

LA
*matéri
alité*
DE
L'OBJET
GRAPH
IQUE

La matérialité de l'objet graphique
Champain Jade

article de DN MADE 3e année
promotion 2024-2025
Mention Design Graphique
Spécialité Édition Multisupports

Avec le suivi des enseignantes
Cécile CANEL & Béatrice Mouveaux

Article présenté le 13 janvier 2025

Sommaire

remerciements	07
abstract	08
introduction	11
1. Un <i>objet</i> graphique	15
2. Articuler les effets de <i>fabrication, finitions & façonnage</i> avec le contexte particulier du message	37
conclusion	54
annexes	57
bibliographie	69

Durant ces trois années de découverte, je tiens à remercier mes professeurs pour leur apport de connaissances et de sens critique. Ainsi que mes proches pour leur soutien, leur écoute attentive et leur sensibilité créative.

Merci à Viviane qui a su me guider vers ce qui me plaît tant aujourd'hui et qui continue d'être émerveillée devant les créations qui voient le jour.

In the process of graphic fabrication, the steps of printing and shaping give the final aspect to the graphic object. But how does the printing process influence the experience a user has of a graphic object?

By analyzing how graphic designers work, it was highlighted that the way in which they work as their project is directly linked to the materiality of the graphic object. It shows that they linger on the importance of creating a physical experience with the object. The process they choose influences the user experience. This experience is visible through a sensory approach. By analyzing deeply, the graphic projects it became obvious that this experimentation does not only depend on the external appearance but also on a need to create a link with the context of a message.

Finally, depending on the processes used and the final appearance of the graphic object, the user does not have the same experience.

Keywords: impression, experience, materiality, shaping, finishing, graphic object, visual, aspect, fabrication and printing process.

«En s'appuyant sur des savoir-faire techniques d'impression et de fabrication, nous posons le postulat que le processus de production d'un document est au moins aussi important que les formes graphiques qui le composent [↗01]».

[↗01] SURFACES. *Surfaces, Studio de design graphique* [en ligne]. Surfaces, 2016. Disponible sur: <https://www.surfaces-studio.com/> (11 octobre 2024).

c'est ce qu'affirme le studio Surfaces en pointant la phase de fabrication d'un objet graphique comme étant primordiale. Phase déterminant l'aspect final de ces objets qui attisent notre curiosité par leur matérialité. Inventé au XVI^e siècle par les relieurs pour donner du relief aux couvertures des beaux livres, le gaufrage est une technique d'impression créant une empreinte en relief dans le papier. Dans la création d'un objet graphique ces petits excès sont appréciés pour ce qu'ils ajoutent de sens, de poésie voire de beauté. Qui n'a jamais été émerveillé devant un beau livre, exposé dans les grandes enseignes de l'industrie culturelle ou dans une petite librairie indépendante, arborant une découpe, une reliure ou une dorure particulière sur la couverture?

Devant cette observation, nous nous demanderons dans quelle mesure l'expérience de l'utilisateur à l'égard de l'objet graphique dépend de sa phase d'impression puis de finitions.

L'objet graphique, en tant que matière à toucher et à voir, est le sujet d'ouverture de cet article. Cette première partie est suivie de l'articulation des effets de fabrication, finitions et façonnage avec le contexte particulier du message.

1. UN
objet
GRAPH
IQUE



1. UN
objet
GRAPH
IQUE

UNE, EXPÉ- RIENCE *visuelle*

Un objet est une chose concrète que l'on peut voir et toucher. De par la stimulation de nos sens, l'objet graphique met en œuvre une expérience. Elle semble majoritairement visuelle et peut s'immiscer dans notre quotidien au travers des écrans. Les réseaux sociaux [↗02] sont une source d'inspiration pour l'artiste à la recherche d'un stimulateur. Le regard est attiré par ce qui lui semble intéressant ou par des éléments répondants à des critères visuels personnels. Cependant, l'attention portée à la réalisation d'un objet graphique donne à voir un résultat travaillé et recherché qui captive l'utilisateur. Une forme de langage est diffusé par l'objet, il est un élément entier qui possède son propre espace et qui fait image dans sa

