

# ✦ COPAINS ✦ DE PATELIN

1<sup>ER</sup> FÉVRIER  
2019 ✦



**FÊTE LOCALE**

**BROCANTE ET VENTE DE GALETTE  
REPAS MOULES FRITES À VOLONTÉ  
FÊTE FORAINE ET FEU D'ARTIFICE  
CONCOURS DE PÉTANQUE ET LOTO  
BAL NON-STOP ANIMÉ PAR ORIANE**

Introduction		4–9
Partie I	Le design face au lien social et l'intégration en zone rurale	10–25
1	Construction du lien social à la campagne	
2	Ville et village, une approche différente de la sociabilité	
3	La ruralité en mal d'attache	
Partie II	L'identité en zone rurale	26–43
1	Comprendre l'identité d'un territoire	
A	Les composantes d'une identité de territoire en ville et au village	
B	Un rapport au territoire lié aux individus qui pousse à l'attachement	
2	Le design graphique, identité de territoire	
A	Un design graphique amateur à la campagne	
B	Une identité visuelle qui engendre un sentiment d'appartenance	
Partie III	L'intérêt d'une identité de territoire pour affermir les liens sociaux	44–55
1	Qu'est-ce qu'une identité apporte à un groupe ?	
2	Intéresser les individus à élaborer une identité de territoire	
Conclusion		56–59
Remerciements		60–61
Bibliographie		62–63
Annexes	A; B; C; D	

## Introduction



Habitant un village depuis mon enfance, ayant été membre active d'une association au sein de ma commune et en tant que designeuse graphique, je suis partie du constat que la communication visuelle à la campagne était pauvre, voire identique à celle des villages voisins. Cependant, au-delà de cette observation, j'ai constaté que ce problème de communication entraînait un autre de manière sous-jacente : celui de la non-intégration de tous au sein du village.

Évidemment la communication visuelle n'est pas le facteur principal à l'intégration ou non des habitants au sein de leur commune. Et d'ailleurs, en ce qui concerne l'intégration, les exceptions existent. Des villages sont de véritables villages-dortoirs<sup>(01)</sup> où l'anonymat règne entre les résidents, tandis que d'autres sont indéniablement dynamiques et l'interconnaissance<sup>(02)</sup> y domine. Tirillée par des paradoxes, la campagne présente des situations différentes. Les villages ne sont pas une entité unique ayant tous les mêmes problématiques, certains oscillent entre désertification et urbanisation, vieillissement de la population et arrivée de jeunes ménages, désertification commerciale et renouveau du commerce de proximité... La question n'est pas de savoir dans quels villages les relations sont plus sincères ou plus nombreuses, mais de faire en sorte que la proximité sociale soit optimale quel que soit le village.

Les zones rurales sont à l'ombre des métropoles mondialisées, « ces territoires sont ceux d'une France à l'écart<sup>(03)</sup> », ses habitants peuvent ainsi ressentir un sentiment d'abandon. Village Magazine, SOS Village TF1, BRUDED<sup>(04)</sup> ou encore les Plus Beaux Villages de France ont pour vocation de montrer la campagne

<sup>01</sup> Est appelé village-dortoir un village constitué essentiellement d'habitations dont les habitants travaillent en ville. Définition du CNRTL, Village [en ligne], sans date [consulté le 12 décembre 2018]. URL : <http://www.cnrtl.fr/definition/village>.

<sup>02</sup> Connaissance réciproque, tout le monde connaît tout le monde.

<sup>03</sup> Guilluy Christophe, *La France périphérique*, Paris, Flammarion, collection « Champs actuel », 2015, p. 54.

<sup>04</sup> BRUDED est une association qui regroupe un réseau de nombreuses collectivités de Bretagne et Loire-Atlantique qui s'engagent dans des réalisations concrètes de développement durable et solidaire. BRUDED signifie Bretagne Rurale et Rurbaine pour un Développement Durable.

comme un lieu de mémoire, de culture, de savoir-faire et surtout d'innovation et d'avenir. Ma recherche s'inscrit donc dans une démarche déjà initiée par ces organismes, dans une dynamique de mise en avant des territoires ruraux, d'affermissement des liens sociaux et de lutte contre la désertification. En ce sens, la question qui régit mon travail de recherche est la suivante : Comment le design graphique peut-il consolider les liens sociaux entre les habitants d'une commune rurale ?

Ce travail de recherche s'ouvre à différents champs d'action. Socialement, mon projet se veut facilitateur de lien, de fréquentation et d'affinité entre les individus d'une même commune. Esthétiquement, il souhaite renouveler l'image de la campagne, mais surtout songer avec les habitants à une identité de village qui leur soit propre et dans laquelle ils se reconnaissent. Enfin pédagogiquement, par la réunion des deux premiers champs, l'idée est de guider les habitants de manière plastique et graphique à la réalisation, ensemble, d'une identité globale de leur village.

À travers ce mémoire je m'interroge sur les spécificités de la ruralité, en particulier sur la manière dont la population, les associations et la municipalité communiquent. Je questionne ainsi l'influence de la communication sur la qualité de l'identité du village et la nature des relations sociales entre les habitants.

Les termes employés pour définir le village sont divers, il est alors important de les clarifier afin d'en comprendre l'utilisation. D'abord, pour déterminer ce qui relève du rural ou de l'urbain, l'INSEE<sup>(05)</sup> définit une limite en fonction du nombre d'habitants. Même si cette division admet des exceptions, au-dessous de deux mille âmes, la commune est considérée comme rurale. Selon la même source, l'espace rural « regroupe l'ensemble des petites unités urbaines et communes rurales n'appartenant pas à l'espace à dominante urbaine [...]. Cet espace est très vaste, il représente 70 % de la superficie totale et les deux

<sup>05</sup> INSEE, Unité urbaine / Agglomération / Agglomération multicommunale / Agglomération urbaine [en ligne], 13 octobre 2016 [consulté le 12 décembre 2018]. URL : <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1501>.

tiers des communes de la France métropolitaine<sup>(06)</sup> ». En France, le village est donc une agglomération rurale ou une commune rurale où ses habitants sont des Ruraux ou des villageois. Les territoires ruraux sont fréquemment assimilés à la campagne, notion géographique définie comme un « paysage rural caractérisé par ses champs allongés, l'absence de clôtures et de haies et son habitat groupé<sup>(07)</sup> ». Enfin, en ce qui concerne le terme de ruralité, il est un caractère ou un état de ce qui relève être rural. En somme, l'emploi d'un mot plutôt qu'un autre est une manière de varier les termes dans l'écriture, nullement une marque d'un positionnement familier, ou d'un détachement vis-à-vis du sujet.

J'ai choisi de suivre une logique linéaire dans l'organisation de mon mémoire. D'abord, je vais proposer un état des lieux général autour de la notion de lien social et la manière dont le design graphique pourrait le compléter davantage en zone rurale, afin d'intégrer chaque individu au sein de sa commune. Non pas sans lien avec un sentiment d'intégration, j'analyserai ensuite ce qui compose une identité de territoire à la campagne. Par le patrimoine et la communication visuelle qui s'y trouvent, je comparerai ces différences avec des territoires urbains, puis je questionnerai le design graphique et sa faculté à fortifier, chez les habitants, un sentiment d'appartenance pour leur village. Enfin, par le regroupement du lien social et de l'identité, l'élaboration d'une identité visuelle de territoire pourrait être un prétexte à la rencontre. Par conséquent, je vais imaginer mon rôle de designeuse graphique qui sera celui d'établir des moyens et outils participatifs et collaboratifs, propices à la création d'une identité de territoire par les habitants.

Pour initier cette recherche, le projet devra s'inscrire préalablement dans un contexte, un village où il est aisé de me rendre afin de mettre en place

<sup>06</sup> INSEE, Espace rural / Espace à dominante rurale [en ligne], 13 octobre 2016 [consulté le 12 décembre 2018]. URL : <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1034>.

<sup>07</sup> CNRTL, Campagne [en ligne], sans date [consulté le 12 décembre 2018]. URL : <http://www.cnrtl.fr/definition/campagne>

mes intentions. Le choix d'une commune Bretonne était mon objectif afin de mener à bien le travail. Grâce à l'association BRUDED, j'ai été mise en lien avec une commune ouverte à mon projet, celle de Langouët. Ma réflexion s'est étoffée après avoir rencontré le maire Daniel Cueff, quelques habitants et certains membres du bar associatif de la commune. En plus de m'être rendue à Langouët, j'ai publié un questionnaire à destination d'habitants de communes rurales françaises, celui-ci m'ayant permis d'en apprendre plus sur la nature des liens sociaux à la campagne.



1 Construction du lien social  
à la campagne

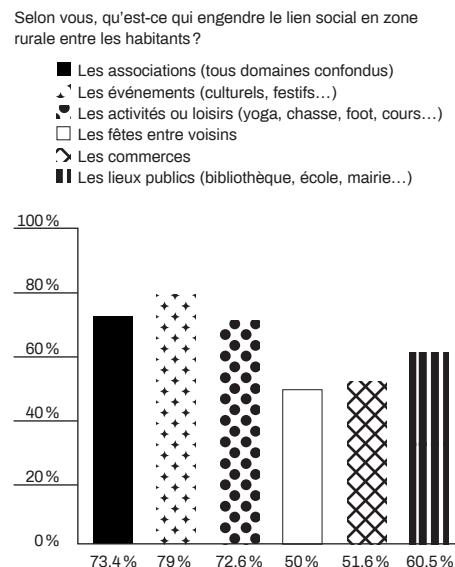
Le lien social est une notion sociologique qui définit les relations entre les individus. Il est néanmoins difficile d'établir des indicateurs permettant de mesurer la force des liens sociaux car ce lien peut varier en fonction d'un contexte spatial et temporel. Cependant on peut le constater, à l'échelle d'un territoire, par le niveau et la fréquence d'investissement de l'individu au sein de sa commune. Ainsi, selon Vincent Banos et Jacqueline Candau, le lien social s'analyse dans « les processus d'appropriation des spatialités ordinaires<sup>(08)</sup> », relevant ainsi « le rôle de l'espace comme médium<sup>(09)</sup> ». C'est-à-dire un lieu où s'établit une diversification des usages et des publics.

Dans les villages, l'investissement personnel se manifeste à travers les associations, l'organisation et la participation aux événements et activités proposées. Le questionnaire que j'ai publié en ligne, témoigne de points de vue d'une centaine de personnes, il n'est nullement une source sûre, mais simplement une manière de constater des réponses et de m'appuyer sur des avis concrets. À la question « selon vous, qu'est-ce qui engendre le lien social en zone rurale entre les habitants ? » (voir Annexe A, p. 5), les événements, qu'ils soient culturels ou festifs l'emportent à 79 % (fig.01). Cela montre bien qu'un dynamisme lié à la construction des liens sociaux est présent en campagne. Les mêmes personnes interrogées devaient également répondre à une question ouverte : « En quoi vous estimez-vous intégré.e.s ou non au sein de votre commune ? » Les réponses glanées sont hétérogènes (voir Annexe A, p. 3-5), elles varient entre un bon sentiment d'intégration et un sentiment de rejet, mais si l'on se focalise sur les individus ayant comme sentiment celui d'être intégré,

<sup>08</sup> Banos Vincent et Candau Jacqueline, « Recomposition des liens sociaux en milieu rural – De la fréquentation d'espaces à la production de normes collectives ? », *Espaces sociétés*, n°127, 2006, p. 9–112.

<sup>09</sup> *Ibidem*.

fig. 01  
Questionnaire Google Form, 2018,  
L'expérience de la ruralité.  
En ligne du 14 Novembre 2018 au 22 Novembre 2018,  
124 personnes interrogées.  
Graphique correspondant à la question :  
« Selon vous, qu'est-ce qui engendre le lien social en zone rurale  
entre les habitants ? ».



on constate que la famille, si elle « est originaire de la commune depuis longtemps<sup>(10)</sup> », mais aussi la présence et l'utilisation de l'école dans le village jouent un rôle essentiel dans la relation avec l'autre. Ces deux principaux facteurs sont la première source d'intégration sociale au village, les événements et associations deviennent plutôt des moyens de poursuivre et d'alimenter les liens sociaux établis.

À Langouët, les habitants rencontrés sont du même avis, l'école a joué un rôle important dans les relations entre les villageois. La présence du bar associatif **La Cambuse**, « initié pour et par les habitants<sup>(11)</sup> » il y a maintenant six ans, ainsi que le lotissement de la Pelousière<sup>(12)</sup> ont été également vecteurs de cohésion sociale. Lors de la construction de la Pelousière, les futurs habitants étaient en effet invités à participer à la construction de leur maison, ce qui a ainsi permis des premiers contacts entre futurs voisins. Jérôme m'a affirmé, ainsi que d'autres habitants

<sup>10</sup> Voir Annexe A : Réponse d'une femme ayant entre 25–35 ans habitant une commune entre 1501–2000 habitants dans une maison neuve, en famille, p. 3.

<sup>11</sup> Voir Annexe B : Entretien avec les membres du bar associatif *La Cambuse*, à Langouët (35), le 16 novembre 2018, p. 1.

<sup>12</sup> La Pelousière est le deuxième programme de lotissement écologique de la commune de Langouët (35). Il vise une mixité sociale et est créé pour des familles modestes recherchant un habitat sain et économe en énergie.

rencontrés au bar associatif de la commune, que cet écoquartier avait amorcé les liens entre voisins : « Notre quartier avec mes voisins, nous l'avons baptisé "le quartier de l'apéro"<sup>(13)</sup>. » Son discours est un témoignage d'une convivialité régnant dans cette partie de la commune.

Autre pilier du lien social à Langouët : *La Cambuse*. Le bar associatif de la commune qui est ouvert tous les vendredis soirs depuis maintenant 6 ans est un facilitateur du lien social, il était « la chose qui manquait à Langouët<sup>(14)</sup> » après la fermeture des bars et des commerces du village. Cependant, rares sont les communes rurales qui bénéficient d'un lieu de rencontre dans lequel on peut se rendre régulièrement. Un bar associatif est une démarche qui émane d'un groupe d'individus, il renforce matérialise les liens sociaux existants. Le groupe est le moteur, il fait germer des initiatives qui renforcent et élargissent les liens sociaux. Cependant toute commune n'a pas forcément un contexte prêtant à initier un bar associatif. De plus un groupe ne peut pas vraiment se former s'il n'y a aucun lien social préalable entre les individus. Si l'on prend en compte ces propos, mon projet de design devra faire l'intermédiaire entre les habitants et l'espace de rencontre afin de cultiver les relations sociales. D'ailleurs, l'espace temporaire *Studio Plage*, imaginé par Formes Vives<sup>(fig.02)</sup> a pour objectif de rassembler et de divertir les habitants et les touristes de la ville de St-Hilaire-de-Riez. Indépendante d'une association et en extérieur, cette installation est dotée d'un équipement pratique pour manger et jouer, les designers ont fait d'un lieu désuet un espace convivial. Nouvelle dans le paysage, la structure en bois peinte provoque la curiosité, elle bouscule le quotidien pour quelques mois. Ne laissant pas le temps de s'y habituer trop vite, le caractère éphémère évite que la monotonie ne s'installe. Cependant cet espace pensé de manière éphémère pose problème sur la durée

<sup>13</sup> Voir Annexe B, p. 2.

<sup>14</sup> Voir Annexe B, p. 1.

fig.02  
Formes Vives en collaboration avec les designers  
Barreau & Charbonnet et l'atelier Fichtre,  
Studio Plage, 2018.  
Projet de commande de la ville de St-Hilaire-de-Riez,  
Structure en bois peinte aux couleurs du paysage,  
Sion sur l'Océan, France.



du lien social. À peine apparu, comment celui-ci perdure-t-il dans le temps après la disparition de ce point de convergence ?

Pour inciter à la rencontre entre les habitants dans un village, il est envisageable d'exploiter une partie de l'espace public, indépendamment d'un bâtiment, pour créer un lien social durable et fort. Les habitants doivent être invités à se confronter et à échanger ensemble dans la durée par un dispositif pérenne. Il pourrait s'agir de proposer du mobilier modulaire convivial ainsi que des jeux universels tels que des échecs, des dames ou autres jeux de société, peints à même le mobilier afin de stimuler les échanges. La modularité d'un espace invite l'usager à se l'approprier puisqu'il peut faire des choix dans l'agencement. Le principe de cet espace ouvert sur l'espace public est d'être un espace commun, accessible et appropriable, il se veut incitateur d'une mixité sociale et intergénérationnelle.

Que son cadre de vie soit rural, urbain ou périurbain, l'être humain éprouve un besoin de proximité sociale. Faisant partie du quotidien, comment cette sociabilité se trouve-t-elle être si différente d'un territoire urbain à un territoire rural ? La ville est un espace de partage qui regorge de nombreuses institutions contrairement

à la campagne, plus en marge, où rien n'est visible. Quelle est la meilleure sociabilité, la plus vraie ? Pourquoi ce besoin de sociabilité est-il ressenti sur un territoire ?



2 Ville et village, une approche différente  
de la sociabilité



L'attractivité de la ville est souvent plus nette par la quantité de divertissements, de commerces et d'institutions en son sein. Par la mobilité partagée, une facilité d'accès aux activités et divertissements qu'offre la ville est établie. Les banlieues et autres quartiers résidentiels, plus proches des zones urbaines dynamiques, ont aussi la possibilité d'accéder à cette distraction. Cependant, les transports en commun n'existant pas voire très peu en zone rurale, les villageois sont très dépendants d'une forme de mobilité motorisée individuelle pour accéder aux zones d'attractivités les plus importantes. Sans tous ces divertissements qu'offre la ville, les Ruraux éprouveront peut-être plus facilement un sentiment d'isolement et un besoin de se divertir. Il y aurait dans la nature humaine un besoin de se divertir. Autrement dit, il est nécessaire d'avoir des loisirs dans notre quotidien pour remédier à la monotonie voire l'ennui.

