

Zeitschrift: Tracés : bulletin technique de la Suisse romande
Band: 128 (2002)
Heft: 04

Artikel: Murs et mots
Autor: Solt, Judit
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-80260>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Murs et mots

Voici un siècle que les enseignes lumineuses déterminent l'image de la ville.

Depuis l'apparition de la réclame lumineuse, architecture et publicité se disputent âprement la prééminence. Après une période initiale chaotique, réglementation et intégration se sont progressivement mises en place. Aujourd'hui, Jean Nouvel mise sur la synthèse à Berlin, tandis que Rémy Zaugg, associé à Herzog et de Meuron, joue la carte du trouble à Bâle.

Il y a environ cent ans, la nuit urbaine était d'une obscurité difficilement imaginable aujourd'hui, et l'on peut dire qu'en ville, le développement exponentiel de l'éclairage dans l'espace aussi bien privé que public constitue l'un des apports techniques décisifs du XX^e siècle. Aux époques précédentes, on se contentait de la parcimonieuse lueur réservée aux espaces de travail et de vie strictement indispensables, une véritable illumination étant réservée à des occasions ou lieux particuliers - église ou fête dans un château par exemple. Il faut attendre l'arrivée de la lumière électrique pour qu'apparaissent des développements jusque-là impensables; la nuit urbaine fait alors place à des rues intensément illuminées, à l'éclairage spectaculaire de certaines façades, aux feux de signalisation, aux vitrines scintillantes et, en particulier, à la réclame lumineuse.

Des lettres incandescentes

Envahissant façades et toitures, la prolifération accélérée de cette dernière modifie complètement l'aspect de la ville et dans nombre de métropoles, des quartiers entiers voient leur image nocturne disparaître sous un collage multicolore de sigles flamboyants dès le début du XX^e siècle. La fascination que suscite ce déluge commercial lumineux trouve notamment un écho dans les impressions de l'architecte Erich Mendelsohn qui, dans ses écrits sur New York parus en 1928, dit du Broadway nocturne: «Inquiétant. Les contours des immeubles sont effacés. Dans l'esprit pourtant, ils s'en trouvent surélevés, se poursuivent et se chevauchent. C'est la folie

des lettres incandescentes, du feu d'artifice clignotant des réclames animées, qui disparaissent pour éclater à nouveau au-dessus des milliers de voitures et du tourbillon des badauds. Encore désordonnées dans leur surenchère, mais déjà porteuses d'une extravagante beauté qui arrivera un jour à maturité.²» Cette densité des enseignes lumineuses est aujourd'hui encore perçue comme l'expression d'un rythme citadin trépidant (fig. 1 et 2).

Le jour et la nuit

Bien que l'apposition d'inscriptions sur des œuvres architecturales relève d'une longue tradition, le caractère lumineux de tels messages modifie fondamentalement leur rapport à l'architecture. Lorsque les panneaux publicitaires ne sont pas des enseignes lumineuses, textes et édifices dégagent en principe une présence équivalente, même si la juxtaposition peut s'avérer conflictuelle. Avec des néons en revanche, qui sont avant tout destinés à entrer en scène une fois la nuit tombée, cet équilibre est rompu, et leurs effets diurnes et nocturnes peuvent fortement diverger. Une contradiction que Julius Posener relève dès 1933, et qu'il attribue notamment aux ossatures supportant les publicités appliquées sans ménagement sur les éléments architecturaux: «Berlin n'est intéressant que le soir. (...) Berlin est une ville laide, mais qui a le courage de tirer les conséquences de sa laideur. Aujourd'hui, Berlin n'a plus d'autre ambition que de briller le soir, et ne se soucie point si les appareils qui doivent créer son charme nocturne exagèrent encore la laideur de la rue pendant les heures du jour.»³ Pour Mendelsohn aussi, la beauté du Broadway nocturne se transforme de jour en une «grandiose balourdise» (fig. 2).