[↗02] Nous pouvons citer des réseaux sociaux tels que *Pinterest, Behance* ou *Instagram*.

présence [↗03]. Présence visible par la couleur, le rapport au papier voire la façon dont il est plié. *Dans la lune*, (voir annexe p.63, fig.1) conçu par Fanette Mellier, aux Éditions du livre en 2013, est une avancée sensible dans la lunaison en huit tons directs. Une subtile palette de blancs colorés est visible sur une lune croissante et un jeu de surimpressions nous révèle sa face cachée. Ce livre ne contient aucun texte et sa narration elliptique [↗04] est purement graphique. Cet objet permet à l'utilisateur de se concentrer visuellement sur l'histoire qu'il raconte en ne disant pas tout. L'expressivité plastique de ces objets agit comme un aimant auprès des lecteurs, en raison de l'aspect visuel qu'il arbore.

[↗03] « La chose qui se fait voir à moi », phrase énoncée par Pierre-Damien Huyghe lors de la conférence Cité-philos 2024, animée par Olivier Koettlitz le mercredi 27 novembre 2024. Ce philosophe et professeur en esthétique à l'Université Paris Panthéon-Sorbonne affirme que l'objet se fait voir dans le sens où il est visible par sa forme dans l'espace.

« Une carte de visite c'est l'image que vous voulez laisser dans l'esprit de votre interlocuteur [↗05]. »

[↗04] C'est une narration qui se présente en ellipses. Cette forme géométrique laisse deviner l'histoire du livre.

[↗05] LAVILLE IMPRESSIONS. Laville Imprimerie [en ligne]. Société Newp, 2021. Disponible sur: <https://www.imprimerie-laville.fr/> (29 octobre 2024).

[↗06] Découvert vers 1750, ce papier, sans grain, à la surface uniforme, est très lisse et soyeux.

déclare l'Imprimerie Laville, située à Paris et spécialisée dans les impressions de qualité, en majorité pour des marques de luxe. Les effets visuels employés par cette imprimerie sont réfléchis afin de stimuler les sens de l'utilisateur. Une sensibilité provoquant l'émergence d'émotions peut être visible sur certains supports comme la revue *Memo* (**voir annexe p.61, fig.2**) pour le cabinet d'architecture Magyar Marsoni et confectionnée par Untitled. La délicatesse de cet objet graphique découle de l'emploi du papier vélin [↗06] transparent qui laisse apparaître l'image d'ouverture, à travers le texte d'introduction, renforçant l'aspect tactile de la publication.

UNE EXPÉ RIENCE

*sens
orielle*

L'objet graphique, comme matière à toucher et à voir, permet à l'utilisateur de vivre une expérience sensorielle qui dépasse la vue. Le graphisme n'est pas qu'une histoire visuelle: on est amené à aborder l'objet graphique, à toucher le grammage des papiers et même à sentir les encres qui le constitue. Et puis à écouter le bruit que font les pages une fois tournées voire à manipuler la texture d'une finition. Alexandre Dimos, co-fondateur du studio de création parisien deValence et fondateur principal de la maison d'Éditions B42, affirme que le graphisme devient du design graphique à partir du moment où il y a une création d'objets. Dans la conférence de design graphique, animé par Lille-design en mars 2022, il parle des Éditions B42 comme d'

« Une maison d'édition qui est animée par le design

[>07]. »

c'est à dire incluant des designers, particulièrement sensibles à la matérialité de l'ouvrage et aux choix des matériaux et du façonnage. Alexandre Dimos postule que le designer graphique conçoit des objets manipulables. Fanette Mellier le soutient dans cette idée en énonçant lors d'une interview dans le podcast *Dans ma bulle*, en juin 2024

« On pense un objet, on lui donne une forme [>08]. »

[>07] LILLE DESIGN. *20 ans de création graphique by deValence* [vidéo en ligne]. Lille design, 22 mars 2022, 1 heure 46 minutes 36. Disponible sur: <https://www.youtube.com/watch?v=BqmSnPE-i7I> (Consulté le 14 novembre 2024).