Néanmoins, cette attractivité urbaine n'est pas gage de communauté. D'ailleurs Dominique Schnapper, sociologue depuis 1967, dit que « le droit formel de chacun à échanger avec les autres ne correspond pas à la réalité des relations sociales. La société démocratique reste hétérogène et hiérarchisée<sup>(15)</sup> ». La profusion n'est pas gage de qualité du lien social, sous ces innombrables attractions qu'offre la vie urbaine, la notion de choix dans les divertissements est avancée. En effet, « selon leur situation sociale, les individus ne fréquentent ni les mêmes établissements scolaires ni les mêmes associations, ils ne pratiquent pas les mêmes sports et ils ne partent pas de la même façon en vacances<sup>(16)</sup> ». Il y a une illusion dans les relations humaines en ville,

<sup>15</sup> Schnapper Dominique, « Idéal et limites de la mixité sociale. Les arguments du débat public », *Informations sociales*, n°125, 2005, p. 6-5.

<sup>16</sup> Schnapper Dominique, *loc. cit.*

les individus s'assemblent parce qu'ils font partie d'une même hiérarchie sociale. En conséquence, bien que l'on soit entouré plus généreusement de personnes et de voisins en zones urbaine et périurbaine, on est très souvent seul au milieu d'inconnus, « le fait d'être proche spatialement les uns des autres ne veut pas forcément dire qu'il y ait fréquentation et proximité sociale<sup>(17)</sup> ». À la campagne, le choix dans les loisirs, activités et institutions est quasi nul, les individus sont amenés à se confronter sans distinguer une hiérarchie sociale. Les ménages présentant différentes situations sociales ont les mêmes divertissements, il est intéressant de voir qu'il y a alors une mixité dans les relations sociales qui peut se dessiner au village – même si la plupart des ménages sont de catégories populaires<sup>(18)</sup>.

Nous l'avons dit, les divertissements sont le plus souvent initiés par les associations. À Langouët par exemple, des concerts sont proposés à l'église et au bar grâce au bénévolat des habitants, des spectacles d'enfants à l'école pour les parents, etc. Les événements, activités et les commerces de proximité – s'il y en a – nourrissent les rapports sociaux et dynamisent la vie en communauté dans un village. Ceci étant dit, on constate souvent un manque notable du point de vue culturel à la campagne (voir Annexe A, p. 7-8). Les personnes l'ayant mentionné dans le questionnaire pensent que la culture peut être une source de lien social en zone rurale. La culture est probablement entendue ici comme une culture artistique (opéra, musée, cinéma, concert, théâtre...). En effet, elle peut faire appel à des intérêts communs, ce qui favorise une forme de rencontre avec l'autre. De plus, initiée dans un village, elle permet aux habitants de se divertir et de mettre à l'écart ce possible sentiment d'isolement. Il y a différentes manières d'apporter davantage de culture à la campagne. Matali Crasset l'introduit en zones rurales et périurbaines avec son camion *MuMo* (fig. 03).

<sup>17</sup> Stébé Jean-Marc et Marchal Hervé, *La Sociologie Urbaine*, Paris, Presse Universitaire de France, « Que sais-je ? », (2007) 2008, p. 99.

<sup>18</sup> Selon Christophe Guilluy, ces territoires sont ceux où l'on trouve l'essentiel des classes populaires. In Guilluy Christophe, *op. cit.*, p. 54.

Il s'agit d'un musée mobile modulable qui diffuse les collections d'art contemporain du Frac. Ce camion culturel offre la possibilité aux visiteurs d'avoir une approche de l'art contemporain par les expositions proposées à l'intérieur. Son organisation extérieure et intérieure est conviviale. Le véhicule est pensé de manière à ce que les visiteurs vivent une expérience sociale en plus d'une expérience esthétique.

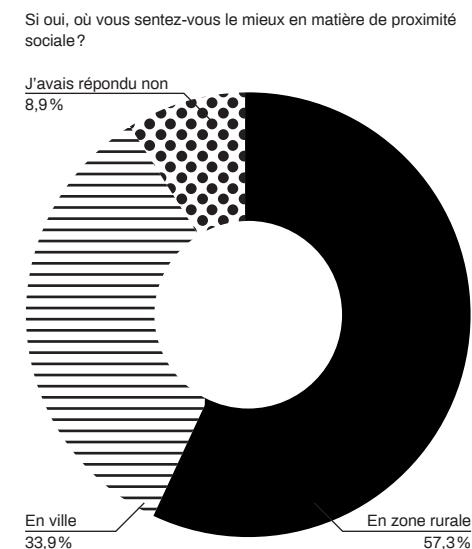
fig.03  
Matell Crasset (1965 - ), MuMo, 2011.  
Camion modulable prenant place dans des villages ayant une visée éducative sur le plan artistique et culturel, nombreuses étapes en région francilienne et normande, France.



Cette démarche prouve qu'il est possible d'introduire une approche culturelle dans le quotidien sur des territoires où la culture artistique est plutôt absente. Ce n'est pas l'habitant qui va à la culture, c'est la culture qui vient à l'habitant. Il est question d'éveiller les habitants. S'il s'agit d'une culture artistique, il est possible d'initier des moments durant lesquels les habitants pourront s'exprimer ou montrer leur culture personnelle. Mon travail de designeuse, ici, est de faire en sorte que les habitants puissent communiquer pour annoncer ces moments et pourquoi pas que les personnes ayant participé aient un moyen de collecte des informations. Il pourrait s'agir de carnets, de stickers ou de pochoirs, etc. avec lesquels on pourrait retranscrire ce qui a été appris. Cette idée s'agit en fait de stimuler l'existant où chacun est amené à proposer

sa culture personnelle, elle peut tendre à divertir culturellement une communauté. Cependant, au-delà d'une culture artistique, j'estime que les expertises de certains habitants sont une forme de culture, il est possible d'intégrer au cœur de la communauté un service d'aide locale ou d'apprentissage d'une technique ou d'un savoir-faire. Proposé par les habitants, leurs services pourraient profiter à tous en apport de connaissance et tendraient à affermir les liens sociaux. En tant que graphiste, j'imagine un affichage pérenne et modifiable dans le village qui matérialiserait et renseignerait les différentes aides ou connaissances des habitants, afin de les mettre en avant dans la commune, mais aussi un site internet à destination des habitants pour qu'ils puissent retrouver ces informations en ligne. Les villageois pourront également recommander l'aide dont ils ont bénéficié par le biais de stickers à ajouter sur l'affichage dans l'espace public par exemple.

fig. 04  
Questionnaire Google Form, 2018,  
*L'expérience de la ruralité.*  
En ligne du 14 Novembre 2018 au 22 Novembre 2018,  
124 personnes interrogées.  
Graphique correspondant à la question :  
« Avez-vous fait l'expérience d'habiter en ville, si oui, où vous sentez-vous le mieux en termes de proximité sociale ? ».



Pour compenser le manque au niveau de la culture artistique, il est intéressant de faire appel à la culture de tous afin d'échanger et de transmettre un savoir-faire ou des connaissances, bénéfiques aux rapports sociaux entre les habitants. Dans l'imaginaire collectif, le village est souvent connu pour une forme de vie communautaire plus présente qu'en ville, d'ailleurs Rodolphe Dodier remarque qu'il y a une « attirance pour une sociabilité villageoise idéalisée<sup>(19)</sup> ». En effet, par la proximité spatiale et l'effectif restreint de la population, le contexte du village favorise les échanges et les rencontres avec les personnes environnantes. De plus, face à la question « où vous sentez-vous le mieux en termes de proximité sociale ? » (voir *Annexe A*, p. 6), 57,3 % des personnes interrogées, ayant fait l'expérience d'habiter en ville et à la campagne, ont répondu en zone rurale contre 33,9 % en ville (fig.04). Or une non-intégration de tous dans la vie du village est visible et est un problème pour un esprit de communauté.



<sup>19</sup> Dodier Rodolphe, « Quelle articulation entre identité campagnarde et identité urbaine dans les ménages "périurbains" ? », *Norois*, n° 202, 2007, p. 35–46.

3 La ruralité en mal d'attache



Expliquée plus haut, la question de l'intégration passe par la qualité du rapport avec la commune, l'investissement ou non au sein de celle-ci. Rodolphe Dodier différencie deux types d'implications en ce qui concerne les relations sociales au sein d'une commune.

+ La plupart des ménages ont un rapport plus  
+ mesuré [avec leur village], avec des pratiques  
+ impliquantes (recevoir chez soi, etc.), mais aussi  
+ beaucoup de consommation (de loisirs sportifs  
+ ou culturels par exemple) qui les amènent à  
+ des relations sociales sans que ce soit forcément  
+ un objectif initial. [...] Inversement, d'autres  
+ personnes n'ont qu'une pratique limitée de  
+ la commune où ils résident, avec une utilisation  
+ éventuelle des quelques services et commerces  
+ locaux, mais sans véritable implication<sup>(20)</sup>.

À cela s'ajoutent ceux qui s'impliquent pleinement dans la vie locale en étant membres actifs des associations, clients très réguliers des commerces de proximité, etc. Ce type d'implication en ce qui concerne les relations sociales est intentionnel et les ménages ou individus impliqués de cette manière sont de véritables sources de lien social.

Cependant, au-delà de l'investissement, l'intégration s'établit également par la façon de communiquer avec ses voisins. Dans l'espace rural cohabitent le milieu agricole, les ménages de catégories populaire et moyenne et quelquefois de catégorie aisée. Pourtant, même si les villages assurent parfois une mixité dans ces catégories sociales, cela ne veut pas dire que toutes communiquent facilement. D'abord, la difficulté d'intégration au sein de

<sup>20</sup> Dodier Rodolphe, *loc. cit.*

sa commune rurale est liée à différents facteurs. Si l'on s'appuie sur les réponses du questionnaire, certaines personnes affirment ne pas être en phase avec les habitants du village du fait de « peu d'intérêt en commun, un sentiment de décalage et d'incompréhension<sup>(21)</sup> », d'autres ne voient aucune sollicitation de la part des habitants ou des événements, par exemple une femme en témoignage :

\* Le lien est plus facile quand on est originaire de la commune ce qui n'est pas mon cas. Quand on vient d'ailleurs, il faut faire l'effort de s'intégrer car tout le monde se connaît et ne ressent pas forcément le besoin d'aller vers vous. J'habite une commune où spontanément les gens se disent bonjour. Aussi, un gros festival y est organisé tous les ans, le lien social existe grâce à ça. Seul hic, de nouveaux lotissements fleurissent et on ne connaît pas cette nouvelle population<sup>(22)</sup>.

L'expérience du rejet ou de la ségrégation est aussi ressentie par certains villageois. Enfin, une situation professionnelle hors village, qu'elle soit à l'adolescence ou à l'âge adulte, est également un cas qui rend difficile une forme d'intégration au sein de sa commune. Il y a un autre point qui questionne l'intégration de chacun dans son territoire, il s'agit des échanges oraux entre les habitants. Encore une fois, les réponses du questionnaire sont mitigées mais seulement 12,1 % des personnes interrogées (voir graphique Annexe A, p. 2) jugent avoir des échanges allant au-delà de la simple courtoisie avec les habitants de leur commune (fig.05). « Ragots, potins, un peu l'hypocrisie du "vivre ensemble"<sup>(23)</sup>. » Il y a un manque de sincérité qui se manifeste, on fait « bonne figure ».

Rodolphe Dodier mentionne une « sociabilité villageoise idéalisée [où en réalité] les déceptions sont aussi nombreuses, soit en raison du fort contrôle social

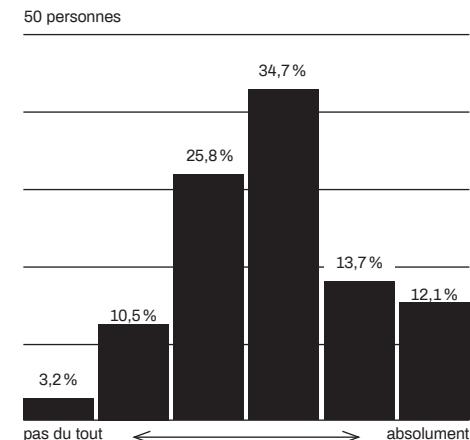
21 Voir Annexe A : Réponse d'un homme ayant entre 20–25 ans habitant une commune de plus de 2000 habitants dans une vieille bâtisse rénovée, en famille, p. 3.

22 Voir Annexe A : Réponse d'une femme ayant entre 35–45 ans habitant une commune entre 1001–1500 habitants dans une vieille bâtisse rénovée, en famille, p. 8.

23 Voir Annexe A : Réponse d'une femme ayant entre 20–25 ans habitant une commune entre 1001–1500 habitants dans une maison neuve, en famille, p. 3.

fig. 05  
Questionnaire Google Form, 2018,  
L'expérience de la ruralité.  
En ligne du 14 Novembre 2018 au 22 Novembre 2018,  
124 personnes interrogées.  
Graphique correspondant à la question :  
« Lorsque vous êtes confronté.e.s à des personnes du village, est-ce que vos échanges vont au-delà de la simple courtoisie ? ».

Lorsque vous êtes confronté.e.s à des personnes du village, est-ce que vos échanges vont au-delà de la simple courtoisie ?



qui fait que tout se sait dans la commune [...], soit en raison du décalage entre les attentes du ménage et la réalité vécue [...] bref la réalité des relations sociales prend des formes variées, de l'entente cordiale à la franche hostilité<sup>(24)</sup> ».

Se profile alors une méconnaissance des personnes qui nous entourent. Est-ce un lien social artificiel ? Y a-t-il une véritable intégration de tous au sein des communes rurales ? L'idée de la communauté n'est-elle pas faussée ? N'y aurait-il donc pas des failles dans les relations sociales entre certains résidents d'une même commune ? Bref, même si les voisins et des personnes du village sont clairement identifiables et que des formules de politesse sont adressées, les échanges ne vont parfois pas au-delà. Pour redonner de la valeur aux échanges entre les gens, Marion Pinaffo a adopté une démarche qui invite à la rencontre. Dans ses *Îles à Gratter* (fig.06), en collaboration avec l'illustrateur Bonnefrite, la graphiste invite les enfants à gratter du mobilier modulaire avec

24 Dodier Rodolphe, loc. cit.

leurs ongles pour s'exprimer et laisser leur trace. Au fur et à mesure que le revêtement noir est gratté, des motifs et des couleurs apparaissent. Le mobilier est de nouveau recouvert par le revêtement pour répéter l'opération lorsqu'il est entièrement enlevé.

fig. 06  
Marion Pinaffo et Benoît Bonnemaison-Fitte  
aka Bonnefitte, /Les à Gratter/, 2014.  
Modules en bois assemblés et peints  
de motifs colorés, puis recouverts  
d'un revêtement à gratter pouvant s'agencer  
de différentes manières dans l'espace.  
Objets commandés par le Centre Pompidou  
pour le studio 13-16, le projet a été installé  
dans plusieurs lycées parisiens.



Mis en place dans des cours de récréation, espace commun propice à la rencontre, les modules appellent à être pelés par tous et favorisent alors l'échange et la proximité avec l'autre. Dans ces conditions, les échanges prennent un sens. Il faut favoriser les échanges entre différentes personnes d'un même territoire par des dispositifs mis en place dans un espace précis et stratégique, propice à la rencontre. Dans un village, il peut s'agir d'un espace public en extérieur ou d'une place. Les échanges entre les habitants d'un même village peuvent être favorisés par l'organisation d'un événement festif où chacun est invité à concevoir, sur place, les différents objets et gadgets liés à la fête. Par le design de patrons de gobelets, de masques, de chapeaux ou encore de guirlandes, les habitants peuvent monter ou assembler pour leurs voisins, et la communauté en général, l'ensemble des éléments pour une fête réussie. Entre autres, une fête est une occasion de se rencontrer

tous et de s'intégrer au sein d'une communauté. D'ailleurs, l'intégration ou le fait de se sentir concerné peut aussi passer par le biais de cartons d'invitation que l'on envoie à son voisin pour l'informer et lui demander de participer à la fête. Mon projet pourra mettre à disposition des cartes pré-générées ou créées en sérigraphie avec les habitants pour qu'ils puissent les adresser personnellement à une personne, ce qui permettra de mieux la convaincre car elle aura le sentiment d'être directement invitée et concernée.

Le lien social est important en zone rurale afin de préserver le caractère « communautaire » du village. Pour que tous les habitants d'un village se sentent intégrés au sein de leur commune et qu'un sentiment de communauté se fortifie, on l'a vu, la rencontre et l'échange doivent être favorisés. Par ailleurs, par le fait que les habitants d'un village ont comme objet commun leur territoire, comment l'identité de celui-ci peut-il agir sur l'intégration des habitants au sein de la commune? Quelle forme prend l'identité d'un village? La communication visuelle présente au village n'a-t-elle pas quelques faiblesses? Enfin, comment le graphisme influence-t-il le sentiment d'appartenance du villageois?



## 1 Comprendre l'identité d'un territoire



## A Les composantes d'une identité de territoire en ville et au village

Un territoire est souvent identifiable par son patrimoine, qu'il soit architectural, naturel ou culturel. Ainsi, symboliquement, on associe Paris à la Tour Eiffel et vice-versa. En zone rurale, certains villages disposent d'un patrimoine plus prononcé que d'autres. Par exemple, Les communes françaises faisant partie de l'association des Plus Beaux Villages de France sont connues pour leur patrimoine remarquable notamment en matière d'architecture historique. Cependant les villages qui ne prétendent pas à un patrimoine exceptionnel, ne sont pas nécessairement dépourvus d'identité. Si des villages sont plus pauvres en termes d'architecture et de culture que d'autres, il y a tout de même un patrimoine naturel et un capital social bien présents dans chacun d'entre eux. Les habitants, les liens entre eux, leur relation avec la commune, les commerces, les paysages, etc. sont des facteurs qui rythment et complètent tout autant l'identité d'un village de sa naissance à aujourd'hui et qui nourrissent la mémoire des habitants.

