SOMMAIRE

PROLOGUE PAGE 01
AVANT-PROPOS PAGE 02
INTRODUCTION PAGE 03
GLOSSAIRE PAGE 07

PARTIE 01 PAGE 13
LANGAGE TEXTILE
— CHAPITRE 01 PAGE 15 - 28
— CHAPITRE 02 PAGE 29 - 34
— CHAPITRE 03 PAGE 35 - 40

PARTIE 02 PAGE 41
ENQUÊTE DE TERRAIN
— CHAPITRE 04 PAGE 43 - 47
— CHAPITRE 05 PAGE 49 - 50

PARTIE 03 PAGE 143
CONCEVOIR DES OBJETS TEXTILES
— CHAPITRE 06 PAGE 145 - 161
— CHAPITRE 07 PAGE 162 - 165

CONCLUSION PAGE 166
BIBLIOGRAPHIE PAGE 168

REMERCIEMENTS PAGE 170
+ INTERVIEWS

DÉTAILS DES CHAPITRES

PARTIE 01 PAGE 13
— CHAPITRE 01
LA PRÉSENCE D'UNE COMMUNICATION À TRAVERS LE TEXTILE.
— CHAPITRE 02
NOTRE RAPPORT À LA MATÉRIALITÉ. QUESTIONNER LE CHOIX DU MÉDIUM ENTRE PAPIER ET TEXTILE.
— CHAPITRE 03
LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX À NE PAS NÉGLIGER DANS LA CONCEPTION D'UNE «COMMUNICATION TEXTILE».

PARTIE 02 PAGE 41
— CHAPITRE 04
ENQUÊTE DE TERRAIN QUI AMÈNE À DES SOLUTIONS.
— CHAPITRE 05
L'UTILISATION DU MÉDIUM TEXTILE À TRAVERS DES EXPRESSIONS GRAPHIQUES CONTEMPORAINES.

PARTIE 03 PAGE 143
— CHAPITRE 06
QUELS USAGES POUR UNE COMMUNICATION PÉRENNE ?
— CHAPITRE 07
ÉLÉMENTS CONCRETS POUR RÉALISER UNE «COMMUNICATION TEXTILE».

1— Frédéric Jacquet, photo, 2020, Paris, galerie Kamel Mennour, « Les étudiants à l'École des Arts du Rhin remportent le concours de l'IHEAR, 8 présentés au concours de l'IHEAR », Le Monde, 2020, p. 1.

2— Frédéric Jacquet, photo, 2020, Paris, galerie Kamel Mennour, « Les étudiants à l'École des Arts du Rhin remportent le concours de l'IHEAR, 8 présentés au concours de l'IHEAR », Le Monde, 2020, p. 1.

PATRICE HUGUES (ARTISTE & CHERCHEUR)

« Le tissu n'est qu'une mince épaisseur de fils entrecroisés. Cependant dans cette épaisseur souple et continue se jouent des comptes complexes et serrés de qui dépendent sa texture, son toucher, son aspect, ses aptitudes, sa solidarité et l'insertion des motifs tissés, s'il y en a. Les bases du langage du tissu se situent d'abord à ce niveau qui est celui de sa structure. »

X

CHRISTOPHE JACQUET (GRAPHISTE)

« Le tissu est fait du fil de trame qui est un fil placé dans le sens de la largeur. Son opposé est le fil de chaîne qui est disposé dans la longueur, et c'est l'entrecroisement de ces deux fils qui crée l'étoffe. Tout cela est en juste résonance de la trame graphique, trame offset, sérigraphie, et autres méthodes d'impression, éléments constructifs et déterminants de la chaine et de la production graphique.»

À 16 ans, j'ai commencé à faire mes premiers pas dans ce qu'on appelle la communication graphique. Tout débute en 2015 lorsque j'intègre un lycée professionnel en rejoignant la filière « communication visuelle et pluri média », une formation qui prépare au métier de designer graphique. À cette époque, je commence à développer un intérêt pour les médias imprimés dit « print ».