autrement dit, le graphiste recherche pour le produit et devient donc designer. L'expérience des *Libri illeggibili* (voir annexe p.63, fig.3), Livres illisibles, qu'offre Bruno Munari dans ses sept albums-surprise, oblige l'utilisateur à user de ses sens. *Nella notte buia* (voir annexe p.64, fig.4) (Dans la nuit noire) publié en 1956 restitue des univers explorant la matière: l'herbe est suggérée en bruit et en transparence à l'aide d'un papier cristal et une grotte est représentée par des superpositions d'ouvertures déchirées dans le papier. Cette contribution de la matière est également à l'œuvre dans *IPrelibri*, (voir annexe p.64, fig.5) Les Prélivres, s'adressant aux enfants qui ne savent pas encore lire. Réalisés en différents matériaux (cartons, bois, feutrine, éponge,

[>08] Dans ma bulle avec aVoir aLire. *Interview de Fanette Mellier pour sa double expo à Strasbourg ! Dans ma bulle #397* [podcast audio]. Ausha, 12 juin 2024, 36min. Disponible sur: https://podcast.ausha.co/dans-ma-bulle/interview-de-fanette-mellier-pour-sa-double-expo-a-strasbourg-dans-ma-bulle-397?fbclid=PAZXhObgNhZWOCMTEAAabdIk6Mb9R-16k8MrwkStpeNSKdM_ZNLa5o6p-4b6UMBs4dLW_Ldtr-Wo_aem_DgmpKa3rZc12Mob_0_mf3w (consulté le 17 octobre 2024)

plastique), ces douzes petits livres, sans texte au même format carré de 10x10 cm offrent une première approche pas seulement visuelle, mais tactile et sonore de l'objet livre. La lecture se fait dans l'un ou l'autre sens, renfermant des surprises diverses: bouton à passer dans une boutonnière, pompon duveteux, fil de laine tendu traversant les feuillets ou jeu de fenêtres géométriques se superposant. Les enfants manipulent ces prélivres et on comprend que l'objet graphique est un stimulateur de sens provoquant surprises, questionnements et attirance. Une envie et même un besoin du à une curiosité de découvrir l'intérieur de l'ouvrage vient en réponse à l'aspect visuel de l'objet.

LA collection

Des envies de collection en découle dans une volonté de conserver l'objet graphique pour soi-même. La bibliophilie voire la passion, prend racine et va de pair avec ce terme de collection. Cet amour apporté aux livres et objets rares engendre comme un besoin de les réunir pour assouvir cette volonté de collection. *Le Fonds international d'objets imprimés de petite taille*, propose un regard sur le graphisme contemporain à travers le jeu des formes, des savoir-faire techniques et économiques d'objets imprimés, de format ou de statut modestes. Chaque objet graphique est présenté sur une étagère adaptable aux espaces d'exposition et peut être manipulé à l'aide d'une notice contextualisant le sujet et expliquant l'intelligence de la forme en

écho au contenu. Ce fonds, constitué de plusieurs centaines de projets internationaux est une collection d'une richesse énorme, émergeant de la fascination que l'objet graphique provoque chez l'utilisateur. Il apparaît comme une friandise, surtout pour les plus passionnés. Une satisfaction émane de l'attention et de la minutie apportées au travail de la matière papier. L'art de travailler le détail donne une dimension luxueuse à l'objet au sens où il a demandé une implication sinon une réflexion supérieure et donc une énergie supplémentaire. C'est cette richesse et même cette rareté qui invite à la collection. Les éditions limitées d'ouvrages, comme ceux de la maison d'Édition Maeght [↗09], sont la preuve de cette rareté. Le *Cahier d'un retour au pays natal* (voir annexe p.65, fig.6), conçu par Buren et Césaire, aux Éditions du Solstice, sorti en 2004 est un ouvrage tiré à seulement 140 exemplaires. Ce livre-objet, imposant de par sa taille de 524 x 350 mm arbore 29 pages imprimées en sérigraphie [↗10]. Buren

a apposé lui-même un timbre à froid sur chaque exemplaire et en fait une sculpture caractéristique de son travail mêlant aplats de couleurs et formes géométriques découpées dans la page, laissant apercevoir les motifs des pages suivantes. Vendue plus de 5000 euros, cette œuvre devient un objet précieux qu'on veut exposer et il devient comme une évidence de le collectionner parmi des objets semblables.