² «Unheimlich. Die Konturen der Häuser sind ausgewischt. Aber im Bewusstsein steigen sie noch, laufen einander nach, überrennen sich. Das ist die Folie für die Flammenschriften, das Raketenfeuer der beweglichen Lichtreklame, auf- und untertauchend, verschwindend und ausbrechend über den Tausenden von Autos und dem Lustwirbel der Menschen. Noch ungeordnet, weil übersteigert, aber doch schon voll von Phantastischer Schönheit, die einmal vollendet sein wird.», Erich Mendelsohn, in «Amerika, Bilderbuch eines Architekten», Berlin, 1928, p.130

³ JULIUS POSENER: «Berlin, la nuit», in *L'architecture d'aujourd'hui*, N° 3, avril 1933, p.57

¹ Titre de l'article original: «Wand und Wort», in *tec21* N° 7/2002

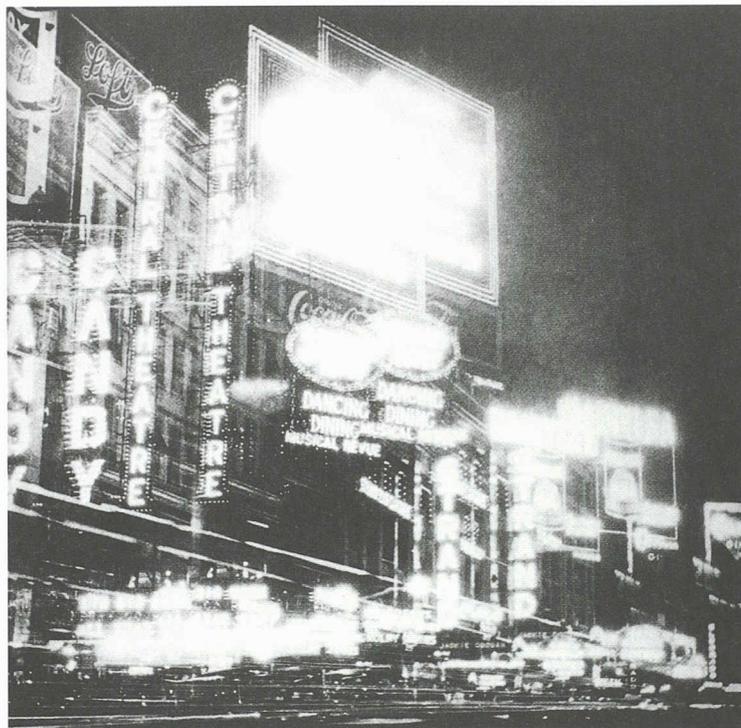


Fig. 1 et 2 : New York, Broadway de nuit et de jour
(Source: ERICH MENDELSON «Amerika. Bilderbuch eines Architekten», Berlin, 1928)

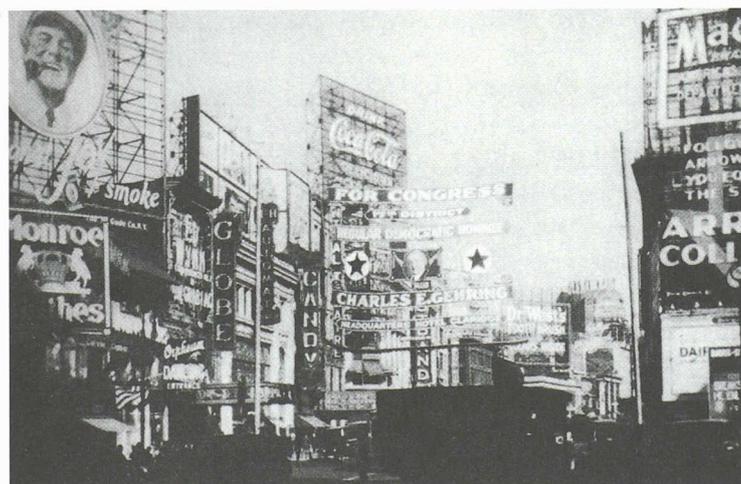
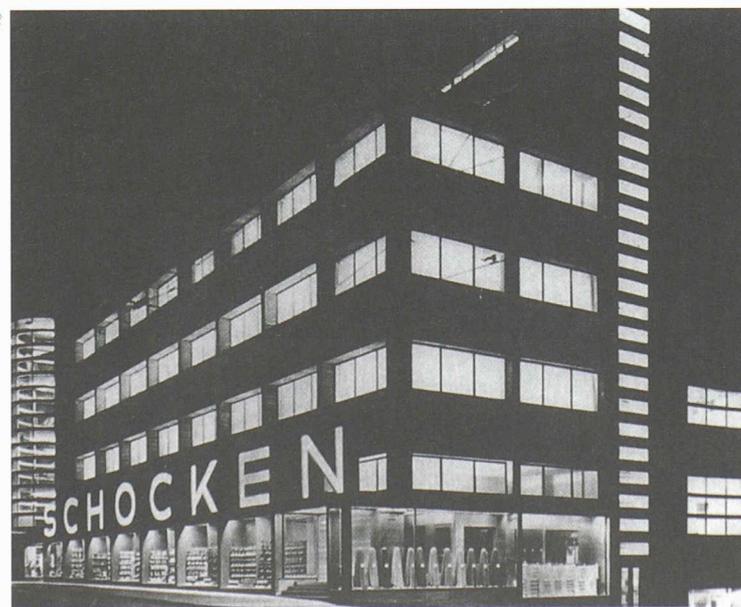


