

L'UNIL fait peau neuve

COMMUNIQUÉ DE PRESSE - 6 JUILLET 2005

Dix bâtiments renommés d'un coup, un nouveau logo, une signalisation routière et piétonnière entièrement repensée, c'est le grand projet présenté ce matin par les responsables de l'Université de Lausanne.

Le recteur Jean-Marc Rapp et le vice-recteur Dominique Arlettaz ont présenté ce matin à la presse un projet qui changera à la rentrée la face la plus visible de l'UNIL. Ce travail de valorisation et de redéfinition du site universitaire est l'œuvre d'un consortium de créatifs lausannois, le bureau d'architecture Merlini & Ventura et les deux jeunes sociétés de design Oxyde et Copyleft. Placé sous la direction du service de communication de l'UNIL, Unicom, ce projet architectural propose une signalétique routière et piétonnière à la fois fonctionnelle et esthétique et comprend également la création d'un nouveau logo élaboré par les graphistes de l'université.

Cette réalisation va améliorer l'identité paysagère du campus, désormais organisé en cinq quartiers, et sera bien visible depuis la route grâce à des supports permettant d'orienter les automobilistes, aux abords du site de Dorigny comme dans le quartier universitaire du Bugnon. De couleur bleue et de proportions variables, les éléments choisis serviront de support d'orientation pour les usagers de l'UNIL et d'information ponctuelle sur les événements organisés.

Investissant l'espace public comme un nouveau moyen d'expression, ce projet de design global joue sur le double registre de l'utilitaire (meilleure lisibilité de l'institution) et du rêve. Il inclut des éléments économiques de marquage au sol et se veut à la fois beau et sans ostentation, séduisant et efficace. Son coût global est estimé à 600 000 francs, un investissement d'avenir inscrit dans la pierre de l'UNIL.

Enfin, chaque édifice se voit doté d'un nouveau nom, mots-valises qui remplaceront avantageusement les appellations comme BFSH, BEP ou CP. A cette échelle (dix bâtiments d'un coup), un tel baptême est assez unique et original pour être souligné.

Ce projet s'inscrit dans l'avenir pour l'UNIL. «L'enjeu de toute cette démarche est essentiel, estime le recteur Jean-Marc Rapp. Nous avons valorisé un lieu et forgé une symbolique dans lesquels tous les membres de notre communauté pourront se reconnaître, et en particulier les étudiants.»

Le nouveau logo : la signature de l'UNIL

Sixième symbole adopté par l'Université de Lausanne depuis sa création en 1537, le nouveau logo a été réalisé dans le cadre du projet global visant à renforcer l'identité d'une institution à la fois fidèle à sa tradition et moderne, forte de sa capacité à se restructurer et à s'auto-évaluer.

Le nouveau logo incarne cette dynamique de changement au service d'une volonté commune d'envisager l'homme et le vivant dans leur environnement naturel et social, selon la formule qui sied désormais à l'UNIL. Toutes les dimensions de l'institution vont ainsi se retrouver autour d'un symbole unique mais déclinable par chacune des sept facultés. Ayant recensé jusqu'ici une cinquantaine de logos d'instituts, l'UNIL veut jouer l'unité et la cohérence, à l'instar des autres universités suisses qui, à une exception près, ont également effectué ce travail de centrage.

Un seul logo pour tous, mais avec la possibilité d'utiliser toute la palette des couleurs afin de décliner la diversité et la richesse de l'institution avec un logo blanc sur aplat de couleur, le bleu pour HEC, le vert pour la Faculté des géosciences...

Ce nouveau visuel résulte de six mois de travail itératif au sein de notre service de communication Unicom, qui a réalisé plusieurs variantes de logo. Le Rectorat a finalement arrêté son choix sur cette «manographie» de notre graphiste Joëlle Proz. On y retrouve la marque UNIL en Frutiger (typographe suisse) combinée à une signature au pinceau dans un style qui évoque la tradition romantique et qui exprime une vision très positive, moderne et ouverte sur le monde à travers le prolongement joyeux du «l» final. La couleur choisie (Pantone Process Blue) renvoie au lac et au ciel et à ce que les usagers habituels, tout comme les visiteurs étrangers, ne peuvent manquer de remarquer: la beauté du site de l'UNIL.

Cette signature veut aussi symboliser la connaissance et la recherche. Car en dépit de tous les bouleversements technologiques, l'écriture reste essentielle pour exprimer notre dimension humaine, que ce soit dans la création littéraire, ou dans une simple ordonnance médicale, des signatures juridiques ou des courbes économiques...