Des détails liés au langage sont également une manière d'identifier un territoire, ainsi quand le photographe Raymond « Depardon choisit de voyager [...] dans les creux d'une France peu photographiée<sup>(25)</sup> », c'est parce qu'il a la volonté de « [...] recueillir [les] conversations, [les] accents, [les] façons de parler<sup>(26)</sup> ». Ces spécificités territoriales rendent tout autant compte de la variété des identités de villages. La manière dont les actions menées au sein d'une collectivité sont orientées, fait aussi l'identité d'un village.

<sup>25</sup> Racine Bruno, « Préface », in Depardon Raymond (dir.), *La France de Raymond Depardon*, Paris, Seuil & Bibliothèque Nationale de France, « Beaux Livres », 2010.

<sup>26</sup> Depardon Raymond, *Les Habitants*, Palmeraie et Désert, 2016, 84min.

Ainsi, la commune rurale de Langouët ne prétend pas à un patrimoine historique ou architectural spectaculaire, cependant le village s'est forgé une identité écologique aux yeux du monde<sup>(27)</sup> (voir *Annexe C, p. 2*) grâce aux actions entreprises par le maire : la cantine 100 % bio, les deux lotissements écologiques, la maison démonstrateur bioclimatique BIOCLIM HOUSE <sup>(fig.07)</sup>, etc.

fig.07  
Maison démonstrateur bioclimatique en structure de bois BIOCLIM HOUSE ayant un impact zéro carbone, zéro énergie et zéro déchets, Langouët, France.



À l'inverse de la campagne, la ville affirme souvent une identité plus prononcée par sa taille, son style architectural et ses nombreux habitants. Toutefois, malgré une identité globale, il est possible de constater plusieurs et différentes identités tissées par les habitants, au sein d'une même ville. La capitale Allemande en est l'exemple type. En effet, Berlin dispose de quartiers très différents les uns des autres en matière de fréquentation. Mitte est le centre historique de la ville qui accueille de nombreux monuments historiques et musées, il est caractérisé comme le quartier des touristes, tandis que Prenzlauerberg offre un côté village, très prisé par les nouveaux Berlinois assimilés aux bobos. En plus d'une diversité historique, Berlin est

<sup>27</sup> Langouët est visité par des visiteurs de tous les horizons.

une ville multiculturelle et diversifiée du point de vue de la typologie de ses habitants, ses quartiers Kreuzberg et Schoneberg sont respectivement des quartiers turcs et gays. Par ses nombreux visages, la ville admet une multitude d'identités constituées et conservées dans le temps par ceux qui les choisissent ou se sentent appartenir à celles-ci.

Le village accueille une forme de mixité. En effet, cohabitent au sein d'une même commune, des Ruraux dit de souche et des nouveaux Ruraux qui sont autrement dit d'anciens urbains. Nous avons vu que l'identité de Langouët est apportée par le maire alors que Berlin est une ville aux multiples visages par la variété dans ses habitants. Ces identités fortes engendrent un sentiment d'appartenance, un individu l'éprouvera-t-il de la même manière d'une ville à un village ? Y a-t-il des niveaux dans les sentiments d'appartenance liés à un territoire ? Et d'ailleurs, pourquoi les individus éprouvent-ils ce sentiment ?



B Un rapport au territoire lié aux individus qui pousse à l'attachement

Les quartiers de Berlin demeurent identifiables car les résidents en perpétuent l'identité et les nouveaux habitants la cultivent puisqu'ils sont souvent intéressés pour le caractère qu'a le quartier. Ainsi, certains quartiers transmettent leur identité aux individus désireux d'en faire partie. L'intérêt qu'un individu porte pour un territoire devient une manière de conserver et de perpétuer les caractéristiques de celui-ci. Les territoires sans identité très prononcée transmettent leur histoire et leur identité par la famille et la mémoire.

Car dans tout territoire, qu'il soit rural ou urbain, à partir du moment où un sentiment d'appartenance se présente, un souhait de conservation prend place. En effet, le géographe Christophe Guilluy explique que le rapport au territoire implique la notion d'héritage :

« Les catégories modestes souhaitent préserver leur capital social et assurer la transmission de leur patrimoine et de leur "village" à leurs enfants<sup>(28)</sup>. »

Le sentiment d'appartenance étant si fortement éprouvé, l'individu souhaite qu'il se perpétue par la famille, parfois de génération en génération. Le village apparaît alors, pour certains, comme une histoire, qui, commencée par les aînés, doit se perpétuer par la descendance.

Jacques Brel a dit : « Pour un Homme qui habiterait Vilvorde et qui veut aller vivre à Hong Kong, c'est pas d'aller à Hong Kong, c'est de quitter Vilvorde, c'est ça qui est difficile<sup>(29)</sup>. » Cette citation témoigne du fait que les individus développent une forme d'affection pour le territoire habité. Cette affection portée pour le lieu est en fait liée à l'affection portée pour les individus qui y demeurent aussi, « les personnes ont la sensation [...] de mener une relation affective avec le quartier et la conscience que celui-ci représente un peu de soi, une identité [car il y a] des liens forts qui s'entremêlent avec le lieu de vie pour finalement ne plus former qu'une entité "zone délimitée par mes amis et mes centres d'intérêt"<sup>(30)</sup> ». Par conséquent, la manière d'avoir habité le lieu en dira long sur le niveau de l'envie de transmettre et de conserver. D'ailleurs l'envie de préservation et la nécessité d'une protection des mémoires, de l'histoire du lieu et des rapports avec les autres habitants semblent cruciales pour « les enracinés<sup>(31)</sup> » à un territoire. En effet, généralement plus fort chez les ruraux de souche, ce rapport affectif envers leur village explique la volonté pour eux de conserver cette proximité avec les autres et avec la commune. Certains artistes et designers encouragent ce besoin de transmission.

<sup>28</sup> Guilluy Christophe, *op. cit.*, p. 152.

<sup>29</sup> Brel Jacques, *Jacques Brel à Knokke – Récital et Entretien* [CDRom], Paris : Universal Music Division Maison Barclay, 1993.

<sup>30</sup> Pan Ké Shon Jean-Louis, « La représentation des habitants de leur quartier : entre bien-être et repli », *Économie et statistique*, n°386, 2005, p. 3–35.

<sup>31</sup> D'après l'auteur Jean-Louis Pan Ké Shon, *loc. cit.*, ceux qu'il caractérise comme enracinés sont ceux qui ont un rapport affectif et fusionnel avec leur territoire parce que celui-ci représente une histoire individuelle et familiale, une identité.

Dans la plupart de ses œuvres, Depardon<sup>(fig.08)</sup> aime à retranscrire la réalité de la campagne. Sans fausser le rural, il invite le spectateur à le contempler et à apprécier sa véracité. De cette manière, il le met en avant et le fait exister. Eric Tabuchi et Nelly Monnier ont la même démarche de valorisation dans leur projet *Atlas des Régions Naturelles*<sup>(fig.09)</sup>. Leurs photographies montrent « l'extrême diversité des objets construits par l'être humain et qui, posés sur le socle du paysage, constituent tout environnement habité<sup>(32)</sup> ».

fig.08  
Raymond Depardon (1942 – ), photographie, 2009, Chamonix, Haute-Savoie, Rhône-Alpes, France.

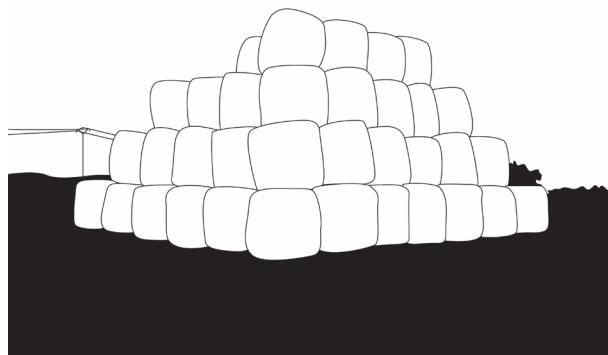


Ces artistes, amoureux de ce qu'offre la campagne, apportent un regard bienveillant et proposent d'admirer la ruralité telle qu'elle est. Comprendre leurs travaux, c'est comprendre l'intérêt qu'ont les habitants d'un territoire à conserver ce qui y demeure. En vue de ces démarches, il semble important dans mon projet de design de travailler avec les mémoires des habitants et donc les habitants eux-mêmes. Pour éviter toute dénaturation et pour assurer la conservation, il est important de mettre en avant l'histoire et le patrimoine

<sup>32</sup> Tabuchi Eric et Monnier Nelly, « What », *Atlas des Régions Naturelles* [en ligne], 2018 [consulté le 28 novembre 2018]. URL : <https://atlasrn.fr/WHAT>.

du village ainsi que l'histoire des habitants par rapport à leur village.

fig.09  
Eric Tabuchi, Atlas des Régions Naturelles, photographie, Emplacements, 2018, Dolois (Bourgogne), France.



Selon Catherine Gucher, « il est ainsi possible d'affirmer que ce rapport au territoire restreint se traduit en lien d'appartenance à double sens : les personnes appartiennent à ces lieux mais, en retour, ces territoires leur appartiennent.<sup>(33)</sup> ». Il s'agit maintenant de comprendre comment le graphisme peut affermir et répandre un sentiment d'appartenance à un territoire chez les personnes les moins concernées par celui-ci et d'analyser en quoi il est important de le conserver et le perpétuer.



<sup>33</sup> Gucher Catherine, « Liens de type communautaire en milieu rural : freins à l'autonomie ou support de l'identité et de l'intégrité des personnes ? », *Éthique publique* [en ligne], 8 janvier 2015 [consulté le 11 décembre 2018]. URL : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/1476>.

2 Le design graphique, identité de territoire



A Un design graphique amateur à la campagne

En France, l'identité d'un territoire passe aussi et inévitablement par la communication visuelle qui lui est associée. Il est alors intéressant d'analyser la place de la communication graphique au sein d'un territoire, et plus particulièrement en campagne.

fig.10  
Tristan Étienne aka Jack Usine, photographie de peinture en lettre, Les Bains Douches, 2 décembre 2012, Nontron, France.



D'abord, c'est un graphisme vernaculaire que l'on associe aux villages ruraux, notamment par les lettrages peints à la main, savoir-faire artisanal de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle<sup>(34)</sup>. Ils peuvent être inspirants pour le typographe Jack Usine, qui se plaît à les référencer sur son blog Jules Vernacular (fig.10), mais ils véhiculent surtout une image vieillie de la campagne. S'ajoutent aux lettrages un manque de cohérence et l'absence d'une charte graphique dans les supports diffusés et les actions de communication menées dans

<sup>34</sup> Bouige Caroline, « Studio 6 Lettres : rencontre avec un jeune peintre en lettres », *Étapes*: [en ligne], 23 juin 2016 [consulté le 10 décembre 2018]. URL : <http://etapes.com/studio-6-lettres-rencontre-avec-un-jeune-peintre-en-lettres>.

les communes rurales. De plus, le constat esthétique en impose un autre : il y a peu de villages qui disposent d'un service de communication. Cela s'explique par le fait que certains n'en voient pas forcément l'intérêt mais surtout parce que les ressources financières des territoires ruraux étant faibles, les preneurs de décision jugeront favorable de mettre à profit ces ressources dans d'autres secteurs, estimés prioritaires. Se dresse alors une prise en charge de la communication par des personnes n'ayant pas pour rôle principal celui d'être graphiste. Entre autres, un type de graphisme prend donc place en zone rurale plus qu'ailleurs, celui de graphisme amateur. Yoann Bertrand, ancien élève de l'École Supérieure des Arts Décoratifs de Strasbourg, consacre son mémoire de fin d'études à cette catégorie de graphisme. Il la définit de cette manière :

\* La dernière division, le graphisme "d'amateur" engrange, elle, peu d'argent ; elle est le plus souvent locale, occasionnelle, non rémunérée, reste dans un cercle d'amis, de collègues, de quartier. Les acteurs de ce graphisme ne savent pas toujours ce qu'est un « graphiste », ils n'ont pas de point de vue théorique sur cette pratique, ni de savoir faire professionnel. Ils pratiquent cette discipline sans forcément en être conscients, simplement par besoin, par envie ou par manque de moyen<sup>(35)</sup>.

Cette forme de graphisme s'explique aussi par une méconnaissance du métier de graphiste aux yeux du grand public. Premièrement, la profession est « devenue invisible au fil du développement du marketing et de la publicité<sup>(36)</sup> ». Les auteurs de *Métiers du graphisme* constatent que le public en oublie les émetteurs ainsi que les graphistes à cause de la surabondance des informations visuelles

<sup>35</sup> Bertrand Yoann, *Tout le monde est graphiste*, Diplôme National Supérieur d'Expression Plastique option communication, École Supérieure des Arts Décoratifs de Strasbourg (Haute École des Arts du Rhin), 2008, p. 7.

<sup>36</sup> Durand Jean-Pierre et Sebag Joyce, *Métiers du graphisme*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, « Questions de culture », 2011, p. 11.

fig.11  
Conception anonyme, communication pour un bal ayant lieu à Ambronay à la date du 7 mai 2015.  
Drap peint à la bombe tendu sur un char, Ambronay, France.



dans l'espace public. De plus, en France, on distingue deux communautés de graphistes travaillant pour un de ces deux secteurs : le secteur institutionnel ou le secteur commercial. « En Hollande, en Allemagne, en Suisse ou encore en Grande-Bretagne, les agences de graphisme [...] travaillent historiquement pour les deux secteurs et le passage d'un type de commande à l'autre est fréquent<sup>(37)</sup>. » Par conséquent, cette situation n'aide pas non plus à la compréhension du métier de graphiste en France et favorise la venue de ce graphisme amateur. On pourrait ainsi dire que cette forme de graphisme est plus présente en campagne car en ville la communication visuelle est prise en charge par des graphistes professionnels. En effet, les institutions publiques ont un budget qui est alloué à la communication contrairement aux territoires ruraux. Enfin, nous l'avons vu, les associations prennent une place importante à la campagne et elles n'ont pas forcément les moyens financiers pour commanditer un graphiste. C'est pourquoi certains bénévoles d'associations préfèrent même garder cet argent pour organiser d'autres activités<sup>(38)</sup>.

<sup>37</sup> *Ibidem*, p. 32.

<sup>38</sup> C'est le cas d'un aumônier qui s'improvise graphiste lorsqu'il a besoin de communiquer pour son association. Il est interrogé par Yoann Bertrand sur la question du graphisme amateur qu'il met en application : « Je trouve que toutes les autres institutions culturelles mettent beaucoup de fric dans la com', (...) je crois que l'argent, il ne faut pas le consacrer à ça... (...) Je préfère organiser une sortie avec les étudiants que de payer une impression ».

fig.12

Graphiste(s) anonyme(s), communications pour divers événements dans les villages de Drullat et d'Ambronay, France.



fig.13

Graphiste anonyme, affiche pour un ball trap à Aouste, le 1<sup>er</sup> et 2 septembre 2018. Impression monochrome noire sur papier fluo vert. Aouste, France.



La façon de communiquer est alors touchée, elle se fait souvent à moindre coût, tantôt à la main, à même des supports types bâches, tissus (fig.11), palettes ou encore bottes de paille, etc. tantôt avec des logiciels de traitement de texte tels que Word ou LibreOffice (fig.12). Les visuels sont parfois imprimés à domicile ou chez un reprographe sur du papier fluo coloré (fig.13) pour attirer davantage l'œil tout en utilisant le monochrome noir pour des soucis d'économie.

Si des soucis d'économie sont une priorité, en tant que graphiste, mon travail est de trouver des moyens de communiquer à moindre coût. Ces moyens doivent être différents que ceux cités précédemment car trop souvent utilisés, ils engendrent une dépersonnalisation des zones rurales.

L'identité d'un territoire est liée au graphisme qu'il diffuse, est-ce que le design graphique pourrait protéger un esprit de communauté s'il était davantage en lien avec les habitants? Pourrait-il jouer un rôle dans la manière d'appréhender son territoire et de s'y sentir appartenir?



B

Une identité visuelle qui engendre un sentiment d'appartenance

Au-delà de la question du graphisme amateur, les villages encourent une harmonisation dans leur manière de communiquer et de ce fait dans leur identification. D'ailleurs, une mode concernant le logo est arrivée au sein des collectivités territoriales dans les années 80 et 90, aujourd'hui toutes les communes françaises disposent d'un logo, ce sont les propos de Nicolas Filloque<sup>(39)</sup>, membre de Formes Vives, ayant consacré son année de mémoire à la communication des institutions politiques.

Si on remonte un petit peu l'histoire on constate que les logos sont à l'origine un outil d'identité visuelle, de "branding", pour les entreprises industrielles. Ce n'est que tardivement que la culture du logo est devenue telle que son utilisation se répandit dans

<sup>39</sup> Filloque Nicolas, « Un logo pour sa ville », *Blog de Formes Vives* [en ligne], 3 avril 2009 [consulté le 11 décembre 2018]. URL : <http://www.formes-vives.org/blog/index.php?2009/04/03/287-un-logo-pour-sa-ville>.

✦ les institutions publiques, d'une manière souvent caricaturale<sup>(40)</sup>.

Le maire de Langouët, à propos du logo qui affiche le nom de la commune dans une typographie linéale à côté d'une feuille de chêne vectorisée vert clair, dit que « Langouët c'est une marque, c'est un logo<sup>(41)</sup> ». L'image de marque est associée au logo, on veut assimiler sa commune à une marque afin d'être perçu, vu. On dirait qu'une notion de concurrence entre en jeu : par le logo on veut être identifiable et différenciable des autres communes. Cependant, le style du logo, par ses formes vectorielles jugées dynamiques, ses lignes et couleurs signifiant des spécificités banales et pauvrement descriptives du territoire, « conduit à masquer les réalités sociales, économiques et politiques [et] à taire les saveurs et les différences<sup>(42)</sup> ». Les territoires sont assimilés à des produits de consommation, sans dissemblance, et sont balayés de l'histoire et du patrimoine qui les animent.

Avant cette arrivée du logo, le blason était la figure de la cité. Annick Lantenois expose les vertus du blason dans *Le Vertige du Funambule*.