Fig. 3 : Grand magasin Schocken construit par Erich Mendelsohn à Stuttgart (1926-28)
(Source: REGINA STEPHAN (éd.) «Erich Mendelsohn. Architekt 1887-1953» Gebaute Welten, Ostfildern-Ruit, 1998)



Cette dichotomie entre effet diurne et nocturne ouvre un champ de conception typographique tout à fait nouveau. Tandis que jusqu'à la fin du XIX^e siècle, même les inscriptions figurant sur des immeubles à vocation strictement commerciale étaient intégrées dans un cartouche ou une frise et - comme éléments isolés dans une modénature la plupart du temps assez riche - ne se détachaient pas outre mesure de la façade⁴, avec l'enseigne lumineuse la donne change complètement: s'il est bien sûr possible de l'intégrer au cadre architectural, elle peut aussi déployer toute sa portée en opérant un fondu - au sens littéral du terme - sur son environnement matériel qu'elle fait ainsi disparaître. La question du rapport entre les parties et le tout se pose dès lors de manière particulièrement aiguë, tant sur le plan conceptuel qu'au niveau politique, et le débat sur l'intégration architecturale des enseignes lumineuses s'impose très tôt.

Le fatras des réclames

Entre autres voix qui s'élèvent à ce propos dans la France des années trente, la très sérieuse revue *L'architecture d'aujourd'hui* se préoccupe du problème posé par les réclames lumineuses. Reconnaisant l'importance essentielle du commerce pour la ville⁵, elle n'en souligne pas moins la nécessité de réglementer la publicité: «Il est indéniable que dans ce monde des facteurs de la publicité le chaos domine toujours. Qui mettra de l'ordre dans cette cacophonie? Sans conteste, ce sera la tâche des architectes.»⁶ Et encore: «L'enseigne lumineuse doit être appropriée à l'aspect général de la rue, elle doit tenir compte de l'architecture des immeubles, s'harmoniser avec elle, souligner les formes au lieu de leur nuire.»⁷

En Allemagne, Ernst May, conseiller municipal en charge des travaux de la ville de Francfort-sur-le-Main, appelle dès 1928 à une réglementation officielle de la publicité lumineuse. Dans un essai intitulé «Städtebau und Lichtreklame»⁸, il fait remarquer qu'en dernière analyse, la cohérence urbaine et architecturale sert également les intérêts publicitaires, dans la mesure où de trop nombreux appels lumineux disposés n'importe comment s'annihilent les uns les autres. A titre d'exemple, il cite aussi le Broadway new-yorkais: «Ici, l'œil ne lit rien, ne distingue plus aucune forme, il n'est qu'aveuglé par un excès de scintillements...»⁹ (fig. 1).

⁴ GÉRARD MONNIER: «Histoire critique de l'architecture en France, 1818-1950», Paris, 1990, p.217

⁵ «Le facteur décisif de l'esthétique des rues des villes, c'est désormais la conscience métropolitaine d'un nouveau but: le commerce.», PAUL NADAI: «L'esthétique de la rue», in *L'architecture d'aujourd'hui*, N° 3, avril 1933, p.67

⁶ Ibidem

⁷ J. CHAPPAT: «Les enseignes lumineuses» in *L'architecture d'aujourd'hui*, N° 3, avril 1933, p.67

Comme on le voit - dans le milieu des architectes en tous cas -, l'adaptation de la publicité lumineuse à la façade (urbaine) était devenue une source de préoccupation largement partagée. En même temps, la perception de ce phénomène comme une donnée moderne qui commençait à s'infiltrer dans le paysage architectural, ouvrait la voie à de nouvelles formes de composition; restait à savoir jusqu'où s'avancer - il en allait finalement de la primauté de l'architecture ou de la réclame -, tant il est vrai qu'entre intégration de l'enseigne lumineuse à la façade et façade au service de l'enseigne, l'écart semblait important.

