

## FICHE DE LECTURE

---

Aygul Razyapova  
DSAA Design Graphique  
Lycée Saint- Exupéry  
Marseille / 2017

Dans cette fiche de lecture, je vais baser mes propos sur plusieurs chapitres du livre de Ruedi Baur et Sébastien Thiéry, *Face au Brand Territorial*, édition Lars Muller, octobre 2013. Cet ouvrage a été fondamental pour structurer mon questionnement.

■■■■■■■■■■

En se questionnant sur l'avenir de l'identité territoriale Ruedi Baur conduit une enquête sur les représentations visuelles des régions et nations d'Europe. Pourquoi est-il parfois si difficile de différencier le logo d'une ville du logo d'une marque ? Pourquoi adopter des techniques issues du marketing pour représenter un territoire ? Ce sont les questions que Ruedi Baur évoque dans son analyse. Ruedi Baur analyse la tendance récente qu'ont eu les villes occidentales à opter pour la transition de leurs blasons historiques au profit de logos. Cette recherche analyse l'histoire des relations entre les marques et les villes en Europe. Leur proximité iconographique et historique est saisissante, un symptôme d'une corrélation complexe datant de l'Antiquité.

Tout d'abord, on constate que la définition même de la notion de ville est liée au développement de l'économie et du commerce. Les villages deviennent les villes à partir du moment où l'activité artisanale commencent ( Fabrication d'outils agricoles, de poteries, d'armes...) Les grandes périodes historiques ont transformé la société, le commerce et l'économie. Les blasons de villes, les marques d'atelier sont apparue au Moyen Âge. Graphiquement, le langage des blasons, des poinçons, les marques d'artisans étaient très proches et il était facile de les confondre.

Ensuite, Ruedi Baur nous montre que pendant la révolution industrielle, les villes et les marques ont à nouveau subi des transformations comme l'augmentation de la production de masse et l'apparition des villes ouvrières et des logements de masse. Les marques et les villes s'étendent alors et entrent dans les systèmes du capitalisme et de la compétition internationale. À partir de XIX<sup>e</sup> siècles, les marques adoptent ainsi des logos, puis une logique de branding, c'est-à-dire, ils commencent à adopter ces méthodes de communication pour leurs villes. Les villes sont gouvernées comme des entreprises. Selon Ruedi Baur, concevoir un logotype pour un espace, c'est représenter en quelque sorte sa constance, ses racines, son immobilisme... Lui offrir in langage visuelle, c'est déjà lui permettre de s'exprimer.

Les villes n'ont plus une identité qui les représentent. En abandonnant leur blason, ils ont adopté un logo moderne réalisé par les agences de communication. Mais pourquoi abandonner les blasons ? C'est un élément historique fort qui est propre à une collectivité. Ruedi Baur nous propose de comprendre les raisons qui ont poussé certaines instances politiques à remettre en question le système des blasons et la solution pour les réinventer. Certains blasons comme celui de la commune d'Orly, montrent également que les motifs des armoiries ne doivent pas obligatoirement remonter au Moyen Age, qu'il serait donc possible de contemporanéiser ces signes tout en restant dans les règles de l'héraldique. En plus, un autre avantage de ce mode d'identification est certainement la possibilité d'assembler des motifs différents, et donc ne pas réduire un territoire à son monument principal. Ensuite, l'auteur explique qu'un territoire pouvait tout aussi bien se définir par sa production agricole, son cours d'eau ou sa forêt.

Même si leur lecture est devenue aujourd'hui difficile, il reste somme toute possible de décoder à travers ces signes des particularités du territoire politique représenté. Plusieurs facteurs plus fonctionnels restent cependant des obstacles à leur usage contemporain. Les arguments souvent évoqués avaient trait à la lisibilité du blason à distance et à sa reproductibilité sur divers médias à différentes tailles. Ruedi Baur proposent le redesign d'emblèmes. Grâce au redesign cet handicap est surmontable. Le blason nécessite donc une sorte de légendage indiquant à la fois l'entité politique et le nom du territoire...