Bettina Müller, une enseignante passionnée par la communication graphique et la typographie, a marqué mon apprentissage. Je me souviens précisément du cours, où elle nous a présenté des dizaines de boîtes en carton issues de sa collection personnelle, illustrant plusieurs années d'histoire du graphisme en France, une collection débutée à l'orée de sa carrière professionnelle. Ces boîtes contenaient en réalité, un nombre impressionnant de médias imprimés en tous genres : flyers, affiches, livrets, éditions, cartes de visite, cartes postales, feuilles de salles et échantillons de papeterie. Des objets graphiques, témoignages d'événements dans des lieux culturels, tels que des théâtres, salles de concert, cinémas, et opéras, des petites merveilles collectionnées au fils du temps, objets imprimés, tous, plus réjouissants, les uns que les autres. À partir de ce moment, j'ai appris à regarder ces objets de communication, différemment, m'attachant plus précisément à la forme au service du contenu à travers le choix d'un papier, une technique d'impression, un type de mise en page, une typographie, une forme de dépliant ou une reliure. Ce fut le début d'une conscience graphique.

Depuis ces années d'enseignement où Bettina Müller m'a transmis la passion de ces objets de « papier » et le goût de la collecte, je suis partie en chasse urbaine de trésors imprimés, aiguisant mon regard de graphiste fasciné par ces objets de communication distribués gratuitement. Modestes cartons, médias papiers de toute sorte, ils sont le témoignage quotidien d'une évolution de formes, de couleurs et de tendances, sans cesse évolutives et toujours séduisantes. À travers mes collectes depuis 2015, j'ai observé comment le graphisme se réinvente et je n'ai eu de cesse de me poser la question de sa matérialité et de son devenir ?

Dès lors, j'ai toujours abordé le graphisme de façon pragmatique, sans doute une approche héritée de mes années d'étude en lycée professionnel. En parallèle de mon master en design textile à la HEAR de Mulhouse, je travaille en tant que AESH (accompagnante d'élève en situation de handicap) dans ce même lycée professionnel, spécialisé dans les métiers de l'industrie graphique. J'aide des élèves de la seconde au BTS à l'apprentissage des logiciels graphiques. Une sphère technique que je continue de côtoyer et qui nourrit d'une certaine manière le propos de ce mémoire, en me positionnant face à de nouvelles générations qui abordent un métier et son évolution, à travers des techniques et des cultures en marche.

l'utilisation du textile plus ingénieuse, c'est ce que nous découvrirons dans la deuxième partie de ce mémoire. Mure de ces premières réflexions, je pose la question de la «communication textile» qui est tout l'enjeu de ce mémoire.

Considérant l'évolution de la profession du designer graphique, en projetant ce domaine dans une dimension pluridisciplinaire, est-il possible d'envisager le terme de «graphiste textile» pour designer une nouvelle génération de communicants ? Ceux-là même qui questionnent l'utilisation du médium textile dans la pratique d'un nouveau design, qui remet en question techniques et cultures du métier ? Dans le sillage de ces investigateurs, j'interroge le textile comme un médium potentiel, vecteur d'information qui pourrait supplanter certains moyens de communication, dans le futur. **Peut-on considérer la «communication textile» comme un nouvel enjeu, ou terrain de jeu, pour des graphistes aux pratiques novatrices et comment s'approprier le textile ?** En ce sens, nous comprendrons à travers cet écrit, les raisons pour lesquelles nous passons d'une communication imprimée à une communication numérique le «design graphique», à travers l'observation de «signaux faibles», opère un retour vers de nouvelles formes de matérialité ? Une matérialité textile à laquelle, je prête aujourd'hui, une plus grande attention depuis que j'ai choisi de poursuivre un cycle de master à la *HEAR*, passant de l'option communication à *l'ENSAD de Nancy* pour mon *DNA à l'option design mention textile*, pour mon *DNSEP*.

1— Jacques Bertin, « Sémiologie graphique », 1967, p. 10.

2— Frédéric Jacquet, « Le langage du textile », 2020, p. 1.

3— Frédéric Jacquet, « Le langage du textile », 2020, p. 1.

4— Jacques Bertin, « Sémiologie graphique », 1967, p. 10.

5— Frédéric Jacquet, « Le langage du textile », 2020, p. 1.

6— Catherine Smetindiquel, « Le design graphique », 2014, page 10, ligne 8 à 13.