L'inscription intégrée

Comme exemples réussis d'attention formelle portée par l'architecture à la publicité lumineuse, May et ses co-auteurs présentent plusieurs projets d'Erich Mendelsohn: «On peut parler de la structure cristalline de l'architecture moderne, qui ne se révèle complètement qu'une fois éclairée¹⁰». Pour le grand magasin *Schocken* (Stuttgart, 1926-28), Mendelsohn a aussi intégré l'inscription lumineuse à sa conception d'ensemble (fig. 3). Les plaques de fer revêtant la charpente métallique s'enrichissaient, sur la façade principale, de bandes de travertin dont la teinte se mariait harmonieusement avec le bronze des cadres de fenêtres. Un parti chromatique auquel étaient également subordonnées les grandes lettres lumineuses du nom «Schocken», constituées d'éléments latéraux de 2,3 m en bronze et d'une face de verre opalin. Pour justifier l'apposition de cette inscription, dont l'autorisation soulevait quelques difficultés, Mendelsohn écrivit: «J'ai fait remarquer que ces caractères ayant d'emblée figuré dans le projet, ils font dès lors partie intégrante de l'ensemble architectural. C'est pourquoi ils ne flottent pas de façon aléatoire sur la façade, mais représentent un élément constitutif organiquement et matériellement lié à l'avant-corps des vitrines.¹¹»

Wassili et Hans Luckhardt adoptèrent, quant à eux, un parti différent. Pour les transformations qu'ils effectuèrent sur de nombreux immeubles commerciaux du Berlin des années vingt et trente, ils ne se contentèrent pas d'intégrer les

enseignes lumineuses à l'édifice en fonction de leurs effets diurnes et nocturnes, mais transformèrent peu à peu la façade en une sorte de panneau de coulisse, uniquement voué au support publicitaire. Dans leur projet de concours pour l'Alexanderplatz (1929), ils en tirent d'ailleurs l'ultime conséquence en dissociant bâti, espace intérieur et façade. Bien que primée par le jury - dans lequel siégeait aussi Erich Mendelsohn - leur proposition n'en déclencha pas moins de virulentes critiques. Ludwig Hilbersheimer déplora notamment «l'architecture de la façade, qui n'a rien à voir avec les éléments du bâti qui sont derrière¹²», tandis que Bruno Taut notait lapidairement «quant à disposer des parois ad hoc (...) cela revient ni plus ni moins à reconduire un quelconque schéma de façade tout autour de cette place. (...) Tout cela conduit fatalement à la vacuité du geste représentatif.¹³»

La symbiose

Si l'on considère maintenant les *Galerias Lafayette* berlinoises, édifiées par Jean Nouvel à la Friedrichstrasse (1992-96), on constate que lumières et architecture y sont en relation carrément symbiotique. Se détachant des massifs immeubles voisins, la construction présente une façade de verre sérigraphié, soulignée de marquises métalliques, dont le sombre reflet diurne se mue en transparence nocturne. Si les enseignes lumineuses proprement dites ne manquent évidemment pas à l'appel sur un tel symbole commercial, elles sont logées dans des bandes horizontales relativement étroites renvoyant au fronton et trouvent ainsi leur intégration architecturale au bâti. C'est toutefois l'éclairage lui-même - auquel les enseignes contribuent du reste pleinement - qui constitue la véritable force d'expression, la quintessence de l'immeuble: bien que réelle, ce n'est en effet pas la matérialité de celui-ci qui est immédiatement perçue, mais les multiples applications lumineuses des techniques les plus récentes - tout comme les images projetées par un téléviseur en font oublier le boîtier. A cette différence près que dans le cas des *Galerias Lafayette*, cette fascination ne se limite pas à donner l'impression d'une «façade écran», mais englobe tout l'édifice avec ses cônes internes au chatoiement irréel. L'architecture et le jeu sur la lumière se définissent mutuellement, au point que l'œil peine à distinguer le matériel de l'immatériel. Dans cette déroutante partition de vues et d'échappées, de mirages et d'ombres, de projections, distorsions et réflexions, les enseignes lumineuses dispensent une impres-