[↗09] Issue de la rencontre d' Aimé Maeght et d' André Malraux, la maison d'Édition Maeght voit le jour dans les années 1970. Elle est spécialisée dans la publication d'ouvrages d'art allant de dix à plus de mille euros.

[↗10] La sérigraphie est un procédé d'impression par pochoir applicable sur différents supports. Elle est très résistante dans le temps.

Une multitude d'effets visuels est donc possible, renforçant la richesse de l'objet graphique et l'appétence des utilisateurs. Mais cette quantité ne présente-elle pas le danger de la surcharge, n'est-elle pas finalement le fléau du graphiste, dangereusement proche d'un potentiel surplus d'effets et des stimulations gratuites sans rapports avec le fond du message ?

2. ARTI
CULER LES
EFFETS DE
*fabrication,
finitions &
façonnage*
AVEC LE
CONTEXTE
PARTICULIER
DU MESSAGE



2. ARTI
CULER LES
EFFETS DE
*fabrication,
finitions &
façonnage*
AVEC LE
CONTEXTE
PARTICULIER
DU MESSAGE

LE FACT EUR *fonctio nnel*

Afin d'éviter ce problème majeur, une réflexion est menée, en amont, par les graphistes en vue de penser intelligemment à l'usage de ces procédés. La fonctionnalité ou l'ergonomie peuvent être des critères guidant la réalisation d'un objet graphique. Certes, le choix d'un pelliculage [↗11] au contraire d'un vernis [↗12] peut être fait selon l'apparence recherchée (brillante, mate ou satinée), mais une dimension plus technique peut entrer en jeu s'il y a une volonté de protection maximale.

[↗11] Le pelliculage est une technique de finition qui consiste à appliquer une fine pellicule plastique sur une surface imprimée. Il protège et améliore l'aspect visuel d'un imprimé.

[↗12] Le vernis est une technique de finition qui consiste à appliquer un liquide sur l'imprimé pour le sublimer. Il peut être brillant, mat, pailleté, métallisé, nacré...

« *Le pliage, au-delà des effets artistiques, offre toute une gamme de fonctionnalités et de formes pour un produit* [↗13]. »

nous indiquent Gavin Ambrose et Paul Harris dans leur ouvrage *Impression & Finition*, désignant le pliage comme une source innovante de formes et d'effets pour l'objet graphique. L'encart dépliant [↗14] à deux volets de George et Vera pour *Blueprint Magazine* (voir annexe p65, fig.7) offre un

[↗13] AMBROSE Gavin & HARRIS Paul. *Impression & Finition: [n.] Procédé de production d'un imprimé. [n.] Procédé de fin de fabrication et d'ornementation d'un imprimé*. Paris: PYRAMYD, 2007, 176p. (Les Essentiels_Graphisme). ISBN: 978-2-35017-082-4

espace d'affichage supplémentaire améliorant l'expérience de lecture de l'utilisateur par cette astuce fonctionnelle. Dans la même idée, le pli en accordéon [↗15] permet de faire tenir un nombre élevé de pages dans une publication de taille réduite si des contraintes de formes sont présentes. Il permet aussi de remplir les fonctions pour lesquelles l'objet a été conçu autrement dit être facilement manipulable entre les mains du lecteur pour une lecture optimale.

[↗14] Il s'agit d'une feuille de papier pliée et reliée dans une publication, employée pour offrir un espace d'affichage supplémentaire à un élément visuel.

[↗15] Le pli en accordéon est formé par une série de plis parallèles allant dans des sens opposés. Une publication de petite taille peut ainsi contenir un nombre élevée de pages

LE
FACT
EUR
*écono
mique*

Cependant, en fonction des moyens à disposition des graphistes, contraints de choisir des procédés à la hauteur de leurs capacités économiques, l'objet graphique peut devenir une forme issue de ruses et d'astuces réfléchies par le designer. En effet, ce critère a une forte influence sur les projets. Il amène à repenser les objets et à envisager des logiques d'occupation et de diffusions différentes, en expérimentant d'autres interstices où le graphisme peut se développer.