✦ Le blason est une traduction symbolique de l'enracinement d'une collectivité dans la durée et dans un territoire. [...] C'est un récit stratifié où chaque élément iconique (tours, roues dentées, végétaux, etc.) symbolise les diverses couches temporelles qui racontent chacune une période de l'histoire. Chaque cité affirmait son identité dans le choix des éléments spécifiques (couleurs ou symboles)<sup>(43)</sup>.

À titre d'exemple, les villes de Bezons, Moyeuvre-Petite et Corbas décrivent, sur leur site internet communal, les significations de leur logo actuel et de leur blason (voir Annexe D, p. 1-2). On peut constater que dans leur signification, le logo perd de son sens historique

<sup>40</sup> Ibidem.

<sup>41</sup> Voir Annexe C, p. 3.

<sup>42</sup> Grunfeld Jean-Pierre, « Histoire des Signes de la Ville », in Eugène Benoît, Paris-Clavel Gérard et Grunfeld Jean-Pierre, *La Logotomie des villes*, Ivry, Ne Pas Plier, 2002, p. 4.

<sup>43</sup> Lantenois Annick, *Le Vertige du funambule*, Paris & Saint-Étienne, éditions B42 & Cité du Design, 2010, p. 22.

pour prôner un développement économique et une description simple et gratuite de l'environnement. En conséquence, « la ville résumée dans son unique logo est retirée à ses habitants, à leur Histoire, à leurs histoires, à leur mémoire, au profit de promesses économiques sur des "espaces à venir"<sup>(44)</sup> ». Cette suppression de l'habitant au cœur du logo, ne garantit plus un sentiment d'appartenance à son territoire comme le faisait le blason car selon Annick Lantenois : « La forme globale du blason et la syntaxe qui articule les symboles et les codes couleur traduisent, elles, la conception d'un temps continu, structuré par la tradition et par la transmission, par l'héritage<sup>(45)</sup>. »

fig.14  
Agence Werklig, City of Helsinki, 2018.  
Travail de commande d'une identité visuelle et d'une charte graphique pour la ville Finlandaise Helsinki, Finlande.



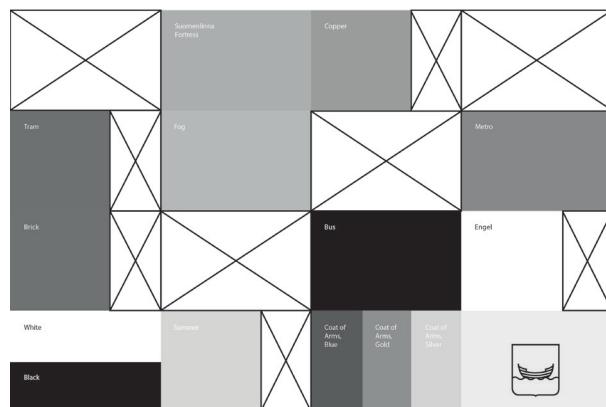
On peut alors se questionner sur la manière de façonner l'identité visuelle d'un territoire. Le blason est évidemment à dépasser, cependant chargé d'histoire. Il est peut-être intéressant, dans mon projet, de conserver ce qu'il met en avant et les symboliques dans ses éléments. D'ailleurs, c'est ce qu'a fait l'agence Finlandaise Werklig dans la conception de l'identité visuelle intégrale de la ville d'Helsinki (fig.14). Le blason de la ville étant le seul élément d'identité

<sup>44</sup> Grunfeld Jean-Pierre, *loc. cit.*

<sup>45</sup> Lantenois Annick, *loc. cit.*

de la ville, il comportait malgré tout quelques restrictions dans son utilisation. Voulant être respectueuse du passé tout en apportant une modernité, l'agence de communication visuelle, proposa un logo et une identité globale dérivés du blason. Par la forme en accolade pour la partie basse du logo, celles ondulatoires pour la charte graphique, l'identité est inspirée du blason, donc de l'histoire. Aussi, l'identité visuelle d'Helsinki s'inspire du présent, on notera la palette de couleurs qui est liée aux teintes des éléments spécifiques de la ville comme le bus, le métro, le brouillard, etc. (fig.15).

fig.15  
Principe de la palette de couleurs utilisée pour l'identité visuelle de la ville d'Helsinki, travail de l'agence Weerklig en 2018.



J'estime qu'il est alors important que l'identité visuelle d'un territoire soit une manière d'intégrer les habitants et de protéger l'histoire de la commune. De plus, se sentir concerné par l'identité est un moyen pour se sentir appartenir au territoire. D'ailleurs, par sa feuille de chêne, le logo de Langouët ne parle ni de ses habitants ni de son histoire. Il est une manière de faire reconnaître les actions du maire, de comprendre le village comme une marque, un village écologique. Alors il est peut-être plus profitable pour une communauté de se reconnaître, se retrouver en tant qu'habitants et de mettre en avant

l'histoire du village d'une autre manière que par le logo ou le blason officiel de la commune. Il me semble nécessaire de concevoir, pour et avec les habitants, une autre identité en parallèle de celle établie pour communiquer sur la commune. Cette identité serait en lien avec l'histoire et les habitants eux-mêmes pour qu'ils se sentent concernés par leur commune et qu'ils éprouvent un sentiment d'appartenance avec celle-ci. Pour cela il est peut-être intéressant de mettre en application la subjectivité des habitants.

En effet, la subjectivité qu'ils expriment face à leur territoire, usée dans un dispositif graphique, permet à tous de se sentir acteur d'une identité de village. Les habitants peuvent participer à créer une signalétique de leur village parsemée d'anecdote sur des mémoires des habitants par exemple. Il s'agit de singulariser le territoire de manière visuelle par le biais de ceux qui l'habitent. Ainsi, cette participation collective met en avant l'identité du village, à savoir son patrimoine et ses mémoires. D'ailleurs, ce dispositif peut être rassurant dans le sens où la transmission est finalement relayée et dure dans le temps. On peut également penser à un site internet, en parallèle du site officiel du village, à destination des habitants. Ce site permettrait au villageois de s'informer sur les différentes actions menées et à mener sur le village afin d'affermir davantage une identité de territoire. Une rubrique qui explique la charte graphique serait envisagée et un programme pour générer des affiches cohérentes avec l'ensemble de l'identité pourrait également être à la disposition des habitants. En effet, une identité étendue à tout le village doit être cohérente afin d'être reconnaissable de tous. De plus elle peut contribuer à éprouver de l'attachement pour sa commune.

L'identité du village, qu'elle soit à travers tout ce qui compose le village ou son graphisme, permet d'éprouver un sentiment d'appartenance envers son territoire. Il s'agit maintenant de savoir

comment faire participer les habitants à une identité de territoire, mais surtout de savoir comment l'identité visuelle du village pourrait être un prétexte à l'investissement de tous au sein de la commune. Est-ce qu'être plus proche les uns des autres socialement permet de faire davantage de choses ensemble? Est-il possible d'allier un esprit de communauté à l'élaboration d'une identité de village?



1 Qu'est-ce qu'une identité apporte  
à un groupe ?

Quand Christophe Guilluy dit que « les individus font société dans la similitude<sup>(46)</sup> », c'est parce que dès lors que plusieurs de personnes estiment appartenir à la même communauté, la création de liens sociaux entre elles est plus propices. L'identité visuelle d'un territoire, si elle est nettement identifiable, peut fortifier l'attache qu'on a envers son territoire et ainsi envers les individus qui se sentent aussi y appartenir. C'est d'ailleurs le cas des pays et de leur drapeaux, un drapeau est le premier symbole qui représente une communauté. Son graphisme, de par ses formes géométriques et ses couleurs basiques, a pour objectif d'être facilement reconnaissable et d'être si simple qu'il doit être reproduisible de mémoire par tous<sup>(47)</sup>. En vue de ces enjeux, l'identité visuelle d'un village doit être facilement assimilable par ses habitants et doit leur permettre de la décrire ou la reproduire afin de se l'approprier.

En plus de renforcer son attache pour l'espace, l'identité visuelle peut appuyer un sentiment de fierté. C'est ce qui se passe lorsque l'on brandit son drapeau pour affirmer son appartenance. On peut prendre le cas des LGBT, avec le drapeau de la fierté, qui souligne leur appartenance à une communauté en l'exposant. De même, l'exemple le plus parlant, puisqu'il fait aussi référence à un territoire, est le *Gwenn Ha Du*, le drapeau Breton qui marque un sentiment de fierté par rapport à la Bretagne. Cette fierté civique peut engendrer alors un besoin de conservation, en effet, plus on est attaché à un territoire, plus l'envie de perpétuer son histoire et ses traditions est grande. Il faut alors donner de l'importance à une identité de village pour que ses individus développent un rapport

<sup>46</sup> Guilluy Christophe, *op. cit.*, p. 158.

<sup>47</sup> D'après une conférence vidéo du producteur radio américain Roman Mars à propos des drapeaux des villes. Mars Roman, *Why city flags may be the worst designed thing you've never noticed?*, TED, 2015, 18 min.

sensible avec celui-ci. Il semble intéressant de mettre en avant le patrimoine et le capital social d'un village par le graphisme afin de favoriser la transmission et d'accroître l'appartenance vis-à-vis de la communauté. En ce sens, les habitants doivent être sollicités afin de donner à voir ce qui les anime et ce en quoi ils admettent de l'importance dans leur village pour proposer alors une identité cohérente. Dans le film *Visages Villages*<sup>(48)</sup>, la réalisatrice Agnès Varda et le photographe JR sillonnent les routes de France à bord d'une camionnette-studio, afin de photographier des habitants d'un village.

fig. 16  
Image d'une des photographies grand format collées sur le mur d'une habitante d'une cité ouvrière dans le nord de la France, dans le film *Visages Villages* de Agnès Varda et JR, 2017.



Leur démarche de travail est de proposer aux gens de faire partie du processus puisqu'ils sont les sujets mêmes des photographies (fig.16). Les habitants sont des ouvriers, des commerçants, des artisans, des agriculteurs, etc., ils ont des histoires à raconter et à immortaliser sur leur village et le rapport qu'ils ont avec lui. Les photographies sont affichées à grande échelle sur leur propre lieu, sur les murs du village. Collées dans l'espace public, elles questionnent et animent les habitants et passants, apportant même une forme de fierté dans l'esprit de certains.

48 Varda Agnès et JR, *Visages Villages*, Le Pacte, 2017, 89 min.

Chaque photographie est unique, propre au lieu et permet ainsi de distinguer le village d'un autre.

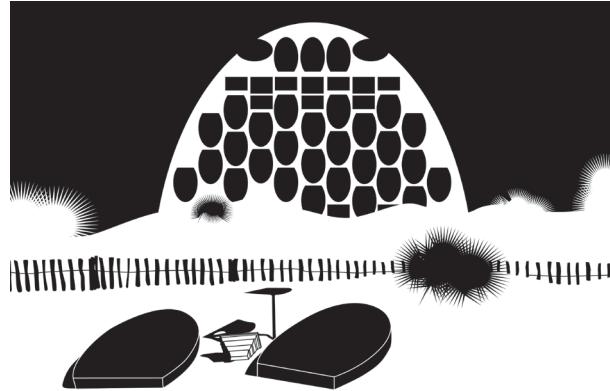
En effet, apporter une identité visuelle à un territoire, c'est aussi le distinguer par rapport à un autre. Qu'il s'agisse d'un territoire, d'une institution ou encore d'une entreprise, une identité est une manière de se singulariser. Pierre Zémor le définit dans son ouvrage *La Communication publique* : « En matière de politique institutionnelle, l'identité est ce qui permet à un organisme d'avoir le sentiment d'exister en tant qu'être cohérent et spécifique, assumant son histoire et ayant sa place par rapport aux autres<sup>(49)</sup> ». Un village recèle de nombreuses spécificités, qu'il s'agisse de matériaux, de formes, de couleurs dans l'environnement ou des rites et façons de parler des habitants, un village est unique. Alors, convertis en signe graphique, les couleurs, les aspects et les textures d'un territoire peuvent rendre compte d'une identité. Adapter ces spécificités de manière visuelle permet de singulariser un village et de le différencier des autres villages alentour sans pour autant le dénaturer.

J'ai constaté que, majoritairement, les villages arboraient des bâtiments en pierres apparentes, la pierre peut être le matériau de base à l'ensemble de mon projet. La texture, la forme ou encore un motif de pierre, propre à un territoire, peut être retranscrit graphiquement, par exemple. À Langouët, les matériaux, que sont le granite, le grès ou la brique de certains bâtiments anciens et le bois sur les nouveaux, peuvent être un point de départ à l'identification du village. À travers ces intentions de design, le patrimoine architectural est mis en avant. Cette matérialisation des singularités du village pourra s'adapter à travers une signalétique, une structure pour un espace convivial ou même des objets fonctionnels qui font lien avec l'identité. À titre d'exemple, les formes des objets, dans le travail *Design à la plage* (fig.17), font écho avec celles des bâtiments

49 Zémor Pierre, *La Communication publique*, Paris, Presse Universitaire de France, « Que sais-je ? », (1995) 2008, p. 61–62.

fig.17

5.5 Designers, *Design à la plage*, 2017.  
Mobilier de plage inspiré de l'architecture de la ville  
et exposition des intentions du projet. Projet de  
commande de la ville de La Grande-Motte, France.



de La Grande-Motte. Les 5.5 designers font le lien entre le mobilier de plage et l'environnement. Par ce rappel formel, l'identité de La Grande-Motte est conservée et perpétuée à travers des objets fonctionnels. Il y a dans ce projet une expérience fonctionnelle de La Grande-Motte par des objets mais surtout formelle, car ils sont à l'image de l'architecture. Un sentiment de fierté peut être ressenti par les habitants du fait d'avoir un mobilier balnéaire à l'image de leur territoire.

Enfin, en matière de design graphique, une identité visuelle de village s'insère dans une démarche de mise en avant des territoires ruraux. Elle apporte aux villages une visibilité qui leur permet de sortir de l'ombre des métropoles. D'ailleurs, le géographe Michel Lussault dans une vidéo pour *Le Monde* dit : « En France, c'est faux de considérer que seules les métropoles ont un avenir. Tous les territoires en ont un [...], devraient en avoir un<sup>(50)</sup>. » Il me paraît alors légitime de donner de l'importance à ces zones souvent dépourvues d'innovation et de design, de manière générale. À travers ces propos, j'estime qu'il est juste pour une collectivité aussi petite qu'est la commune d'avoir le droit à son identité propre en lien avec les habitants afin qu'ils soient ravis de leur territoire. Puis je rebondis

<sup>50</sup> Legros Claire et Laemmel Fanny, « Fracture territoriale : face aux métropoles, les petites villes ont des atouts », *Le Monde* [en ligne] 20 novembre 2017 [consulté le 8 septembre 2018]. URL : [https://www.lemonde.fr/smart-cities/video/2017/11/20/fracture-territoriale-face-aux-metropoles-les-petites-villes-ont-des-atouts\\_5217488\\_4811534.html](https://www.lemonde.fr/smart-cities/video/2017/11/20/fracture-territoriale-face-aux-metropoles-les-petites-villes-ont-des-atouts_5217488_4811534.html).

sur les mots du géographe Gérard-François Dumont, qui dit que : « Toute innovation territoriale ne s'imagine et ne se concrétise que lorsque des citoyens éprouvent un attachement à leur territoire<sup>(51)</sup>. » En effet, quel que soit le projet, le concept d'attachement envers son territoire en est indissociable. C'est pourquoi ma stratégie quant à mon projet est la suivante : pour créer une identité de village, les habitants doivent faire partie du processus. Cependant, les liens sociaux doivent être affermis au préalable pour permettre alors aux habitants de vouloir créer ensemble l'identité de leur village. En effet, selon moi, dès lors que l'on fait partie d'une communauté à laquelle on tient, le désir de matérialiser une identité pour le bien commun peut naître. Je me questionne alors sur la manière dont les habitants élaboreront leur identité de territoire. Comment intéresser des habitants à s'unir pour faire ensemble une identité de village ? Si un esprit de communauté est engendré par l'identité comment les intéresser préalablement à la concevoir ensemble ?



<sup>51</sup> Dumont Gérard-François, « Un programme pour des territoires français innovants », *Population & Avenir*, n° 731, 2017, p. 3.

2 Intéresser les individus à élaborer  
une identité de territoire

Pour mettre en application des dispositifs, il est nécessaire de faire appel à l'intérêt de l'individu. Il y a plusieurs manières de questionner l'intérêt de l'individu. Parfois, il s'agit de le mettre au centre du travail. Pour le théâtre *Le Nouveau Relax* (fig.18) à Chaumont, les graphistes Vincent Perrottet et Anette Lenz, à partir de 2007, ont mis au cœur de leurs affiches les habitants de la ville. En format sucette Decaux, dans l'espace public, les clichés des habitants se mêlaient avec la programmation du théâtre.

fig.18  
Vincent Perrottet (1958 – ) et Anette Lenz, *Le Nouveau Relax*, scène conventionnée de Chaumont, France, 2005 – 2014.  
Projet de commande de la ville de Chaumont pour la communication du nouveau théâtre.  
Affiche jouant sur l'intégration du théâtre dans la ville et de son appropriation par les habitants.



Subitement, des interrogations prenaient place, il était question de savoir si l'on connaissait les personnes sur les affiches, parfois elles devenaient même le miroir de certains. En mettant en avant les habitants de Chaumont dans la communication du théâtre, les graphistes incitaient d'une certaine manière les habitants à s'y rendre. Dans une ville où la culture théâtrale était absente, le message véhiculé derrière ces affiches était que tout le monde pouvait être concerné par le théâtre. Intégrer l'usager au cœur du projet est une manière de susciter son intérêt. Afin de le mettre en lien avec son territoire, proposer d'élaborer l'identité de celui-ci avec lui permettra peut-être de faire naître un sentiment d'appartenance. La participation au sein d'un travail de communication visuelle permet d'agir sur le comportement de l'individu. Se sentant impliqué quand il collabore, l'individu s'intégrera à sa commune.