7— Jacques Bertin, « Sémiologie graphique », 1967, p. 10.

8— Frédéric Jacquet, « Le langage du textile », 2020, p. 1.

9— Frédéric Jacquet, « Le langage du textile », 2020, p. 1.

10— Catherine Smetindiquel, « Le design graphique », 2014, page 10, ligne 8 à 13.

11— Catherine Smetindiquel, « Le design graphique », 2014, page 10, ligne 8 à 13.

12— Frédéric Jacquet, « Le langage du textile », 2020, p. 1.

13— Catherine Smetindiquel, « Le design graphique », 2014, page 10, ligne 8 à 13.

14— Catherine Smetindiquel, « Le design graphique », 2014, page 10, ligne 8 à 13.

Quelques définitions à partir desquelles j'interroge la notion de textile en «matière» de communication.

Je vous propose de définir quelques notions afin d'éclairer le propos de mon mémoire. Les définitions sont issues de références de métiers et de nomenclatures institutionnelles, des études sociologiques, sémiologiques (...). Étoffées de mes expériences d'étudiante en design et aventures professionnelles.

Lorsque j'emploie le mot **«communication»**, j'évoque la **«communication visuelle»** terme employé dans la profession de designer graphique.

La **«communication visuelle»** ou **«communication graphique»**, c'est tout simplement la transmission d'informations et d'idées à travers des images ou des symboles, décrypté par l'œil.

En 1967, le géographe Jacques Bertin publie le livre « La Sémiologie Graphique » [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10] [11] [12] [13] [14] Ses travaux portent sur une réflexion théorique et pratique appliquée à l'ensemble des moyens graphiques, selon un principe qui se décline en forme, taille, valeur, grain, couleur et orientation sur deux dimensions du plan. [illegible]

Le **«visuel»** joue un rôle d'accroche et illustre le propos, ce qui est essentiel dans un contexte publicitaire. Cependant, vous ne trouverez aucune définition au terme **«communication textile»**, de ce fait, tout reste à réinventer.

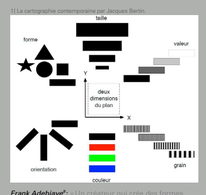
La **«communication textile»** telle que j'ai pu l'expérimenter au cours de ces derniers mois dans l'option design textile, rencontre les mêmes enjeux et contraintes que le **«communication visuelle»**, c'est le support du médium qui change.

La **«commande»** en design graphique est liée à un besoin et à une attente d'un commanditaire. Elle conduit à l'élaboration d'un projet, sa mise en œuvre pour la réalisation et son suivi pour la fabrication. C'est grâce aux commandes que les graphistes travaillent et vivent, leur profession est rythmée par les différents commanditaires. Les **«enjeux»** et **«contraintes»** participent de la forme et du fond qui façonnent les créations des graphistes. Selon *Sammy Stein* : « La contrainte amène toujours à trouver des solutions. »

Le **«design graphique»** est une discipline visant à concevoir un objet de communication pour promouvoir, instruire ou informer. *L'alliance française des designers* [illegible] définit le **«design graphique»** comme : « un processus créatif mêlant savoir pluridisciplinaire, dont le but est de traiter et d'apporter des solutions aux problématiques de tous les jours, petites et grandes, liées aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux. »

Le **«designer graphique»** est selon

11) La cartographie contemporaine par Jacques Bertin.



Frank Adebiaye[9] : « Un créateur qui crée des formes et des combinaisons originales en adéquation avec les demandes issues de commandes spécifiques »[5].

Il faut également distinguer les **«agences de communication»**, des **«graphistes free-lance»** à ceux qui se prénomment **«studio graphique»** ou **«collectif»**. **«L'agence de communication»** vend ses prestations à des commanditaires qui peuvent avoir tendance à prendre le leadership sur la direction artistique, transformant parfois le graphiste en exécutant du projet.

À l'inverse, les **«graphistes free-lance»**, les **«studios»** ou les **«collectifs»** défendent une identité créative plus affirmée. Ils sont sélectionnés par leurs clients pour leurs singularités et leurs engagements aussi bien du point de vue artistique que conceptuel.