Les cartes de visite

« de la galerie de Birmingham utilise [...] un support ultra léger qui en fait un objet précieux, à manipuler avec délicatesse [↗16] »

[↗16] La citation complète: « Alors que les cartes de visites rivalisent souvent pour avoir un papier le plus épais possible, celle de la galerie de Birmingham utilise, en plus d'un format carré contraignant, un support ultra léger qui en fait un objet précieux, à manipuler avec délicatesse ». FONDS INTERNATIONAL D'OBJETS IMPRIMÉS DE PETITE TAILLE. *Fonds international d'objets imprimés de petite taille* [en ligne]. Syndicat & Pedro Gomes Cardoso. Disponible sur: <http://fondsinternational.com/language/fr/> (16 octobre 2024).

déclare *Le Fonds international d'objets imprimés de petite taille*. En plus d'être bien moins cher qu'un papier épais, ce support devient une astuce d'originalité, mettant en avant le projet *Eastside Projects* (voir annexe p.66, fig.8) de James Langdon. Le studio North conçoit une publication (voir annexe p.66, fig.9), dans laquelle il intègre des pages pliées à la française [↗17] apportant un effet de profondeur à la publication. L'épaisseur des pages, imprimées sur du papier bible [↗18] qui ne se fend pas lorsqu'il est plié et reste plat, est doublée amplifiant la densité de l'objet. Cette astuce économique permet à l'ouvrage de donner une expérience particulière où le rognage des bords n'existe pas puisqu'ils sont pliés. Ainsi, les

[↗17] Le pli à la française est un pliage vertical puis horizontal d'une feuille de papier. L'impression est réalisée d'un seul côté et forme un cahier de quatre pages non massicoté.

[↗18] Il s'agit d'un papier d'impression mince, opaque et résistant au grammage de 28g/m². Il est utilisé pour l'impression des bibles, dictionnaires et des livres au nombre de pages élevé.

pages sont tournées d'une manière différente apportant une originalité fascinante. Des objets intelligents apparaissent, en conséquence de ces contraintes économiques qui deviennent finalement une aide permettant l'émergence d'astuces.

LE sens DU CON TENU

Toutefois, l'aspect visuel et les contraintes actuelles ne sont pas si éloignés. Un lien demeure entre les deux partis, tissé par le sens que doit garder l'objet graphique. La justification de la démarche et des procédés, choisis non pas seulement pour leur rendu visuel mais bien pour le sens qu'il apporte à l'objet final. Le livre écrit par Laure Limongi, *Ensuite j'ai rêvé de papayes et de bananes* (**voir annexe p.67, fig.10**) aux Éditions Le Mont-en-l'air et mis en page par Fanette Mellier en 2015, évoque un personnage qui mémorise des langues existantes, sauve celles en voie de disparition et crée un nouveau langage. En écho à cette histoire, le livre n'est pas relié

et prend corps par la magie de plis et replis, se déployant dans l'espace : il invite à une lecture différente, de résistance et rappelle les langues qui disparaissent par sa matérialité originale. Fanette Mellier n'a pas choisi la façon dont cet objet graphique apparaîtra en fonction de l'aspect purement visuel et textuel mais bien en créant un lien entre l'histoire raconté dans ce livre et la manière dont elle est transmise dans sa mise en page. *Dans le brouillard de Milan* (**voir annexe p.67, fig.11**) de Bruno Munari, nous plonge dans un brouillard, au coeur de Milan, des voitures et des autobus. Des silhouettes avancent, guidées par la lumière du grand Cirque. Sous le chapiteau, une ribambelle d'artistes, en papiers colorées et découpées. Et puis, il y a un retour à la maison par le parc, toujours dans le brouillard. C'est l'usage du papier calque qui permet cette mise en situation et donne tout le sens à l'histoire. Sans l'ajout de cette astuce dans la confection de cet objet graphique, le récit raconté aurait moins d'impact et le lecteur n'en serait que

moins imprégné. Finalement, les aspects visuel et textuel de l'objet graphique sont le résultat de choix de matériaux et de procédés graphiques qui peuvent renforcer le message à véhiculer.

«*Les graphistes ont à leur disposition toute une gamme de procédés d'impression et de finition* [↗19].»

