de même pour une signalisation adaptée aux besoins actuels des usagers des transports en commun montréalais. **Francis Brisebois**, chargé de projets en signalétique à la **Société de transport de Montréal (STM)**, nous exprime une réalité. « Une des particularités d'un réseau souterrain, comme celui du métro de Montréal, se caractérise par l'absence des repères extérieurs qui contribuent à nous situer en cours de déplacement dans un espace urbain. La signalisation devient alors un outil d'orientation indispensable pour que nos trajets soient faciles et agréables. Au fil des années, l'aménagement des stations de métro s'est transformé avec les projets de rénovation et l'arrivée de nouveaux équipements, tels que les ascenseurs et les bornes d'achat de titres. En considérant que chaque station possède une architecture unique, cette évolution a eu un impact direct sur les besoins en information et les comportements des usagers. Le défi premier est de donner les bonnes consignes au bon moment, en respectant les contraintes architecturales, les règles de sécu-

RÉNOVATION « VERTE » ET PROGRAMMES DE SUBVENTION

L'ENVELOPPE DU BÂTIMENT

INNOVATION ET CONSTRUCTION

LES SYSTÈMES CONSTRUCTIFS

ACIER, ALUMINIUM, BÉTON ET BOIS

L'ARCHITECTURE AU SERVICE DU COMMERCE

PRIX HABITAT DESIGN ET LA PLURIDISCIPLINARITÉ



Information : info@formes.ca

514 256-1230

1 877 FORMES9



rité et autres réalités sur le terrain. Des normes clairement identifiées par la STM permettent d'uniformiser l'identité des éléments d'information présents sur le réseau de métro et d'autobus. En morcelant le parcours de chaque type de client, nous parvenons à définir l'ensemble des besoins et à développer des solutions répondant aux particularités des profils d'usagers : du client régulier au touriste, en passant par la personne à mobilité réduite ou la personne non-voyante. De nouvelles approches sont analysées, développées et testées sur le terrain par nos usagers et nos équipes à l'interne. »

En équipe

Dans les exemples précités, on réalise que les architectes et les urbanistes réalisent de plus en plus que l'apport d'un spécialiste en signalétique est essentiel à l'équipe. Cela dit, quel est donc celui d'un consultant chargé d'assurer une vision globale d'un projet? **Gabriel Tourangeau**, directeur en communication et marketing chez **Aedifica**, affirme que « la complexité grandissante des projets nécessite d'inclure une réflexion plus large afin de rendre un lieu disponible à tous les publics, d'en améliorer l'expérience et de faire ressortir les aspects fonctionnels par l'intermédiaire de la gestion des flux et des usages du lieu. Cette complexité nécessite le savoir-faire d'une équipe pluridisciplinaire pour encadrer de multiples aspects; ces questions touchent autant l'expérience des usagers que l'aménagement et la planification des espaces, afin de mieux gérer en amont tous les enjeux importants. L'expertise du designer en signalétique est une plus-value à cette équipe, car elle ajoute une réflexion en tentant de repousser les limites de cette problématique. Par un juste équilibre entre le contenu et la présentation, le designer graphique développe des messages articulés autour d'un concept, pour créer une synergie entre la fonctionnalité de l'information et l'identité de l'espace ».

Nouvelles technologies

Outre le fait que ces projets deviennent de plus en plus complexes, dans quelle mesure l'apport de nouvelles technologies est-il appelé à collaborer à la signalisation? Francis Brisebois souligne à ce propos que « nous vivons à une époque d'instantanéité, où accéder le plus rapidement possible à l'information est devenu la norme. Nous assistons au développement d'une panoplie d'applications visant à rendre notre expérience de mobilité plus efficiente et personnelle. Un projet comme celui de iBus (NDLR : voir www.stm.info/fr/a-propos/grands-projets/ibus) sera déterminant dans l'expérience de l'utilisateur des transports en commun à Montréal. En offrant une information en temps réel sur des

bornes ou directement sur le téléphone mobile du client, nous aidons notre clientèle en la soutenant davantage dans ses déplacements. Pour les passagers aux limitations visuelles, motrices ou intellectuelles, il est possible de développer de nouvelles solutions telles que la réalité augmentée¹. Mais cette avenue est récente dans le domaine et demande plus de développement, de tests et d'itérations avant son déploiement. Il reste cependant que la technologie n'est pas une fin en soi. Informer le client de façon à le diriger du point A au point B au moyen d'une signalisation appropriée est encore tout à fait pertinent en 2014. Il faut garder en tête que ce ne sont pas tous nos clients qui ont accès à un téléphone intelligent ».

Dans le cas de l'aéroport Jean-Lesage, Louis Brunelle souligne que l'aéroport n'est pas assez grand pour justifier l'apport des nouvelles technologies telles que des applications comportant de la géolocalisation. À son avis, la présence d'écrans plats vient ajouter le degré d'information requise au bon moment par le voyageur.

Julie Margot ajoute par contre que « les nouvelles technologies devraient faciliter l'interaction plutôt que de favoriser la distraction des usagers. Les créateurs d'applications mobiles sont rarement impliqués dans un projet de signalétique et ils ne sont pas familiers avec ses enjeux et ses réalités. De manière parallèle, les designers spécialisés en signalétique sont rarement associés aux projets d'applications mobiles et c'est, il me semble, un point à corriger pour que les nouvelles technologies contribuent efficacement à la signalétique de demain. Un projet incluant signalétique, matériel imprimé et localisation par GPS, supporté par un langage visuel cohérent, devrait permettre une expérience des plus agréables ».

Si l'apport du designer en signalétique offre une vision fonctionnelle et efficace dès la source d'un projet, pour une vision à long terme, l'aspect communicationnel demeure essentiel à l'efficacité du message. Grande préoccupation pour l'ensemble de la planète, la question environnementale a somme toute été peu abordée dans ce papier. À cet égard, il serait souhaitable que le rôle spécifique du designer comme contributeur à une meilleure qualité de vie s'inscrivant d'emblée dans un idéal de développement durable soit mieux compris de tous, afin d'être pleinement mis en valeur. Cette question mérite certes réflexion... ■

¹ La réalité augmentée désigne les systèmes informatiques qui rendent possible la superposition d'un modèle virtuel 3D ou 2D à la perception que nous avons naturellement de la réalité, et ceci en temps réel. (Source : Wikipédia.)