⁸ Urbanisme et publicité lumineuse

⁹ ERNST MAY: «Städtebau und Lichtreklame», in *Wilhelm Lotz* (éd.): «Licht und Beleuchtung, Lichttechnische Fragen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Architektur», Berlin, 1928, p.44 (Texte original: «Hier liest das Auge keine Schrift, hier unterscheidet es keine Form mehr, hier wird es nur noch geblendet durch eine Überfülle von Lichtgeflimmer...»)

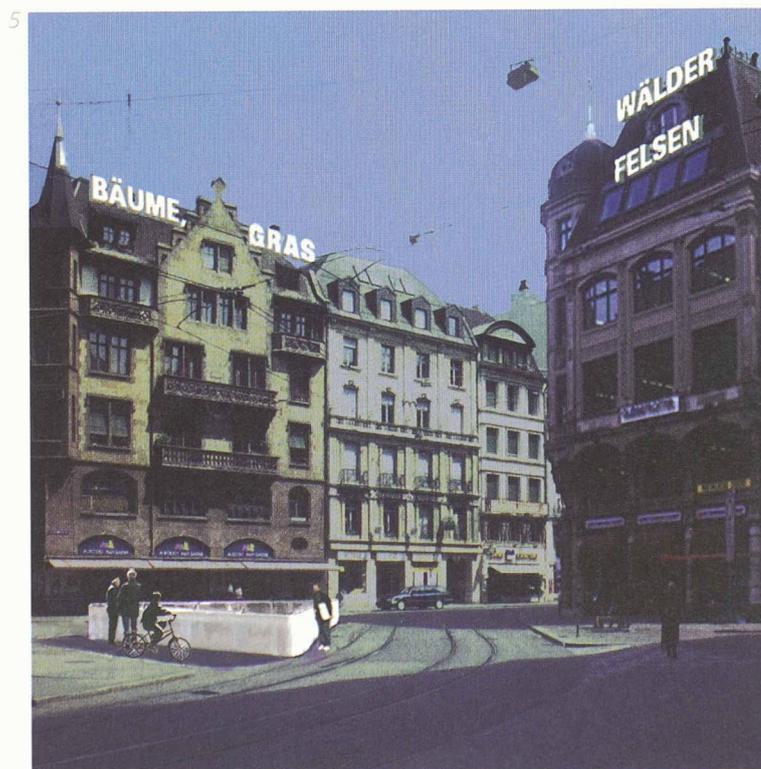
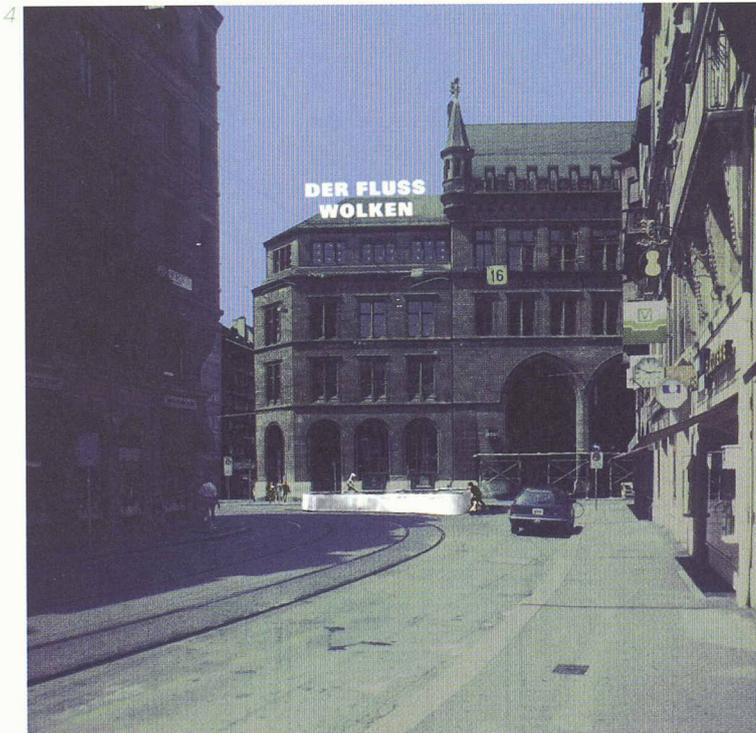
¹⁰ Ibidem: «Man kann von der kristallinen Struktur der modernen Architektur reden, die erst bei Erleuchtung restlos erkennbar wird.»