Gavin Ambrose et Paul Harris pointent le bénéfice de connaître les rendus visuels et textuels en énumérant des exemples d'application dans leur livre. Concevoir des objets graphiques intelligibles et visuellement attirants demande une réflexion dès le lancement d'un projet. D'ailleurs, une grande majorité de procédés graphiques influe le choix des supports et des reliures. La possibilité d'un rendu particulier nous pousse à concevoir des objets graphiques dont le choix des procédés est délibéré.

Mais toute cette analyse nous pousse à nous demander comment la communication entre les graphistes et les imprimeurs se fait et s'il n'en découle pas des difficultés. Il est plutôt évident de se demander de quelle manière le graphiste va réussir à confier son projet à l'imprimeur et attendre que le résultat soit celui voulu, dans la mesure où les phases d'impression et de finition demeurent les étapes décisives qui permettent de donner la forme finale à l'objet graphique.

[↗19] AMBROSE Gavin & HARRIS Paul. *Impression & Finition*. [n.] *Procédé de production d'un imprimé*. [n.] *Procédé de fin de fabrication et d'ornementation d'un imprimé*. Paris: PYRAMYD, 2007, 176p. (Les Essentiels_Graphisme). ISBN: 978-2-35017-082-4

ANN
EXES
*étude
de cas
& icono
graphie*



UNE ETUDE DE CAS

Pour débiter cette étude de cas, j'ai choisi d'analyser Untitled, un studio multidisciplinaire fondé par David Hawkins et Glenn Howard, qui œuvre à Londres depuis deux décennies. Spécialisé dans l'édition, le packaging, l'ornementation de bâtiments et les interfaces numériques, leur travail se caractérise par un mélange de contrastes, de couleurs, de typographies et de formes. L'interaction entre l'utilisateur et leurs projets semble être une préoccupation centrale. Bien que leurs clients incluent des institutions comme des écoles ou des lieux religieux, le studio travaille principalement pour des cabinets d'architectes de luxe, des musées et de grandes marques, ce qui se reflète dans un style minimaliste et raffiné, correspondant à une clientèle aisée.

J'ai choisi d'étudier *Memo*, une revue réalisée pour le cabinet d'architecture Magyar Marsoni, qui explore une dimension tactile et visuelle. Le choix du papier vélin, transparent et léger, permet une interaction libre avec l'objet : l'utilisateur peut tourner les pages à son rythme, revenir en arrière ou simplement observer les images. Cette transparence permet de faire apparaître l'image d'ouverture à travers le texte d'introduction

donnant une dimension tactile à l'objet. Cette qualité est renforcée par une échelle pensée pour faciliter la manipulation lors des conférences. Le livre joue sur l'harmonie entre photographie et texte, les éléments se superposant de manière à créer une lecture fluide sans altérer la visibilité de l'image. Le texte est imprimé en noir, ce qui, malgré une légère atténuation des couleurs, améliore la lisibilité et confère une certaine subtilité à l'ensemble.

Cette revue vise clairement à renforcer l'image de marque du cabinet d'architectes. Le choix du papier vélin et du minimalisme, l'omniprésence du blanc, et l'absence de personnages dans les photographies orientent l'attention sur l'architecture, sa beauté visuelle, plutôt que sur ses aspects fonctionnels. La typographie linéale et la mise en valeur des projets témoignent d'une volonté de créer une expérience esthétique destinée à séduire une clientèle haut de gamme. L'utilisation du jaune-or en ouverture renforce cette idée, symbolisant la richesse et le luxe. Cette analyse révèle l'importance de l'aspect tactile dans le travail d'Untitled, et me permet de mieux comprendre comment leurs choix graphiques servent à transmettre un message subtil, en lien avec le statut social et la dimension esthétique de l'architecture de luxe. Cela m'aide également à appliquer concrètement les concepts étudiés pour mon article.