À contrario le **«graphiste textile»** pourrait se définir comme une nouvelle émergence de graphiste qui investit la profession de **«designer graphique»** en la projetant vers une dimension pluridisciplinaire à l'aide du médium textile. Ainsi, ils deviennent des spécialistes textiles, à l'image de ceux qui se spécialisent uniquement dans les médias imprimés ou numériques.

Cependant le **«pattern designer»** appartient au monde du textile, il invente de nouvelles formes dans un langage textile qu'il soit décoratif,

«comunication», «communication *visuelle*», «communication *graphique*», «communication *textile*», «commande», «enjeux», «contrainte», «designer graphique», «agence de communication», «graphiste free-lance», «studio graphique», «collectif», «graphiste textile», «pattern designer», «designer textile», «émetteur», «récepteur», «média imprimé».

ornemental, géométrique, abstrait, figuratif, ou narratif (...). Le textile est son médium privilégié.

Ils définissent les couleurs et dessinent les motifs pour des supports variés comme le tissu ou le papier peint. Tandis que les **«graphistes textiles»** maîtrisent toutes les connaissances nécessaires pour produire des objets de **«communication visuelle»**, ce qui va au-delà de la conception de motifs. Le **«graphiste textile»** s'inventent une profession qui s'émancipe peu à peu des médiums **«prints»** ou **«webs»**. Une forme d'émancipation de la tyrannie du **«web»** et du **«print»**, pour aller vers une matérialité fluide et souple. La nomenclature n'existe pas encore officiellement, le propos de ce mémoire tente de parcourir l'émergence de ces expressions contemporaines.

Toutefois, il ne faut dissocier le **«pattern designer»** du **«designer textile»**, il existe une tension entre ces deux métiers créatifs dont la mission principale est de créer des textiles pour de multiples usages : de la mode à l'architecture d'intérieur, du linge de maison aux textiles techniques. Il est question de structure et d'architecture au sein d'une étoffe, d'ennoblissements et de finitions. Selon *Kelformation*: « Le rôle du designer textile se situe avant le stylisté. Il conçoit ou crée des motifs, des textures, des gammes de tissus, des illustrations qui apparaissent sur les vêtements, les rembourrages, le linge de maison, le papier peint [illegible] **Ils vont penser l'espace et** l'histoire, aussi riche qu'un graphiste qui transmet des messages.

Dans l'utilisation d'une potentielle **«communication textile»**, il faut penser aux usagers. Sans implication dans le procédé de création, ils sont les éléments déterminants du processus, puisque ce sont eux les destinataires. Sans eux, une communication avec ou sans textile, n'existerait pas pleinement.

On les appelle **«récepteurs»**. Selon le rapport modèle de communication de *Riley et Riley* **«émetteurs»** et **«récepteurs»** : **«l'émetteur»** est le **«communicateur»** celui qui envoie le message, le **«récepteur»** est quant à lui la cible du message. Dans le contexte de mon mémoire **«l'émetteur»** est le **«graphiste textile»**, tandis que le **«récepteur»** est celui qui va l'utiliser.

Au cours de mon mémoire, je cite aussi régulièrement les **«médias imprimés»**. Ils s'inscrivent dans l'utilisation de plusieurs supports, ce qui comporte le papier comme le textile. Certaines techniques d'impressions peuvent être utilisées sur les deux médiums, comme la sérigraphie et l'impression numérique par exemple. Or, ce terme dans la profession de **«designer graphique»** désigne surtout l'impression papier, dite aussi **«print»**. Les **«médias imprimés»** correspondent ainsi aux : affiches, flyers, cartes de visite, livrets et éditions.