La participation est aussi une manière d'intéresser les habitants, elle permet de les fédérer à leur commune. Élaborer ensemble l'identité de son village est une manière de symboliser que chacun peut apporter sa pierre à l'édifice. Cependant, au-delà de donner un peu de soi dans la conception d'une identité qui lie les individus, il y a dans la participation, un procédé de sociabilisation qui s'organise. Dans *La Sociologie urbaine*, les auteurs définissent les démarches participatives :

- + Tout d'abord, la grande majorité des dispositifs
- + participatifs ont pour dessein d'améliorer
- + une gestion urbaine considérée comme
- + inadéquate ou défectueuse. [...] Puis la
- + participation a également pour objectif de
- + remobiliser les habitants, de recréer du lien,
- + d'ouvrir des espaces de rencontre et d'échange,
- + de former de nouveaux interlocuteurs ou leaders

\* aptes à organiser leur collectivité et à dépasser certains conflits<sup>(52)</sup>.

La contribution des habitants au projet de mise en avant de leur territoire est vectrice d'une sociabilisation. L'idée du faire ensemble permet de favoriser la rencontre et de tisser des liens entre les habitants.

À Langouët, des ateliers de permaculture commencent à émerger pour encourager le contact entre les habitants, pour qu'ils partagent ensemble leurs expériences. S'il s'agit ici d'une démarche de jardinage, le graphisme peut tout autant aborder les mêmes intentions de rencontre appliquées à l'élaboration d'une identité de territoire. La pratique en groupe est vectrice de partage et d'échange et peut engendrer un sentiment de satisfaction, de fierté face au résultat obtenu. En effet, si l'on prend comme référence la démarche de Villes et Villages Fleuris, on comprend que le processus qui est l'implication des habitants au fleurissement de leur village aspire à une satisfaction commune. La communauté s'épanouit car la participation est un moyen qui engage et qui implique les habitants. C'est pourquoi, pour soutenir la rencontre et le sentiment d'appartenance, des ateliers participatifs, collaboratifs et autres dispositifs de mon projet seront initiés in situ, dans le village, afin que chacun s'intègre et se réapproprie son territoire.

La réappropriation, c'est ce que cultive la psychanalyste et artiste Catherine Jourdan dans son projet *Géographie Subjective* (fig.19). Elle propose à un groupe d'habitants d'interpréter une cartographie de leur territoire de manière subjective, en relatant souvenirs et anecdotes, ce qui permet de confronter les points de vue de chacun sur leur espace commun : leur village ou leur quartier. Sous forme de balades à travers leur territoire et d'ateliers d'écriture et de dessin, les habitants participent et s'expriment librement sur la carte. De plus, le projet *Signalétique subjective* (fig.20) de l'atelier

52 Stébé Jean-Marc et Marchal Hervé, *op. cit.*, p. 76–77.

fig.19  
Catherine Jourdan, *Géographie Subjective*, 2010–2017.  
Projet auto-initié qui prend une forme d'atelier ou de workshop dans lequel les habitants d'un territoire élaborent ensemble une carte subjective de leur territoire.

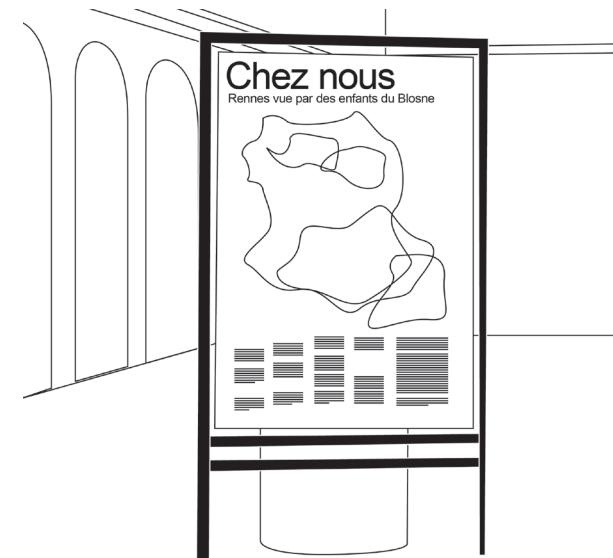


fig.20  
Atelier Banquise, *Signalétique subjective*, 2015–2016.  
Résidence à la Maison de quartier Madeleine Champ de Mars pendant une année, l'atelier Banquise invite les habitants à confectionner trois installations, destinées aux rues du quartier, installées pendant la fête du Lait de Mai, en juin 2016.



Banquise propose aux habitants du quartier de décorer l'espace avec des tissus tendus, des manches à air, etc., conçus lors d'ateliers collaboratifs et participatifs qui donnent à se réapproprier son quartier. Ces ateliers intergénérationnels sensibilisent à la création et mettent

en avant le territoire aux yeux des participants et des spectateurs. Les moyens employés dans ce projet sont intéressants car ils initient les habitants à user de savoir-faire qu'ils ne connaissent pas forcément, comme la broderie ou la couture. Il me semble pertinent que la participation serve dans deux sens, d'abord à créer ensemble, et ensuite à s'intéresser et s'enrichir sur un savoir-faire. C'est pourquoi j'imagine que mon projet pourrait allier des moyens de production comme la sérigraphie, le pochoir, la peinture mais aussi le bricolage, puisqu'en plus d'apporter des connaissances nouvelles sur des pratiques, ils sont des moyens peu coûteux. En effet, pour l'espace convivial, les habitants pourront apporter de vieux objets et meubles dont ils ne se servent plus ou en mauvais état afin de les réhabiliter pour le bien commun. Les meubles, démontés, bricolés et assemblés avec d'autres auront l'allure de cadavres exquis et pourront être repeint de la couleur de l'identité du village ou décorer de stickers également en lien avec le village, sûrement préalablement créés pour l'événement. Chaque morceau de meuble assemblé a d'autres ont comme symbole celui de joindre et de réunir un bout de chaque habitant.

L'atelier participatif est donc un moyen pour que chacun puisse s'exprimer. Donner la parole à tous par la collaboration est une manière de décontracter les échanges et de les rendre conviviaux. Il y a aussi un apport de savoir-faire, dans la participation, si les moyens de production sont techniques, ce qui permet aux habitants d'apprendre et de se divertir. Pour résumer, par le processus, les liens sociaux s'affermissent au sein d'une communauté, la finalité n'est qu'une manière de les perpétuer car l'identité finale du village rendra compte d'une communauté épanouie.



## Conclusion



La problématique étudiée questionne les relations sociales entre les habitants d'une commune rurale. Le village est un endroit où les niveaux d'intégration ne sont pas identiques d'un habitant à un autre. Chercher à réconcilier les échanges entre les différents habitants d'un village permet de préserver l'esprit de communauté. Nous avons vu qu'une identité visuelle d'un territoire, si les habitants sont davantage en lien avec celle-ci, est aussi une manière de s'approprier le territoire.

La réflexion portée par ce mémoire a fait émerger des pistes d'interventions qui s'orientent vers une mise en lien de deux concepts : celui de la relation sociale et celui de l'identité graphique du village. Il s'agit de favoriser la proximité sociale par des solutions qui sont des dispositifs qui poussent à l'échange et des ateliers participatifs avec les habitants qui proposent de créer une identité pour leur village. Il s'agit de donner un rôle aux habitants dans l'élaboration de l'identité visuelle de leur village. Invités à participer, les villageois sont amenés à se rencontrer et à échanger lors des ateliers en plus de s'approprier leur territoire. Les ateliers, qui proposent la création de l'identité visuelle du village, deviennent des prétextes à la rencontre et à l'investissement de tous au sein de la commune, en apportant deux bénéfices : l'intégration et l'attachement.

J'envisage de rendre les échanges conviviaux et de divertir les habitants en ancrant mes dispositifs dans un scénario en plusieurs étapes. D'abord, il s'agit de solliciter préalablement les individus par des dispositifs plus individuels, qui appellent à s'intéresser à une démarche créative, plastique, et de commencer à susciter l'intérêt d'une communauté.

Ensuite, des dispositifs plus impliquants où les habitants sont amenés à se rencontrer tous et à échanger avec d'autres personnes que celles de leur entourage. Cela concerne la mise en place d'un événement festif et la construction d'un espace convivial de jeux et de divertissement. Puis par le biais d'ateliers, l'intention est de donner une identité à sa commune grâce à une signalétique, des panneaux accueillant les événements et les savoir-faire ou compétences des habitants. Enfin, par la mise en place d'un site internet à destination des habitants, le but est de permettre une continuité dans le projet, une manière de montrer les différentes actions menées au sein du village, une plateforme pour proposer activités ou événements et une possibilité de communiquer soi-même grâce à la charte graphique établie au préalable.

Ce projet, qui prendra place à Langouët, n'a pas pour objectif de proposer une identité visuelle pour la mairie, dans le sens où elle ne remplacera pas le graphisme existant de la commune, mais propose aux habitants de s'approprier leur territoire et d'affermir les liens sociaux par une identité qu'ils auront imaginée et créée ensemble. Mon but n'est pas d'endosser un rôle de graphiste répondant à une commande, mais bien d'avoir celui de graphiste médiatrice d'un projet à visée sociale. Cependant, il est possible qu'en fonction du déroulement du projet, une initiative de refonte de l'identité de la mairie s'établisse. Car ce travail de longue durée est in situ, c'est-à-dire qu'une approche intime de l'ambiance du village et des habitants naîtra sûrement, ce qui peut influencer sur un possible développement de l'identité visuelle de la collectivité territoriale.

En tant que designeuse graphique, mon intention est de valoriser, auprès des communes rurales, l'importance de la communication visuelle au village. Ce projet est une amorce, il peut s'étendre à d'autres

communes rurales. Par sa médiation, il s'agit de rendre compte de l'usage d'un design graphique en zones rurales et veut susciter, chez les dirigeants d'autres communes, l'envie d'aborder la même démarche au sein de leur propre village.



## Remerciements



Je voudrais remercier toutes les personnes qui m'ont accompagnée, inspirée, aidée et relue lors de la construction de ce mémoire :

Le maire de Langouët, Daniel Cueff, et les membres du bar associatif de *La Cambuse*, Marie, Jérôme, Gilles, Sébastien, Olive et bien d'autres encore, qui m'ont accueillie chaleureusement et ont répondu à mes interrogations ;

Mes directeurs de mémoire, Flora Commaret, Sandrine Caroff-Urfer et Yves Guilloux pour le suivi apporté lors de la rédaction ;

Les professeurs du LAAB, notamment Céline Le Floch pour sa relecture, Hélène Heyrault et Florian Chevillard pour leurs conseils ;

Mes camarades de classes pour l'ambiance agréable malgré la rudesse de la période ;

Mes amis, Wendy, Robin, Coentin, Manon, pour leur capacité à me divertir l'esprit.



## Ouvrages

- Durand Jean-Pierre et Sebag Joyce, *Métiers du graphisme*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, « Questions de culture », 2011.
- Guilluy Christophe, *La France périphérique*, Paris, Flammarion, « Champs actuel », 2015.
- Lantenois Annick, *Le Vertige du funambule*, Paris & Saint-Étienne, éditions B42 & Cité du Design, 2010.
- Racine Bruno, « Préface », in Depardon Raymond (dir.), *La France de Raymond Depardon*, Paris, Seuil & Bibliothèque Nationale de France, « Beaux Livres », 2010.
- Stébé Jean-Marc et Marchal Hervé, *La Sociologie Urbaine*, Paris, Presse Universitaire de France, « Que sais-je ? », (2007) 2008.
- Zémor Pierre, *La Communication publique*, Paris, Presse Universitaire de France, « Que sais-je ? », (1995) 2008.

## Articles

- Banos Vincent et Candau Jacqueline, « Recomposition des liens sociaux en milieu rural – De la fréquentation d'espaces à la production de normes collectives ? », *Espaces sociétés*, n°127, 2006, p. 97 – 112.
- Dodier Rodolphe, « Quelle articulation entre identité campagnarde et identité urbaine dans les ménages "périurbains" ? », *Noréis*, n° 202, 2007, p. 35 – 46.
- Dumont Gérard-François, « Un programme pour des territoires français innovants », *Population & Avenir*, n° 731, 2017, p. 3 – 3.
- Grunfeld Jean-Pierre, « Histoire des Signes de la Ville », in Eugène Benoît, Paris-Clavel Gérard et Grunfeld Jean-Pierre, *La Logotomie des villes*, Ivry, Ne Pas Plier, 2002.
- Pan Ké Shon Jean-Louis, « La représentation des habitants de leur quartier : entre bien-être et repli », *Économie et statistique*, n°386, 2005, p. 3 – 35.
- Schnapper Dominique, « Idéal et limites de la mixité sociale. Les arguments du débat public », *Informations sociales*, n°125, 2005, p. 6 – 15.

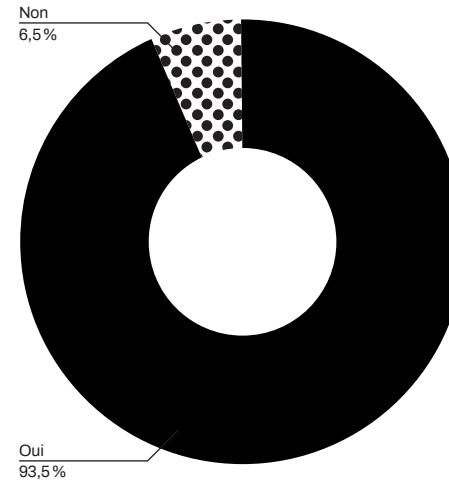
## Travaux universitaires

- Bertrand Yoann, *Tout le monde est graphiste*, Diplôme National Supérieur d'Expression Plastique option communication, École Supérieure des Arts Décoratifs de Strasbourg (Haute École des Arts du Rhin), 2008.

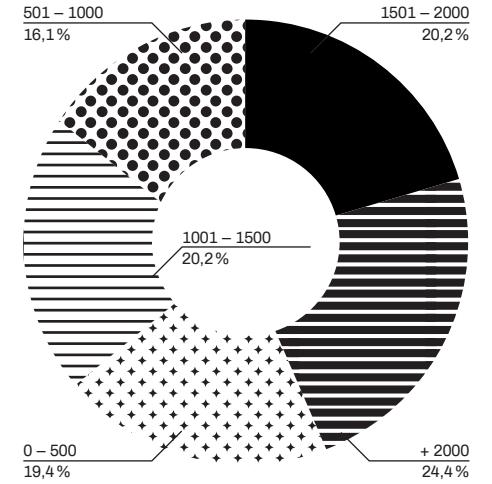
## Articles en ligne

- Bouige Caroline, « Studio 6 Lettres : rencontre avec un jeune peintre en lettres », *Étapes*: [en ligne], 23 juin 2016 [consulté le 10 décembre 2018]. URL : <http://etapes.com/studio-6-lettres-rencontre-avec-un-jeune-peintre-en-lettres>.
- Filloque Nicolas, « Un logo pour sa ville », *Blog de Formes Vives* [en ligne], 3 avril 2009 [consulté le 11 décembre 2018]. URL : <http://www.formes-vives.org/blog/index.php?2009/04/03/287-un-logo-pour-sa-ville>.
- Gucher Catherine, « Liens de type communautaire en milieu rural : freins à l'autonomie ou support de l'identité et de l'intégrité des personnes ? », *Éthique publique* [en ligne], 8 janvier 2015 [consulté le 11 décembre 2018]. URL : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/1476>.
- Legros Claire et Laemmel Fanny, « Fracture territoriale : face aux métropoles, les petites villes ont des atouts », *Le Monde* [en ligne] 20 novembre 2017 [consulté le 8 septembre 2018]. URL : [https://www.lemonde.fr/smart-cities/video/2017/11/20/fracture-territoriale-face-aux-metropoles-les-petites-villes-ont-des-atouts\\_5217488\\_4811534.html](https://www.lemonde.fr/smart-cities/video/2017/11/20/fracture-territoriale-face-aux-metropoles-les-petites-villes-ont-des-atouts_5217488_4811534.html).
- Tabuchi Eric et Monnier Nelly, « What », *Atlas des Régions Naturelles* [en ligne], 2018 [consulté le 28 novembre 2018]. URL : <https://atlasrn.fr/WHAT>.
- Films, vidéos et CDRom
- Brel Jacques, *Jacques Brel à Knokke – Récital et Entretien* [CDRom], Paris : Universal Music Division Maison Barclay, 1993.
- Depardon Raymond, *Les Habitants*, Palmeraie et Désert, 2016, 84min.
- Mars Roman, *Why city flags may be the worst designed thing you've never noticed?*, TED, 2015, 18 min.
- Varda Agnès et JR, *Visages Villages*, Le Pacte, 2017, 89 min.

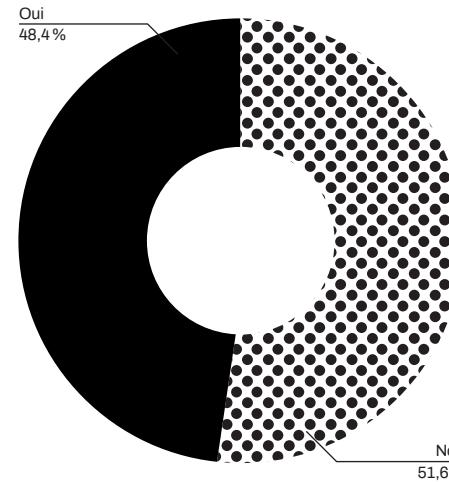
Avez-vous grandi dans une commune rurale ?



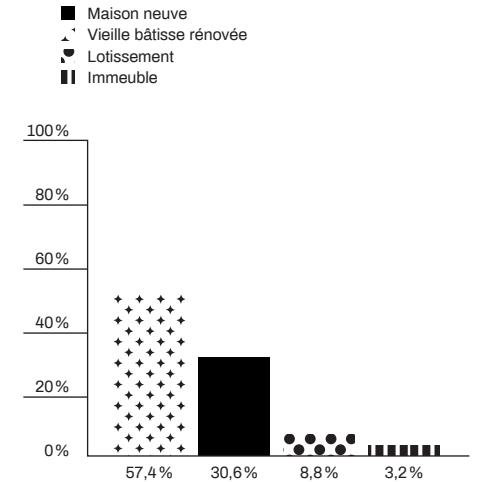
Combien d'habitants comportait ou comporte votre commune rurale ?