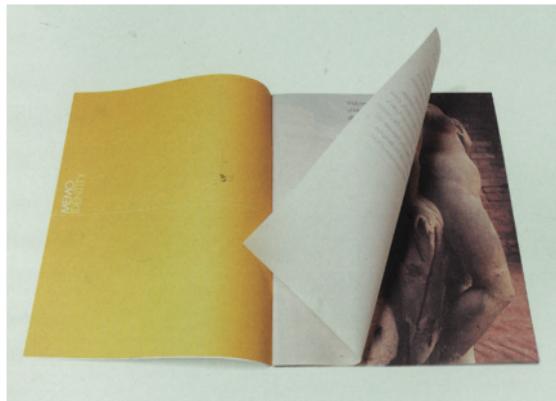
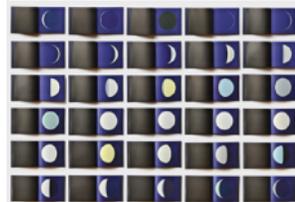
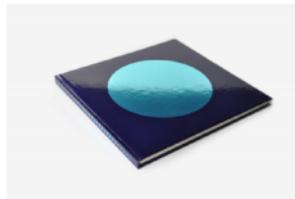


fig.2 Memo de Untitled, pour Magyar Marsoni, issu de l'ouvrage *Impression & finition*

icono graphie

fig.1



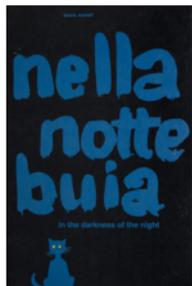
Dans la lune de Fanette Mellier,
Éditions du livre, 2013, France
<https://fanettemellier.com/project/dans-la-lune/>

fig.3



Libri illeggibili, de Bruno
Munari, Italie, 1949

fig.4



Nella notte buia, de Bruno Munari, Milan, 1956

fig.5



I Prelibri, de Bruno Munari, Milan, 1980

fig.6



Cahier d'un retour au pays natal, de Aimé Césaire et Buren Daniel, aux Éditions du solstice, Paris, 2004

fig.7



Magazine Blueprint, de George & Vera, Angleterre

fig.8



Eastside Projects,
de James Langdon,
12x12cm

fig.9



publication du studio North,
Londres, issue de l'ouvrage
Impression & finition

fig.10



*Ensuite j'ai rêvé de papayes et de
bananes,* de Laure Limongi et
Fanette Mellier, aux Éditions Le
Monte-en-l'air, 2015, France,
10,5 x 21cm

fig.11



Dans le brouillard de Milan, de
Bruno Munari, Corraini Editore,
1996, Italie

biblio
GRA
PHIE



La partie technique de l'impression et des finitions

AMBROSE Gavin & HARRIS Paul. *Impression & Finition: [n.] Procédé de production d'un imprimé. [n.] Procédé de fin de fabrication et d'ornementation d'un imprimé*. Paris: PYRAMYD, 2007, 176p. (Les Essentiels_Graphisme). ISBN: 978-2-35017-082-4

AMEDE & GOD SAVE THE SCREEN & FULLDIGITS. Métier – Chef de fabrication. In: *Syndicat national de l'édition* [en ligne]. Syndicat national de l'édition (SNE), 2023. Disponible sur: [https://www.sne.fr/metiers-et-formations/chef-de-fabrication/](https://www.sne.fr/metiers-et-formations/chef-de-fabrication) (consulté le 11 octobre 2024).

JOHANSSON Kaj & LUNDBERG Peter & RYBERG Robert. Finition. In: *La chaîne graphique : Prépresse, impression, finition*. Paris: EYROLLES, 2005, pages 260 à 271. ISBN: 91-7843-161-1

METAPAPER. Technologie d'impression Impression en relief (aussi thermographie). In: *Metapaper* [En ligne]. Metapaper, 2024. Disponible sur: <https://www.metapaper.io/fr/impression-en-relief/> (Consulté le 29 octobre 2024).

PONOT René. *L'impression et le façonnage: 3. Le façonnage*. In: COMBIER Marc & PESEZ Yvette. Encyclopédie de la chose imprimée. Paris: éditions RETZ, 1999, 217p. à 226p.