LES PAVILLONS MARITIMES
LES ÉTENDARDS
LE WAX
LES CARTES D'ÉVASIONS
LES MOUCHOIRS DE TÊTES
LES BANNIÈRES MILITANTES
HEAVEN'S GATE
LES TAPISSERIES

LANGAGE TEXTILE
EXPRESSIONS TEXTILES QUI TRANSMETTENT DES MESSAGES ET DIALOGUES AVEC DES PUBLICS

PAGE 15
LES MOYENS D'INFORMER AU MOYEN-ÂGE

PAGE 17
LE WAX

PAGE 17
LES MOUCHOIRS D'INSTRUCTIONS ET LES CARTES D'ÉVASIONS

PAGE 21
LES DRAPEAUX MARITIMES

PAGE 23
LES BANDEROLES MILITANTES

PAGE 25
HEAVEN'S GATE ET LES ÉCUSSONS BRODÉS

PAGE 27
LES DRAPEAUX DE PRIÈRES TIBÉTAINS

SEA
278x179 cm
Acrylique peint sur du coton, (2021)

MOUNTAINS
278x179 cm
Acrylique peint sur du coton, (2021)

FLOWERS
278x178 cm
Acrylique peint sur du coton, (2021)

EVERYTHING IS TEMPORARY
220x180cm
Série de trois drapeaux, en collaboration avec Folk clothing et Damien Poulain, Folk Clothing a réinterprété les drapeaux de l'artiste pour créer une collection de vêtements unique, disponible dans leur boutique, (2022)

BANNIÈRES
Série de trois bannières pour la marque «*Oysho*». (2020)

Marine Fuchs-Nieder. «Comment le design graphique peut-il utiliser le médium textile ? ».

Mémoire de master en design textile soutenu en 2023, Haute École des Arts du Rhin, 189 p. Sous la direction de Christelle Le Déan.

Un graphiste est en capacité de sélectionner un support textile particulier de la même façon qu'il choisirait un type de papier pour un projet précis. J'ai fait le constat lors de mon précédent cursus que la majorité des étudiants en communication privilégient les supports papier ou numérique, en dépit des autres médiums. Ainsi, la quête vers de nouveaux moyens est à la guise de leur curiosité ou non.
Il est toujours d'actualité que certains graphistes se spécialisent dans les médias imprimés tout en continuant à se former aux nouvelles technologies numériques. Un «graphiste free-lance» ou une «agence de communication», continuera à vendre des services «prints» et/ou «webs» à sa clientèle. Il n'est pas rare d'entendre dire : «le numérique, c'est l'avenir!», tandis que d'autres continuent à affirmer leurs différences en préservant leur position, tels des puristes dans leur domaine.

A contrario, selon Catherine Smetindiquel: «Le design graphique constitue aujourd'hui un domaine de la création plastique à part entière qui sollicite des médiums multiples », invitant les futurs graphistes à se projeter vers un savoir-faire plus large. Se pose la question du sensible, dans une société qui confronte l'évolution technologique au désir de retrouver une matérialité possible, ou le graphiste doit réinventer sa pratique à travers de nouveaux médiums.

Le mémoire de Marine Fuchs-Nieder s'intitule «Comment le design graphique peut-il utiliser le médium textile ? » - il a été soutenu en 2023. Ce mémoire présente un intérêt à la fois formel, et du point de vue de son contenu.
D'un point de vue formel, le mémoire est agencé avec une minutie - qui stimule à feuilleter le mémoire d'abord pour la qualité des éléments photographiques et des éléments graphiques - donc comme un livre d'artiste plutôt que comme un mémoire.

Mais le mémoire de Marine recèle aussi une problématique intéressante et inédite : plutôt que de questionner les liens existant entre ornement, motif et support textile, elle décide de croiser et de questionner les apports de deux disciplines très différentes au fond. Le design graphique emploie aujourd'hui essentiellement les outils numériques. En rencontrant le champ du design textile, Marine démontre que le graphisme peut alors devenir un champ d'investigation sensible et sensoriel.

L'entrecroisement de ces deux disciplines lui permet finalement de dégager une questionniement plus générale, qui nous concerne toutes et tous : dans quelle mesure sommes-nous capables, à l'ère du tout-numérique, de tisser des liens avec la matérialité des objets qui nous entourent ? L'enquête textile se mue alors en question de société et nous permet de nous rendre attentifs à nos modes d'appréhension du monde « matériel » aujourd'hui.

HEAR Haute école des arts du Rhin Mulhouse — Strasbourg

Ce poster est édité dans le cadre du D.N.S.E.P. de Design textile 2023-2024 encadré par Christelle Le Déan à la Haute École des Arts du Rhin. Commentaire par Alexandra Pignol-Mroczkowski, (ENSAS).

lire, imprimer, performe la recherche artistique