Vivez-vous en zone rurale actuellement ?

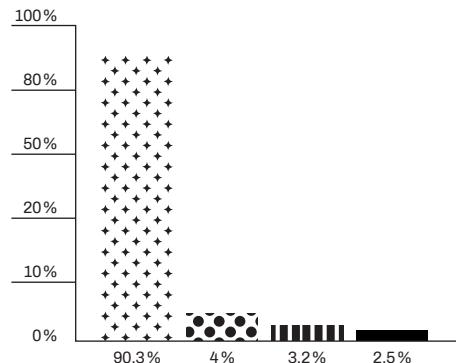


Dans quel type de logement habitez-vous ou habitez-vous dans cette commune ?

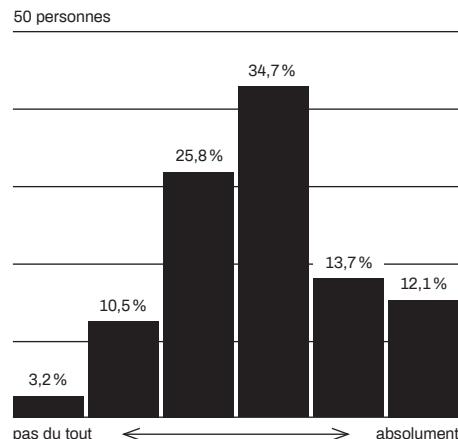


De quelle manière vives-vous ou viviez-vous dans ce logement ?

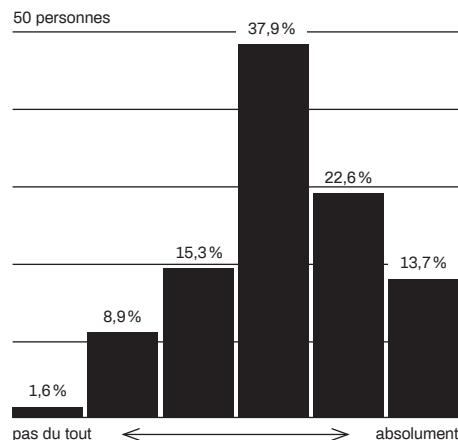
- En colocation
- ▲ En famille
- Seul.e
- ▬ En jeune couple



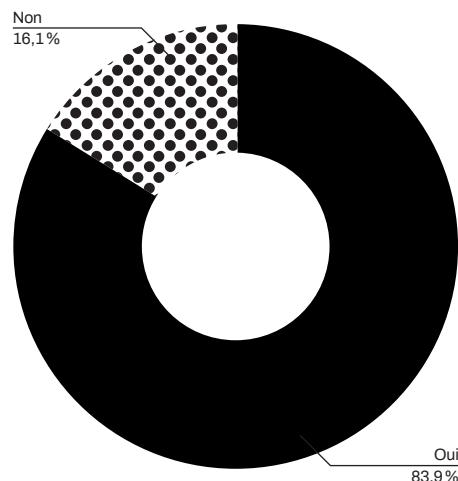
Lorsque vous êtes confronté.e.s à des personnes du village, est-ce que vos échanges vont au-delà de la simple courtoisie ?



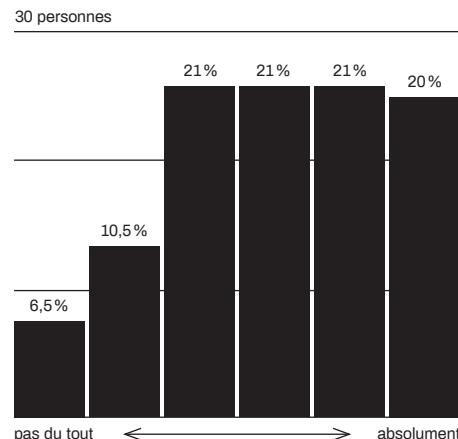
Connaissez-vous ou connaissiez-vous les habitants de votre commune ?



Avez-vous des amis au sein de votre commune ?



Vous estimez-vous ou vous estimiez-vous intégré.e.s au sein de votre commune ?



En quoi ?

- + Je participe aux événements proposés par la commune, j'y retrouve mes amis et je rencontre des habitants du village, j'estime faire partie de la vie en communauté et donc intégrée.
- + Ami.e.s/Activités proposées, on avait notre collège dans la commune également.
- + Participation à la vie associative, fêtes de village, entraide.
- + **Peu d'intérêts en commun, sentiment de décalage et d'incompréhension.**
- + Activité, loisir.
- + Toujours reconnue quand je rentre dans mon ancienne ville.
- + Je n'habitais pas dans le bourg de ma commune, mais dans un lieu-dit donc je ne participais pas vraiment à la vie de la commune. De plus, je n'allais pas à l'école dans ma commune, donc il était plus difficile de créer du lien avec les autres habitants.
- + Bénévole, échanges.
- + Les conscrits. Les événements organisés par les associations de la commune, la proximité avec les personnes.
- + Je ne me sentais pas vraiment intégrée car malgré les salutations courtoises, je n'ai jamais créé de lien forts avec des voisins ou autre.

- + Je jouais souvent avec les autres enfants de ma rue.
- + Pas native du village donc rejeté par les habitants lors de mon arrivée, me suis fait d'autres amis en ville depuis.
- + **Ragots, potins, un peu l'hypocrisie du « vivre ensemble ».**
- + En tant que jeune qui fait partie du groupe de conscrits.
- + L'investissement dans les associations de la commune et le fait de connaître la majorité des habitants.
- + Clan.
- + Commune trop grande, activités principalement pour les enfants ou les plus 40 ans.
- + Participer à la vie des associations.
- + Je suis trop jeune pour m'intéresser.
- + La convivialité et la proximité.
- + Apéro avec les voisins.
- + Ne ressens pas le besoin.
- + Beaucoup de connaissances faites à l'école quand nos enfants étaient scolarisés dans la commune.
- + Plus ou moins car il y a souvent des jalousies qui créent des tensions entre certains habitants.
- + Discussion avec tout le monde.
- + Peu d'activités dans cette commune, d'événements ou autre qui font que je suis souvent ailleurs.
- + Je fais parti d'associations au sein du village.
- + Non intégré par le fait d'avoir bougé tôt pour mes études.
- + Connaître pleins de monde.
- + Je peux sortir en pyjama sans pression.
- + Car je faisais partie de plusieurs associations.
- + Je ne me sens pas spécialement très intégrée puisque je suis partie assez tôt de la commune.
- + Ce n'est pas ma mentalité mais il faut bien s'adapter.
- + Jouer avec les autres enfants et participer aux activités.
- + Les implications pour l'association du cinéma, du club d'athlétisme et de l'école primaire et du collège.
- + Plusieurs personnes nous connaissent.
- + Fêtes ou sorties organisés, les conscrits, commerçants familiaux au fil du temps...
- + Cordialité, intégration à des événements.
- + Pas de réels liens.
- + **Famille originaire de la commune depuis longtemps, fêtes locales, premiers emplois.**
- + Proposition des élus locaux de participer / organiser des événements.
- + Entraide entre voisin.e.s.
- + Par des liens familiaux et amicaux.
- + La convivialité.
- + Famille sectaire.
- + Marque de courtoisie, de grandes conversations et sourires.
- + Groupe Facebook, activités entre habitants de la commune.
- + Suite au décès de ma mère, ma famille et moi sommes senties exclues de la commune.
- + On ne me contacte que très rarement pour me mobiliser dans la commune.
- + Conseillère municipale.
- + Pas d'attache au village.

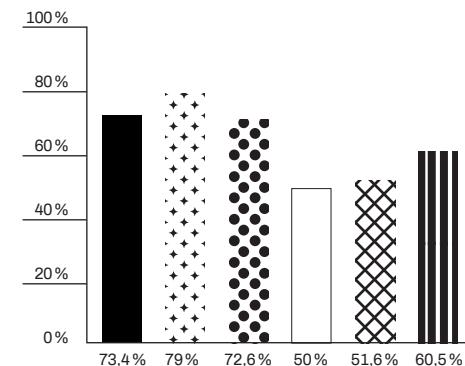
- + Les gens prenaient souvent de mes nouvelles sans que j'aie forcément vers eux.
- + Je me sens intégrée car j'ai toujours été dans l'école communale, avec les mêmes amis, mes amis avec qui d'ailleurs je fais les conscrits et participent à des manifestations communales.
- + Le fait de connaître les gens que l'on croise, que les gens prennent de vos nouvelles, qu'on se retrouve dans le cadre d'événements...
- + Activités sportives.
- + La taille du village jouait beaucoup, c'était un très petit village, presque tout le monde se connaissait alors dès qu'il y avait un événement (fête, salon, rassemblement...) tout le monde était au courant et relayait l'information et insistait pour que tout le monde soit là. Que ce soit les habitants du village ou des environs.
- + Travail pour la commune.
- + On peu participer à beaucoup de chose, il y a toujours de événements.
- + La connaissance de certaines personnes.
- + Fête de quartier.
- + École.
- + Je suis originaire de la commune.
- + Via l'école – amis, activités périscolaires, sorties de groupe.
- + Je participe à la vie de la commune et les habitants me font confiance.
- + Pas du coin à l'origine, et encore moins issue de la campagne (ferme, exploitation agricole...).
- + J'y habite depuis ma naissance et la plupart de ma famille y vit. J'étais à l'école dans cette commune, j'y ai mes amis d'enfance...
- + Invitation aux fêtes du village, participation aux associations (club de sport).
- + Membre d'associations, volonté de prendre part aux décisions...
- + Le racisme.
- + Dans notre commune, il y a des jours de communauté une fois par an, tous le village viens aider à la propreté ou aux nouveaux projets de la ville à la fleuraison du cimetière... Le soir nous sommes convier à un repas collectif. Il y a des activités tels cinéma ou jeu pour les personnes âgées. Mon papa est très connu dans notre village je suis donc depuis petite connue de tous et donc nous nous sentons chez nous. Je pense à autre chose cela ne se passe pas dans mon village mais au village voisin. Le maire mets en place une journée par an de « plantation » : chaque famille qui a accueilli un nouveau né dans l'année viens planter un arbre. Celui-ci est donc ancré à la ville. Les familles sont donc raliés à leur village même si elles déménagent.
- + Groupe d'amis proches.
- + Les gens me sourient.
- + Je vis dans cette commune depuis mon enfance, j'ai donc des amis dans cette commune ou des amis de mes parents qui font que je me sens intégré au sein de cette commune.

- + La gentillesse des habitants, le fait de savoir que si j'ai un problème je peux demander quelqu'un en étant sûr que l'on me répondra gentiment.
- + Dans mon village natal c'est la famille!
- + Faire parti d'associations.
- + Fréquentation de l'école du village, bénévolat à la bibliothèque municipale, réseau informel d'échange des fruits et légumes du potager, solidarité entre voisins.
- + Je ne m'intéresse pas aux gens de mon village.
- + Intégrée auprès de mes amis/famille, mais aucune participation à des activités communales ou autre.
- + Les engagement associatifs et la connaissance du voisinage.
- + Reconnaissance entraide et communication.
- + Absence de rôle dans la vie du village.
- + La courtoisie générale permet de s'y sentir à l'aise. Le fait d'avoir grandi dans la commune et d'avoir participé à des activités culturelles et sportives au-delà du cadre scolaire a également agrandi mon cercle de connaissances. Il est très fréquent qu'on me salue et qu'on me demande de mes nouvelles sans que je connaisse la personne avec qui je parle, mais du coup, cela renforce le sentiment d'appartenance à un lieux et à une communauté.
- + Difficile de s'intégrer car pas d'association dans ma commune.
- + C'était à un âge plutôt bas donc a travers l'école tout le monde se connaissait et allait les uns chez les autres ou faisait les mêmes activités.
- + Un groupe de voisins avec qui nous nous réunissons pour des repas.
- + Parents, grands-parents...
- + L'année de notre venue dans ce village, avec la jeunesse, nous étions jeunes et les échanges d'amitié se passaient très bien, avec les années qui se sont accumulées (50 ans).
- + Activité au sein de la commune.
- + Le travail.
- + Convivialité.
- + Intégrée, mais pas intimes avec mes voisins actuels.
- + J'y suis rarement à cause de mon emploi.
- + Pas complètement intégrée car j'ai travaillé à l'extérieur et mené la vie « métro boulot dodo », sans métro mais avec obligation de la voiture individuelle.
- + Bonjours cordiaux.
- + Les conscrits!
- + Les conscrits, l'école, les fêtes.
- + Les gens qui nous parlent, disent bonjour...
- + Le temps fait que je connais certaines personnes, ce qui me permet de m'intégrer un minimum. Sinon il y a peu de choses mises en place pour permettre aux habitants de la commune de se connaître et/ou d'échanger.
- + Les conscrits.
- + Je ne vis plus dans mon village depuis longtemps, et ma famille non plus.
- + Mentalité différente avec les groupes de jeunes à l'époque, pas les mêmes intérêts.

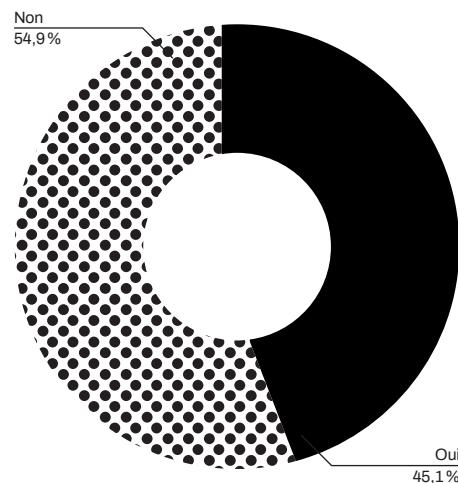
- + J'étais enfant, scolarisée dans la commune, et participais à des événement privés ou publics régulièrement.
- + L'édition du journal de la commune.
- + Proximité.
- + Se saluer et s'arrêter pour discuter.
- + Participation associatif, participation événements.
- + Communication avec les habitants.
- + Droit de voter et de participer aux décisions.
- + Pas mal d'amis.
- + On allait tous le temps voir nos amis à la place de la mairie, on faisait les ferias, presque tout le monde se reconnaissait.
- + Repas, multiples services rendus.
- + Association.
- + L'âge et la langue.
- + Une association de handball et le collège.
- + Des échanges très forts.
- + Faire partie du Comité des fêtes.

Selon vous, qu'est-ce qui engendre le lien social en zone rurale entre les habitants ?

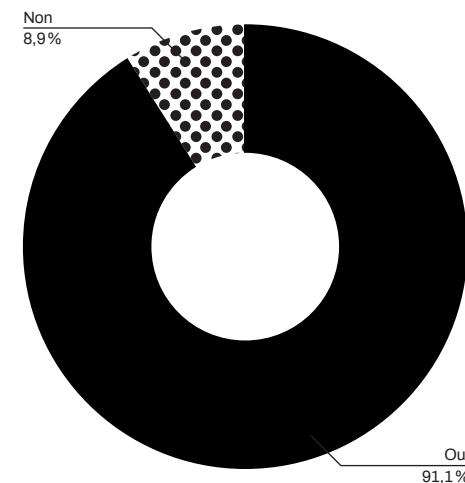
- Les associations (tous domaines confondus)
- ▲ Les événements (culturels, festifs...)
- Les activités ou loisirs (yoga, chasse, foot, cours...)
- Les fêtes entre voisins
- ↗ Les commerces
- ▨ Les lieux publics (bibliothèque, école, mairie...)



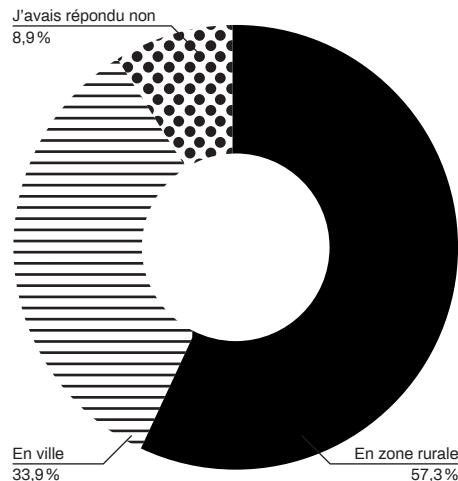
Faites-vous ou faisiez-vous partie d'une association au sein de votre commune ?



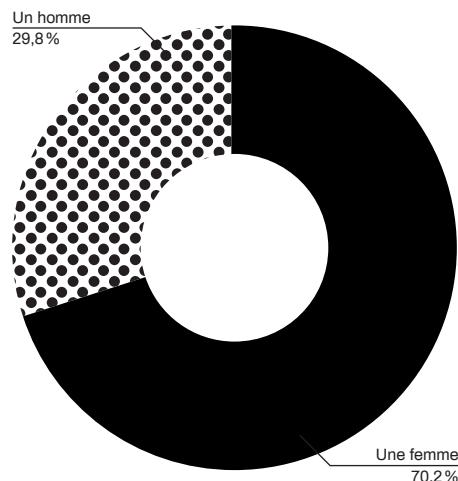
Avez-vous fait l'expérience d'habiter en ville ?



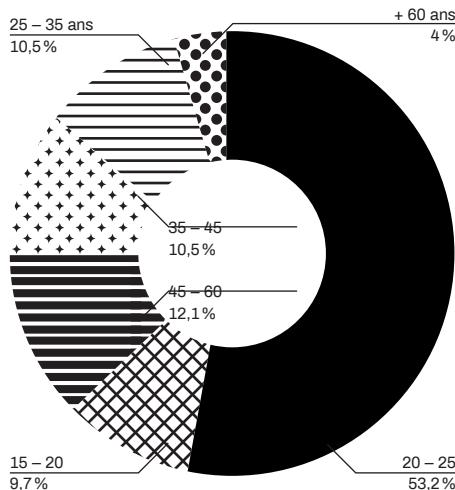
Si oui, où vous sentez-vous le mieux en matière de proximité sociale ?