¹¹ «Ich bemerkte, dass die Buchstaben von Anfang an ein Teil des Entwurfes gewesen sind und infolgedessen ein Teil der Gesamtarchitektur. Daher schwimmen sie nicht irgendwo in der Frontwand, sondern sind mit dem Schaufenstervorbau und seinem Material als zugehöriger Bauteil organisch verbunden.»

¹² «Fassadenarchitektur, die mit den dahinter liegenden Bauorganismen nichts zu tun hat»

¹³ «Platzwände aber hinzustellen (...) ist doch nichts anderes als eben irgendein Fassadenschema um diesen Platz herumzuziehen. (...) Das alles muss zur leeren repräsentativen Geste führen.»

Fig. 4 et 5 : Rémy Zaugg avec Herzog et de Meuron :
projet pour la Ruedenplatz à Bâle, état 2001



sion de familiarité et d'intelligibilité. Ce qui était perçu comme inquiétant à peine un siècle plus tôt, tient maintenant lieu d'indice stable dans le chaos: dans le rayonnement confus des images, l'effet de reconnaissance du label est particulièrement prégnant et l'enseigne lumineuse singulièrement efficace.

L'ambiguïté

Ce n'est plus l'attrape optique, mais une profonde ambiguïté qui caractérise un projet développé par Rémy Zaugg avec Herzog et de Meuron pour la Ruedenplatz dans la vieille ville de Bâle (fig. 4 et 5). L'impulsion en a été donnée par l'association des entrepreneurs de la région bâloise, qui souhaitait offrir à la ville son témoignage pérenne dans l'espace public. L'implantation que cette dernière jugea appropriée à ce dessein est l'espace devant la poste principale, où la jonction des Falkenstrasse, Ruedenstrasse et Gerberstrasse définit moins une place qu'un îlot de trafic. Un concours fut donc lancé auprès de quatre artistes et remporté par Rémy Zaugg associé à Herzog et de Meuron. Présenté en 2001, leur projet s'est donné pour but de révéler le trajet invisible de la Birsig, petite rivière qui passe exactement sous la Ruedenplatz. Avant la canalisation et le recouvrement du cours d'eau, celui-ci avait largement contribué à définir la forme et le développement de la vieille ville, et le rappel de son existence est sensé rendre les Bâlois curieux des particularités urbanistiques, topographiques et architecturales de leur cité. Deux interventions sont prévues: d'une part, la création d'une résurgence lumineuse qui, de concert avec d'autres points d'eau, renvoie symboliquement à la rivière invisible, et de l'autre l'installation d'inscriptions, lumineuses aussi, sur les toits des édifices environnants. Les combinaisons de mots: «Der Fluss/Wolken», «Wälder/Felsen», «Bäume/Gras» et «Regen/Sonne/Schlucht»¹⁴ y évoquent la nature d'où jaillit la rivière, racontant ce que la Ruedenplatz fut autrefois – un lieu bucolique. Blanches et sobres, les lettres qui forment ces mots n'en provoquent pas moins une sensation de malaise: leur effet subversif réside en cela qu'elles empruntent le langage formel des omniprésentes enseignes commerciales contemporaines pour véhiculer de tout autres messages. Elles posent des questions identitaires sur un mode habituellement destiné à susciter des réponses superficielles; elles sont équivoques et renvoient à des entités cachées; et au lieu d'appeler à la consommation, elles poussent à marquer un temps d'arrêt. L'ambiguïté qui en découle révèle à quel point l'appréhension globale de l'espace public au travers de messages publicitaires est devenue naturelle.

¹⁴ «La rivière/nuages», «forêts/rochers», «arbres/herbe» et «pluie/soleil/gorge»