La notion d'objet en design

Dans sa bulle avec aVoir aLire. *Interview de Fanette Mellier pour sa double expo à Strasbourg!* Dans ma bulle #397 [podcast audio]. Ausha, 12 juin 2024, 36min. Disponible sur: https://podcast.ausha.co/dans-ma-bulle/interview-de-fanette-mellier-pour-sa-double-expo-a-strasbourg-dans-ma-bulle-397?fbclid=PAZXhObgNhZWOCMTAAabdIKk6Mb9R-l6k8MrwkStpeNSkdm_ZNLa5o6p-4b6UMBs4dLW_LdtrWo_aem_DgmpKa3rZc12Mob_0_mf3w (consulté le 17 octobre 2024)

LILLE DESIGN. *20 ans de création graphique by deValence* [vidéo en ligne]. Lille design, 22 mars 2022, 1 heure 46 minutes 36. Disponible sur: <https://www.youtube.com/watch?v=BqmSnpE-i7I> (Consulté le 14 novembre 2024).

La notion de matière

CLAIRE DAVRIL. *Réfléchir par la matière en design*. Normal Studio, Martin Szekeley, Konstantin Grcic. Marges, 2014, n°18, p. 51-65.

COLLECTIF DAM. Matérialité. In: *Design in Translation* [En ligne]. Ambre CHARPIER, Kim SACKS, Design in Translation, 2022. Disponible sur: <https://dit.dampress.org/readers/materialite> (Consulté le 16 octobre 2024).

ROSSANA DE ANGELIS. [C] Rivista dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici. *Matières graphiques. Comment la matérialité intervient sur la forme des écritures et des écrits*, 30 décembre 2023, n° 38, vol. 2, p. 80-93. ISSN: 1970-7452.

Des exemples concrets de la matérialité de l'objet graphique

BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE. I Prelibri. In: *BnF – Les Essentiels Découvrir, comprendre, créer, partager* [en ligne]. Bibliothèque nationale de France, 2022. Disponible sur: <https://essentiels.bnf.fr/fr/image/ab40cae1-ec8a-46bb-9aa5-057c47013302-i-prelibri> (14 novembre 2024).

CHIMÈNE BERTHE & BENJAMIN BARREAU. *Atelier Bien-Vu* [en ligne]. Atelier Bien-Vu, 2017. Disponible sur: <https://atelierbienvu.com/> (15 novembre 2024).

CHLOÉ SÉGURET. Les prélivres. In: *Littératures Enfantine, promouvoir des albums de qualité* [En ligne]. Chloé Séguret, 2015. Disponible sur: <https://www.litterature-enfantine.fr/2015/07/08/les-prelivres/> (Consulté le 8 novembre 2024).

DEVALENCE. *DeValence* [en ligne]. DeValence, 2001. Disponible sur: <https://devalence.net/> (15 novembre 2024).

ÉDITIONS B42. *Éditions B42* [en ligne]. Éditions B42, 2008. Disponible sur: <https://editions-b42.com/> (15 novembre 2024).

FANETTE Mellier & BASTIDE Raphaël & BENZ Martine. *Fanette Mellier* [en ligne]. Fanette Mellier. Disponible sur: <https://fanettemellier.com/> (20 octobre 2024).

FONDS INTERNATIONAL D'OBJETS IMPRIMÉS DE PETITE TAILLE. *Fonds international d'objets imprimés de petite taille* [en ligne]. Syndicat & Pedro Gomes Cardoso. Disponible sur: <http://fondsinternational.com/language/fr/> (16 octobre 2024).

JULES MAEGHT. *Éditions Maeght* [en ligne]. Supersonique Studio, 2023. Disponible sur: <https://www.maeght.com/> (15 novembre 2024).

LAVILLE IMPRESSIONS. *Laville Imprimerie* [en ligne]. Société Newp, 2021. Disponible sur: <https://www.imprimerie-laville.fr/> (29 octobre 2024).

MARION BATAILLE. *Marion Bataille* [en ligne]. Disponible sur: <https://marionbataille.com/> (16 octobre 2024).

SURFACES. *Surfaces, Studio de design graphique* [en ligne]. Surfaces, 2016. Disponible sur: <https://www.surfaces-studio.com/> (11 octobre 2024).

La matérialité de l'objet graphique
Champain Jade

imprimé à l'ésaat, Roubaix en janvier 2025
typographies **Gyst Variable** & Stevie Sans