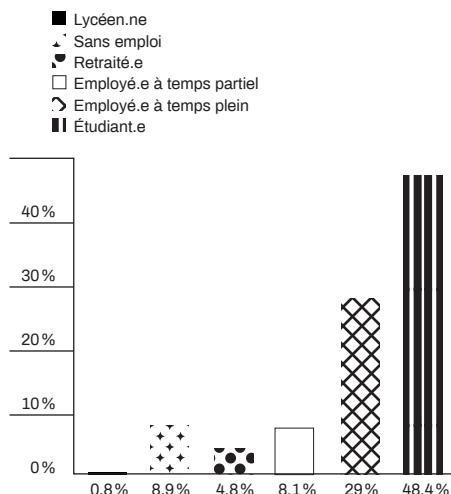
Vous êtes ?



Quel âge avez-vous ?



Quelle est votre situation professionnelle ?



Selon vous, qu'est-ce qui pourrait engendrer davantage le lien social en zone rurale ?

- + Valoriser les relations intergénérationnelles.
- + Mobilité facilitée.
- + Un rapprochement géographique.
- + Les événements peuvent engendrer du lien social en zone rurale. Il faut recréer du lien et enlever les peurs des gens.
- + Rendre la commune plus vivante grâce à la création de petites associations ou de petits commerces. Ce qui manquait (pour mon cas) pour créer du lien social était qu'il ne se passait rien dans le bourg du village (pour te dire il n'y avait même pas de boulangerie). Je pense donc que le mieux serait de re-dynamiser les petits bourgs.
- + Rôle particulier des associations, l'âge moyen des personnes qui y habitent, village à proximité d'une ville ou pas (peut être un simple village dortoir).
- + Malgré mon expérience, je pense que ce qui crée le lien social est le fait de souvent croiser les mêmes personnes dans les mêmes lieux, et donc d'être amené à faire connaissance par habitude. Pour en créer d'avantage, il faudrait peut-être envisager plus d'activités dans les villages au cours desquelles les gens seraient amenés à se rencontrer, ce qui manque souvent.
- + Créer plus d'échange, d'aide entre les voisins grâce à un lieu où ils pourraient se retrouver (je connaissais une association dans un village qui avait sa propre monnaie pour permettre aux habitants de se rendre des services entre eux).
- + La communication, les espaces de partages.
- + Voter autre chose que FN.
- + La création d'événements et d'espaces de rencontre comme les cafés.
- + Enlever la hiérarchie.
- + La culture, projet commun.
- + Les animations festives, les écoles, les commerces.
- + Un lieu de rencontre comme un bar.
- + Bar et concert.
- + La volonté et le besoin.
- + Les commerces de ventes directes : sans intermédiaire. Les habitants se rencontrent entre eux dans ces commerces.
- + Le partage de service, le covoiturage pour aller au travail...
- + Plus de bringue.
- + Des actions, compétitions avec d'autres villages, des événements qui nous obligent à être solidaire et ensemble. L'extraction de sable de ma ville natale a rassemblé beaucoup de monde par exemple. Je pense que c'est dans les « épreuves » qu'on se rapproche. On est beaucoup plus français et moins individualiste quand on cherche à nous atteindre... Pour se défendre, on a toujours besoin d'un groupe et de soutien. Et si tu te focalisais sur des villes qui se battent pour quelque chose ? Elles seraient réceptives à tout ce que tu mèneras, ça leur donnera un coup de pouce et tu fais une bonne action ! Un kit de révolte, haha !
- + La culture.

- + Des vraies place du village, plus de zones pavillonnaires. Tous les villages tendent à devenir des mini-villes avec des carefour market, des lotissements modernes, c'est la défaite.
- + Plus d'événements culturels, ou de proximité pour favoriser l'échange dans les petites communes.
- + Les enfants, et l'entraide.
- + La communication engendrée par la mairie, qui devrait favoriser encore plus le « LOCAL ».
- + Commerces et transports.
- + Plus d'activités gratuites mises en place, par des associations, ou la mairie etc.
- + Un retour des commerces de village (un café central, par exemple, comme il y en avait il y a quarante ans) qui n'oblige pas les gens à circuler systématiquement en voiture vers des villes proches.
- + Des événements intergénérationnels.
- + Des moments culturels, festifs et joyeux pour tous.
- + Des grosses fêtes de bonhomme ou tout le monde se bourre la gueule ensemble.
- + La culture, la curiosité...
- + Travailler dans un lieu de rencontre (restaurant, bibliothèque, boulangerie, tabac, boucherie, etc.).
- + Les événements.
- + Je trouve que le lien social en zone rurale est déjà bien présent.
- + La réappropriation des lieux par ses habitants, que ces zones ne soient plus uniquement des endroits dortoirs. Faire en sorte que les habitants en soient fiers et aient envie de promouvoir / créer une identité propre à la zone rurale pour ensuite avoir envie de concrétiser les choses, les idées, les projets avec et pour les autres.
- + Davantage d'activités sociales.
- + Un banquet partagé.
- + L'implication des habitants dans des projets collectifs d'intérêts écologiques, culturels, économique, et d'échange de services et de produits.
- + Changer de système de manière globale.
- + Chez moi il n'y a pas de commerces, ni de lieu pour se retrouver, tout repose sur les associations et leurs événements. Ceux-ci se font de plus en plus rares, car les associations s'essouffent, les jeunes ne prennent pas le relais.
- + Des zones de rencontres, meetings pour parler du village, exprimer ses idées pour faire avancer la communauté.
- + Commerces de proximité, créations d'événements communautaires, mise en place de lieux polaires.
- + Mon village étant petit les connexions en sont nombreuses. Pour autant un point important peut être dans ton analyse : c'est les nouvelles personnes qui viennent se greffer à ce milieu existant. Comment se créer une place au sein d'une communauté déjà soudée ou encore inversement comment accueillir un nouvel arrivant.
- + Plus de moyens mis à disposition pour échanger (par exemple du matériel collectif, bibliothèques collectives...) au sein de lotissements — services.

Moyens pour favoriser l'échange (plus facile dans de petits quartiers, lotissement...) dans le cas de soirées, de repas collectifs... Dispositifs qui amènent les personnes à se regrouper mais qui ne les forcent pas. Plus d'événements culturels qui amènent certaines personnes à se rencontrer car intérêt commun (exemple : dispositifs qui permettraient d'accueillir ces événements, expos photos ou autres... Pourquoi pas des productions des habitants de la commune).

- + La culture.
- + Toute la liste précitée : Services, commerces, associations... Réseaux d'échanges et d'entraides. Initiatives pour favoriser le lien intergénérationnel (lectures à domicile pour les personnes ayant une autonomie réduite, organisation de covoiturage au sein des villages, mutualisation des services et des équipements). Organisation d'un réseau « petit job » entre jeunes et senior. Suggérer aux communes le développement d'espaces partagés : Jardins, vergers, potagers communaux. Centrale d'emprunt de petit matériel sous forme associative...
- + Avoir plus de jeunes, de campus et d'événements culturels.
- + **Le lien est plus facile quand on est originaire de la commune ce qui n'est pas mon cas. Quand on vient d'ailleurs, il faut faire l'effort de s'intégrer car tout le monde se connaît et ne ressent pas le besoin d'aller vers vous. J'habite une commune où spontanément les gens se disent bonjour. Aussi, un gros festival y est organisé tous les ans, le lien social existe grâce à ça. Seul hic, de nouveaux lotissements fleurissent et on ne connaît pas cette nouvelle population.**
- + Transports en commun, citoyenneté participative.
- + Organisation d'événements incluant l'action de l'ensemble des habitants (qu'ils ne restent pas spectateurs).
- + Plus d'événements culturels portés sur l'Histoire du village. Je pense que le sentiment d'appartenance à un lieu, à une communauté passe par la reconnaissance d'un passé, d'une histoire, d'expériences communes. J'imagine peut-être une expo photos, ou des témoignages interactifs. Sinon, je pense que les lieux de rencontres types bars/restaurants sont les meilleurs créateurs le lien social et manquent souvent cruellement dans les petites et moyennes communes.
- + Des cafés, événements culturels.
- + Des rencontres intergénérationnelles.
- + Faire plus de fêtes qui réunissent les parents par l'intermédiaire des enfants type kermesse ou autre.
- + Le choix de vie - agréable - sans bruit - les promenades en plein air.
- + Empêcher la fermeture des services publics et des commerces de proximité.
- + Un bar.
- + Ne pas être individualiste, aller au devant des autres.
- + 1 – Imaginer et organiser les déplacements sur un mode collectif et/ou de partage; 2 – construire un lieu de rencontre et de convivialité simple, sans but lucratif (c'est

à dire sans qu'il assure forcément une paie pleine et entière, ce qui monterait énormément son coût, mais pas gratuit non plus), sans objectif précis (qui reviendrait à former une association). Un genre de café solidaire où l'on pourrait venir lire, jouer, faire ou écouter de la musique, danser un peu... Ou simplement boire une boisson chaude et bavarder un peu. Un lieu de convivialité souple dont le poids financier ne soit pas trop grand; 3 – Mettre les gens en contact pour petits échanges de services et/ou de travail; 4 – Problèmes à surmonter : l'information et la communication. Internet est pratique mais tout le monde ne l'utilise pas...

- + Le peu d'habitants et la possibilité de prendre le temps.
- + Des événements intergénérationnels.
- + Très bonne question, tout y est déjà!
- + Les activités en pleine nature, la création de sites aménagés pour le public, les associations, etc.
- + Un bar.
- + La culture, sous toutes ses formes.
- + Plus de lieux publics et de projets culturels.
- + Plus de lieux publics de rencontres, en remplacement des anciens cafés qui étaient très répandus.
- + Le service public, la poste, la caf, a proximité : médecin, maternité, cliniques.
- + Des bistrotts, des commerces.
- + Communication. Favoriser le contact par la découverte d'autrui. Favoriser les échanges locaux (ex : agriculteurs/boulangers...).
- + Imaginer plusieurs jours par an dédiés à des activités intergénérationnelles.
- + Dynamiser les liens jeunesse.
- + Des petits commerces, des maisons d'hôtes, des petites structures, faisant vivre le village en améliorant la qualité de vie des habitants et en augmentant le nombre d'emplois.
- + Plus de culture, plus de commerce de proximité, plus de covoiturage et de car inter-régionaux.
- + La volonté des communes de faire plus d'actions mobilisant l'investissement de tous
- + Faire des activités, promenades, tournois de jeux de cartes, pétanques.



## Entretien avec les membres de **La Cambuse**, bar associatif de Langouët, à Langouët, le 16 Novembre 2018

Gilles, Jérôme et Sébastien

### Parlez-moi de l'association, de son nom, de ses membres et du besoin de faire ce bar ?

Jérôme : *La Cambuse* est le bar associatif initié pour et par les habitants il y a maintenant plus de 6 ans. Ce bar est clairement la chose qui manquait à Langouët pour faciliter les liens sociaux entre les habitants. Avant *La Cambuse*, il y avait un bar, mais les commerces n'ont jamais vraiment su trouver leur compte à Langouët, alors il a fermé. Pour ne pas perdre la licence IV du village, nous avons pris l'initiative de monter une association qui serait aussi un bar.

Sébastien : Aujourd'hui en membres actifs, nous devons être une dizaine. Une petite centaine d'habitants ont fédéré à l'association, sur 600 habitants, c'est bien.

Gilles : Le nom du bar vient du mot « Cambusier », un cambusier est une personne qui gère les réserves dans un bateau. Pour la petite anecdote, la personne missionnée pour gérer nos stocks c'est un ancien cambusier! C'est comique mais c'est aussi très pratique parce que quand on organise des repas d'envergure, il sait parfaitement comment gérer les quantités.

### Qu'a apporté ce bar à la commune ?

S : Le bar a vraiment été un moyen de se retrouver. En plus, stratégiquement, nous sommes ouvert à partir de 17h le vendredi. L'école ferme à 16h30, les enfants on envie de passer par *La Cambuse* avant de rentrer. Les enfants sont vraiment fan de *La Cambuse*, c'est une autre forme de rencontre et de lien. L'école à fait connaître *La Cambuse* et vice-versa je pense.

G : Certaines personnes sont venues habiter dans la commune pour le bar associatif ou pour l'école.

### Au-delà du bar, vous êtes une des principales associations de Langouët, quels autres événements proposez-vous aux habitants de la commune ?

G : On organise l'anniversaire de *La Cambuse* tous les ans en été, il y a aussi beaucoup de concerts et de spectacles qui ont lieu au Bar. Au début on organisait des concerts tous les weekends pour promouvoir des artistes locaux. Maintenant, on ne fait plus qu'un concert par mois, on estime que c'était assez pour que les gens s'impliquent au minimum.

S : Généralement on n'organise pas vraiment d'activités de nous-même, nous prenons beaucoup en compte l'investissement de chacun. Si des adhérents ont des projets, des idées, on les aide à organiser. Par exemple, il y a eu une sortie vélo en bords de mer avec les familles, des tournois sportifs aussi ou encore un petit déjeuner géant avec un bon nombre d'adhérents. On veut vraiment que *La Cambuse* soit aussi un outil, un « facilitateur d'organisation » pour les habitants à la réalisation de projets. (ndlr : susciter l'intérêt des habitants par le biais d'une invitation à la proposition de leurs projets.)

G : Il faut savoir aussi que bien que *La Cambuse* soit un lieu où l'on peut adhérer, il est aussi et surtout ouvert à tous.

J : Donc le bar est ouvert tous les vendredis soir, mais on organise aussi régulièrement le Painbuse. C'est le dimanche matin, on offre un service de proximité qui est la vente de pain. On ne se fait pas de bénéfice sur ces ventes, on achète le pain à la boulangerie de la commune voisine, et on le revend au prix coutant aux habitants de Langouët, c'est un service qu'on propose.

G : Le painbuse est une initiative qui ne marche pas vraiment...

### Pourquoi avoir fait ce projet, et pourquoi ne fonctionne-t-il pas, comment le communiquiez-vous ?

G : On a mis en place ce projet pour faire du lien intergénérationnel. On n'utilise aucune affiche ou flyer, c'est seulement le bulletin municipal qui nous fait de la pub.

S : ce qui ne marche pas, c'est qu'on n'a qu'une dizaine de personnes qui viennent chercher leur pain. En plus on pourrait croire que ces dix personnes sont des personnes âgées, mais tout au contraire. Elles ne viennent pas.

G : En même temps l'organisation est un peu compliquée je pense. Pour ne pas faire de perte, chaque semaine il y a un tableau à remplir avec son nom et le nombre de pain désiré. Jusque-là, ça va, mais ce tableau il est à remplir sur Doodle... Il y a peut-être des gens qui ne peuvent pas le faire ou qui ne savent pas faire. Du coup on ne sait pas trop quoi faire pour améliorer ça, mais on tient à garder ce projet.

### Avez-vous des liens avec les autres associations du village ?

S : On est un peu la seule association du village.

J : Avec *Lann Coat* on est un peu connecté, on va à leurs événements, ils viennent aux nôtres, mais on n'a aucun événement en commun.

S : *Lann Coat* c'est un peu l'association de la municipalité.

### Sans vous, comment les gens se retrouveraient et éprouveraient leurs liens sociaux à votre avis ?

G : À l'école! Il y a beaucoup de spectacles pour enfants, et puis on rencontre les parents à la sortie de l'école quand on vient chercher nos enfants... L'école joue un rôle important dans une commune.

J : Il y a aussi l'écoquartier qui a apporté beaucoup en matière de lien social. Durant la construction 12 maisons, les futurs habitants devaient venir aider à co-construire leur maison, ça a engendré la rencontre. (ndlr : la participation à la construction de son futur quartier est perçue comme un effort commun pour le bien de tous, les habitants sont plus enclins à se rencontrer.) Notre quartier avec mes voisins, nous l'avons baptisé «le quartier de l'apéro »

**Pensez-vous que les gens sont tous très intégrés au sein de la commune et au sein de l'association ?**

G : Pour moi oui, mais c'est un peu divisé.

S : Comme je t'ai dit, on n'a qu'une centaine d'adhérents, donc au final tout le monde ne vient pas. On a parfois même des plaintes d'habitants pénibles... Après on est ouvert à tous, notre mot d'ordre c'est que si *La Cambuse* est ouverte, tout le monde peut y venir, comme toi par exemple pour ce soir. On n'est pas une secte, on ne reste seulement entre adhérents. Bien sûr il y a des habitués qui viennent régulièrement et que le cercle est finalement assez cloisonné vu de l'extérieur, mais on n'a jamais refusé et on ne refusera jamais quelqu'un qui vient s'intéresser à notre association.

J : Je pense qu'il y a un truc qui fait que tout le monde ne s'intègre pas au sein de la commune et même encore plus au sein de l'association, c'est le fait qu'on véhicule tous des idées de Gauche, on passe pour des écolos avec nos idéaux politiques, mais on ne veut pas être prosélytique ! On ne veut pas que les gens ne viennent pas à cause de ça, même s'ils ne sont pas d'accord avec nous, on veut qu'ils viennent.

S : J'imagine que c'est compliqué de rentrer dans une sphère sociale déjà bien définie, de s'y intégrer pleinement comme les gens étant déjà intégrés.

G : Du coup au bar et aux événements en famille organisés, on a du mal à avoir tout le monde. Par contre, on a aussi fait le vide grenier, plus ou moins sur la demande du maire, et ça a cartonné ! On avait tous les âges et tous les genres ! Le lien intergénérationnel a même été initié car on a demandé aux enfants de troquer des objets entre les différents stands.



**Parlons de votre village, quelles sont les associations les plus dynamiques ?**

Trois associations sont très dynamiques à Langouët. *La Cambuse*, elle organise des événements spéciaux tous les premiers vendredis de chaque mois. C'est un bar associatif tenu par les habitants eux-mêmes. Tous les dimanches matin, il y a le « Painbuse » également. C'est une vente de pain pour les habitants du village. La bibliothèque organise énormément d'activités et d'actions, elles ne sont pas uniquement liées à la lecture, parfois c'est en lien avec l'environnement, ou des problématiques sociales... Enfin, l'association *Lann Coat* s'occupe d'organiser les concerts de l'église ainsi que le pique-nique citoyen du 14 juillet, et d'autres animations sur la commune comme des séances de films suivies de débat...

**Avez-vous des commerces au sein de votre village ou faites vous face à une désertification commerciale ?**

Ici il n'y a aucun commerce mis à part le bar associatif de *La Cambuse*. Les plus proches se trouvent à Vignoc et Gévezé. Il se développe cependant au sein du village, le marché à la ferme, il a lieu tous les samedis matin dans la ferme de l'Aulne, sur la commune.

Non nous ne sommes pas face à une désertification commerciale, notre stratégie n'est pas du tout de rouvrir le commerce qui n'a jamais fait preuve de son efficacité, de sa solvabilité. Il y a eu jusqu'à sept commerces dans la commune, quand la voie départementale passait dans le bourg. Quand il y a eu la déviation, il y a un peu plus de 40 ans, les commerces ont disparu les uns après les autres, que ce soit la boulangerie, tous les bars – il y en avait trois, etc. En 1983, la commune a décidé de réouvrir le commerce et ça a été échecs successifs sur échecs successifs. Parce que nous sommes dans une zone où il y a tous les services très près, notamment Gévezé. Quand il y a eu la dernière « faillite », on a décidé de ne pas rouvrir le commerce. Ce qui a eu comme effet positif de lancer le bar associatif, par les habitants eux-mêmes, qui ont dit : « eh bien nous, on prend ça en charge. »

**Parlez-moi du patrimoine, des bâtiments communaux.**

L'école de Langouët est composée de quatre classes, il y a 83 élèves dans cette école. Les élèves sont majoritairement de Langouët et une dizaine sont de Saint-Gondran, le village d'à côté qui n'a pas d'école.

Nous avons seulement l'église en tant que patrimoine architectural, historique. Nous avons cependant beaucoup d'espaces naturels protégés, du fait de la longueur de la commune. En effet, la commune est grande, elle fait 699 ha, elle se développe comme une pomme de terre. L'habitat est dispersé dans différents hameaux, il n'y a pas qu'autour du bourg que la commune vie.

**En ce qui concerne l'artisanat et les compétences des habitants du village, qu'y a-t-il ? Où travaillent vos habitants ?**

Il y a un peu d'entreprises artisanales à Langouët. Il n'y a pas de zone d'activité. Bien sûr il y a des habitants qui sont artisans qui vivent sur la commune mais qui n'ont pas leur atelier sur la commune. Sinon les habitants travaillent essentiellement sur le bassin Rennais.

**Y a-t-il de forte personnalité dans le village, des personnes connues de tous les habitants ?**

Il y a une bonne dizaine de personnes qui sont très actives dans le village et qui sont connues de tous les habitants, ils sont des employés communaux et des habitants du village.

**Avez-vous encore d'autres projets pour votre village que ceux déjà en état de marche ?**

Maintenant la commune est très engagée sur un projet, qui va durer plusieurs années – j'espère, c'est un projet sur la permaculture et l'autonomie alimentaire de la commune. Là on commence à prendre la mesure de l'intérêt de l'autonomie énergétique, c'est-à-dire de produire autant d'énergie qu'on en consomme, nous voudrions faire pareil pour l'alimentation : essayer de consommer sur place ce que l'on produit sur place. Ce qui est, à notre avis, une des évolutions de l'écologie. Quand on voit aujourd'hui des pommes de terre qui partent de chez nous qui vont dans le sud de la France et dans le sud de la France des pommes de terre qui viennent chez nous... Tout ça n'a aucun sens, ça admet des coûts écologiques et financiers tout à fait considérables. Donc on tente d'être dans cette logique, qui mettra plusieurs années, mais qui va dans le sens de l'évolution climatique et écologique de la société.

**Et cela suit aussi vos valeurs, déjà présentes dans le village.**

Ce sont des valeurs d'il y a 20 ans, aujourd'hui ce sont des choses qui vont s'imposer à la société et la société va être contrainte de s'adapter à des situations qu'elle ne décide pas, notamment des décisions climatiques.

**Avez-vous des projets communs avec la communauté de communes du Val d'Ille-Aubigné ?**

Nous avons eu le projet d'un véhicule partagé et propre. Nous l'avons eu pendant un an, un véhicule partagé électrique. Mais nous avons rencontré des difficultés, notamment à communiquer sur la Zoé. Vous pouvez voir ça avec Ella Lehrée, c'est elle qui s'est occupée de la mise en place dans la commune.

Sinon, on aimerait... Pour l'instant, il y a une problématique liée avec l'interprétation de la loi NOTRe, qui est une espèce de bouclier entre les communes et l'intercommunalité, des compétences difficiles à croiser... On a plusieurs difficultés aujourd'hui, à créer de la synergie.

**Est-ce que vous avez ce désir d'attirer plus d'habitants ?**

Non ce n'est pas du tout une aspiration, la commune est assez petite, elle est traversée par une rivière qui s'appelle la Flume, il y a beaucoup d'espaces inondables ou protégés, donc on essaye de glisser dans la zone urbaine actuelle, de glisser des habitations, des nouvelles constructions, sans prendre du tout sur le foncier agricole. C'est un challenge, nous y sommes arrivés grâce aux habitants et à une équipe pluridisciplinaire qui nous a aidés, à trouver la possibilité à terme, d'ici les 10 ans à venir, d'avoir 27 à 30 habitations sur la commune. On est plutôt dans une logique d'expérimentation sociale et écologique, on essaye de réussir nos projets et de le partager surtout et de profiter des expériences des autres, grâce au réseau *Bruded* notamment.

*Bruded* est un réseau cofondé par la commune de Langouët en 2005, la commune de Silliac et celle de Saint-Briac-de-mauron. C'est un réseau d'entraide car l'écologie c'est compliqué. C'est quand même 163 communes en Bretagne qui s'entraident.

**Vous m'aviez parlé d'un tourisme écologique, dans le sens curiosité face à vos projets, avez-vous d'autres typologies de touristes ?**

Langouët ne fait pas partie des sites touristiques, on ne vient pas visiter Langouët parce qu'il y a un patrimoine exceptionnel. Par contre il y a des gens, interpellés par la presse, car la commune est très couverte par la presse – ça n'est pas une volonté communale, même si la commune ne fait rien pour l'empêcher – mais si on parle de nous, c'est par rapport à la cantine 100% bio, les logements écologiques, la biodiversité, les emprunts participatifs. Ça nous amène des gens curieux, qui viennent voir, vérifier. On a eu des Californiens il y a 15 jours, des Vietnamiens, des Chinois...

**Avez-vous des espaces pour accueillir ces gens-là ?**

Il y a quelques gîtes pas loin, des Airbnb beaucoup, cela n'a pas l'air d'être un souci pour eux.

Si vous voulez, *Bruded* organise des visites très sérieuses, une fois par mois, essayez de voir ça avec Mikael Laurent.

**J'aimerais en savoir plus sur les relations entre les habitants, comment vous imaginez les liens entretenus entre les habitants ?**

Je ne crois pas que la puissance publique peut intervenir dans ce champ-là. Personnellement ça se discute, pour ce qui est de Langouët, on ne peut compter que sur l'envie des gens eux-mêmes, de faire des choses, de partager des choses, et la commune d'être en appui, en soutient. Par exemple, nous avons des habitants qui se sont mobilisés pour « Nous voulons des coquelicots », j'ai proposé alors au conseil municipal de soutenir officiellement le mouvement, parce qu'il naissait sur Langouët. S'il n'y avait pas eu cette initiative

citoyenne, bien que je sois pour, je n'aurais pas initié une mobilisation.

**Pensez-vous avoir besoin de communication dans le village ?**

Non, nous l'avons déjà eu, il y a cinq ans nous avons été très médiatisés. Nous avons même pris la décision de ne plus donner suite à la demande de certains journalistes. Ils sont très envahisseurs. Puis nous avons lancé un emprunt participatif, un des premiers en France. Une fois l'emprunt fini, emprunté aux habitants, nous avons eu 18 articles de presse dont trois télévisions.

**Les associations ont-ils besoin de communiquer autrement sur leurs événements ?**

Non je ne pense pas qu'ils aient besoin de communication, c'est à eux de vous le dire après tout. *La Cambuse* marche aujourd'hui très bien, c'est devenu un des lieux de tournée, où les groupes s'arrêtent pour faire des concerts. On commence à faire partie d'un réseau. Je sais qu'ils sont en train aussi de se structurer, car il y a beaucoup de tiers lieux ici en Bretagne, associatifs, alternatifs... Donc ils sont en train de se coordonner, c'est intéressant.

**Qu'avez-vous compris du projet ?**

Moi j'ai compris votre projet : qu'il fallait pouvoir, dans l'espace public, matérialiser un certain nombre d'événements qui se passe, et qui sont toujours liés à une forme de communication classique.

Il y a une déception des gens, par exemple les gens ne viennent pas, etc. pourtant les initiatives des associations sont toujours les meilleures, mais ils ne comprennent pas que les gens ne viennent pas.

Là par exemple je me suis occupé de faire venir Henry Duchemin, qui est un apiculteur (ndlr : happy-culteur), sociologue, qui regarde comment les abeilles fonctionnent, travaillent, coopèrent, s'entraident, se protègent, etc. et qui en tire des métaphores pour inspirer nos propres gouvernances, en tant qu'être humain. Donc je me suis occupé de communiquer là-dessus, et la salle était comble, archi comble. Et je pense qu'il y a cette notion de proximité à trouver, c'est-à-dire des mécanismes, qui à la fois dans l'espace public, pourrait être cohérent.

Les concerts de l'église, par exemple, ils ne sont même pas annoncés devant l'église. Il pourrait tout à fait y avoir quelque chose de joli par rapport à l'église.

La bibliothèque se débrouille toute seule...

Et le 14 juillet n'est pas un succès, peut-être que le 14 juillet pourrait faire partie de votre sujet. C'est quelque chose que l'on met très longtemps en avance... Je pense qu'il y a quelque chose qui relève de la communication interpersonnelle à avoir.

Face au projet de permaculture aussi, il y a des gens dans la commune qui cultivent au naturel, qui ont des jardins, il y a quelques années, ils sont eux aussi parti dans le glyphosate, par paresse, ou parce qu'ils travaillaient aussi... Et ils sont en train d'abandonner ça, depuis déjà un moment, et puis de toute façon la loi va l'interdire au 1er janvier. Alors ces gens qui sont plutôt âgés, à la retraite, qui ont entre 65 et 80 ans, ont vraiment des connaissances. Ils ne savent pas qu'ils savent ou font mine de ne pas savoir, ou se considèrent eux-mêmes comme des *culs-terreux*, qui n'ont vraiment rien à apprendre, et il y a aussi ce « je garde ça pour moi » ou encore « quelle prétention d'aller informer les autres » etc. Donc il y a quelque chose qui est de leur dire : « On a besoin de vos compétences ». Il ne faut pas qu'on aille devant ces gens en leur disant « alors écoutez, nous on met des formations en permaculture, on va vous expliquer ce que c'est qu'un jardin en permaculture ». Là on se fait virer tout de suite. Ils vont se dire : « Ce n'est pas des urbains, ou le maire qui va dire comment faire un jardin, lui qui n'en a pas. » Donc c'est compliqué car comment les faire venir dans quelque chose qu'ils connaissent... Et de l'autre côté, il y a des urbains, ici, qui auront envie de faire pousser des carottes sur leur toit mais qui sont *godiche* comme tout. Il y a quand même des gens qui partent en formation permaculture, 5 dans tout le village, c'est énorme... À mon avis, Individu par individu, « Monsieur et Madame Machin, vous voudriez bien nous donner un coup de main sur le jardin partagé... » c'est tout.

Si vous voulez, les gens n'aiment pas les engagements sur le long terme. Les gens ont peur, quand ils s'engagent dans une association par exemple, c'est d'être pieds et poings liés avec des obligations. Alors que quand on demande aux gens leur aide, à titre privé, « on a besoin de vous », ça fonctionne. C'est très rare que les gens vous disent non. Mais bon ça demande du temps.

Ce qui m'a intéressé c'est cette approche non statistique, non conventionnelle dans le sens communication.

Langouët c'est une marque, c'est un logo. Cette marque peut peut-être s'adapter. La feuille de chêne peut beaucoup plus s'inscrire dans l'espace public également. Rien n'empêche pourquoi de demander aux habitants de refaire entièrement leur boîte aux lettres, avec les couleurs de la commune, avec le logo de la commune, qui peut créer une sorte de cohérence sur une rue par exemple.



**Blason et logo de la ville de Bezons (95)**

« Le blason

La ville industrielle de Bezons, bordant la Seine, est symbolisée par la couronne dentée de la fontaine héraldique dont les ondes évoquent le fleuve. L'activité des travailleurs est exprimée par les trois avant-bras tenant la couronne dentée.

En chef, les trois couronnes sont aux armes de Claude Bazin qui épousa en 1580 Marie Chanterel qui possédait la Seigneurie de Bezons. Anobli par Louis XIII en 1611, Claude Bazin de Bezons perpétua les origines de sa famille, marchand de toile à Troyes, à l'enseigne " des Trois Couronnes ", enseigne qui fut reprise comme blason familial.

L'écu est timbré de la couronne murale des villes, celle que portaient les déesses grecques tutélaires des cités. Il est entouré de pampres pour rappeler que la vigne, jadis florissante, faisait vivre une population de vigneron.

Le Logo

La grande courbe bleu ciel évoque la Seine, berceau historique de la ville et de son développement.

Le rond rouge symbolise les valeurs de solidarité et d'unité de la ville et le trait vert évoque l'attention portée par la commune à l'environnement et à ses espaces verts.

Inscrit en exergue du logo, " la ville pour tous " affirme les traditions fortes de Bezons que sont l'ouverture, l'écoute, la mixité, la convivialité et la solidarité.\* »

\* Sans mention d'auteur, « Armoiries », Bezons, la ville pour tous [en ligne], sans date [consulté le 11 décembre 2018]. URL : <https://www.ville-bezons.fr/index.php?id=52>.

**Blason et logo de la ville de Moyeuve-Petite (57)**

« Le logo expliqué :

Animé par cette volonté de définir une identité au village la municipalité s'est dotée d'un logo.

Un logotype, plus couramment appelé logo, est une représentation graphique qui sert à s'identifier de manière unique et immédiate.

On retrouve sur le logo de Moyeuve-Petite, symbolisés : la forêt, le ruisseau et bien évidemment le renard animal emblématique du village mais animal qui représente à lui seul un environnement naturel où la faune à toute sa place. De toute évidence, l'environnement forestier est l'atout principal du village d'où ce slogan : Moyeuve-petite " un gout nature ".

Le blason expliqué :

Chaque ville peut posséder ses armoiries mais la loi ne permet pas de faire n'importe quoi. Le blason d'une commune doit être inspiré des sceaux qui étaient utilisés par les autorités lors des siècles passés et répondre à des normes bien précises pour être approuvé par l'Archiviste du Département de la commune.

La clé de gueules posée en chef et surmontant la rose, rappelle la clé de saint Pierre que l'on retrouve dans les armoiries de l'abbaye de Saint- Pierre (proche d'Avril) dont l'abbé était du 12ème siècle à la révolution était le patron de la paroisse de Moyeuve 'est à dire entretenait l'église.

Les barbeaux d'or qui meublent les deux flancs soulignent l'appartenance au Duché de Bar.\*\* »

\*\* Sans mention d'auteur, « Blason Logo », *Moyeuve-Petite, Un goût nature* [en ligne], sans date [consulté le 11 décembre 2018]. URL : <http://www.moyeuve-petite.fr/terroir/logo-blason>.

**Blason et logo de la ville de Corbas (69)**

« Le logo

Le logo de Corbas date de 1992.

Les couleurs :

le rouge : l'industrie,

le bleu : l'habitat,

le jaune : la qualité de vie,

le vert : les espaces verts.

Les formes :

Le soleil ascendant apporte la volonté de mettre en avant le dynamisme, le développement économique, enfin l'épanouissement de notre commune qui va de l'avant.

Les symboles aériens ont tant la connotation du bien vivre à Corbas, où les espaces verts représentent 1/3 de la surface totale, que l'imprégnation de l'aviation sur notre commune, ou même le dynamisme par l'envol décroissant.

Le Blason

Le dauphin représente les origines de la commune (Dauphiné).

L'insigne du planeur symbolise l'aviation (très présente à Corbas).

Les trois cellules d'abeilles symbolisent trois communautés, qui se joignent pour former le nouveau Corbas : communauté agricole, industrielle et résidentielle.

Les couleurs rouge et bleue unissent Corbas à Lyon.\*\*\* »

\*\*\* Sans mention d'auteur, « Le Logo et le Blason », *Corbas, Bienvenue à Corbas* [en ligne], sans date [consulté le 11 décembre 2018]. URL : <http://www.ville-corbas.fr/Ma-ville/Presentation-de-Corbas/Le-logo-et-le-blason>.



Les bénévoles d'associations en zones rurales, qui s'occupent eux-mêmes de la communication, ont souvent peu de moyens. Cependant ils cherchent à varier leurs visuels grâce à l'impression en noir et blanc sur des papiers de couleurs différents. La conception graphique de mon mémoire est un clin d'œil à cette façon de communiquer. Chacun de mes exemplaires imprimés est différent dans l'organisation des feuillets colorés. Ceci est la version web de mon mémoire de recherche.



Mémoire de fin d'étude du Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués, mention Design Graphique réalisé au LAAB de Rennes, 2018–2019.

Conception Oriane Charvieux  
Caractères Archivo, 9 pt et 6 pt (Omnibus-Type)  
disponible sur Google Font.