A relever encore que la mise au point de ce nouveau logo n'a engendré aucun coût supplémentaire. Cette nouvelle identité a été préparée au sein de l'équipe d'Unicom : Nicolas Liechti (directeur de création), Joëlle Proz et Pascal Coderay (graphistes) ainsi que Stéphanie Wauters (apprentie graphiste). Le Rectorat s'est également appuyé en interne sur les conseils d'un spécialiste de la sémiologie et de la publicité, Gilles Lugrin, enseignant à la Faculté des Lettres.

des mots-valises pour voyager sur le site

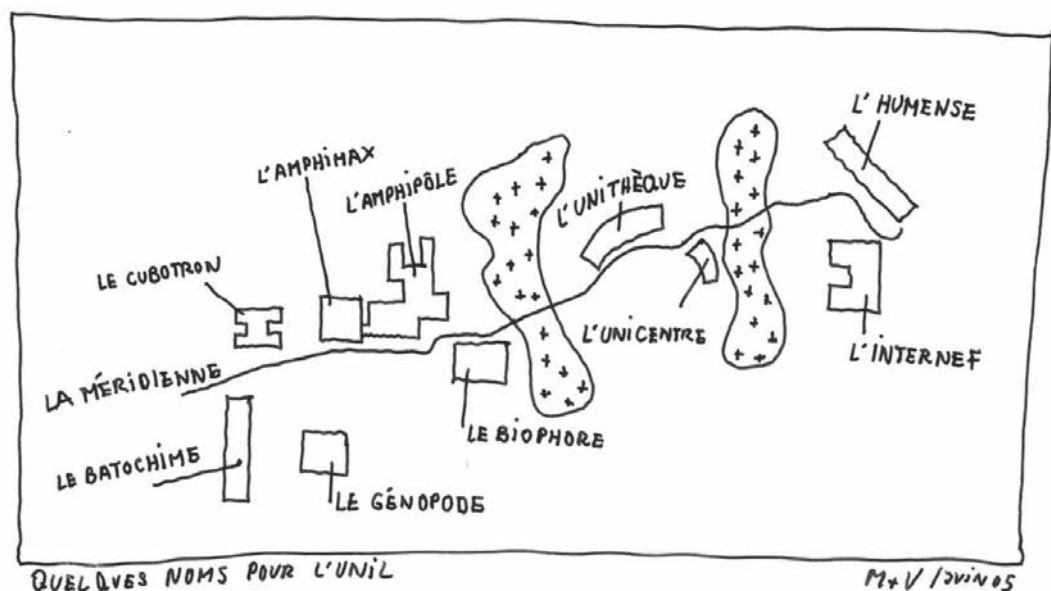
Mettre le plaisir des mots au service de la rigueur de la pensée lorsqu'on cherche à nommer des édifices cultivant le savoir universitaire, c'est le pari de Luca Merlini et d'Emmanuel Ventura, architectes appelés à créer les nouveaux noms des BFSH, BEP et autres CP. Invitation au voyage avec Luca Merlini, rencontré dans son bureau lausannois.

Pas facile de renommer des bâtiments existants depuis longtemps, dont l'appellation officielle ou spontanée semble ancrée dans les esprits: comment transformer un acronyme comme BFSH en dénomination sympathique et comment rendre comestible une «banane» si on l'appelle soudain autrement? Ou encore, comment renommer BB sans effrayer les animaux du bâtiment de biologie?

Pour Luca Merlini, fameux architecte tessinois établi à Lausanne et à Paris, et son associé Emmanuel Ventura, il s'agissait d'un défi plutôt original. Pour certains édifices de l'UNIL, des noms se sont imposés plus ou moins facilement comme **LE BATOCHIME** pour le bâtiment de chimie en forme de paquebot. «Nous avons mis plus de temps à trouver un mot-valise évoquant à la fois l'amplitude du BFSH 2, bâtiment imposant, et le champ immense des humanités. Le terme d'**HUMENSE** s'est finalement détaché, secret de prime abord, jouant sur plusieurs registres, mais qui sonne bien et porte haut la racine huma... Les noms semblent toujours un peu bizarres avant qu'on en prenne l'habitude. Quand j'ai lancé avec L. Geninascia et M. Jeannot le concept d'arteplage pour Expo 02, ce n'était pas non plus évident!» Les activités diversifiées du BFSH 1, réunissant à la fois HEC et le droit, ont finalement trouvé leur mot-valise mitoyen avec **L'INTERNEF**. Pour les autres dénominations, voir le petit plan annexé...

Luca Merlini — concepteur notamment du «métro-pont» ayant remplacé la vieille passerelle lausannoise qui enjambait le Flon — s'est toujours attaché à nommer ses projets personnels, sans doute pour les aider à devenir réalité. «Mais cette fois, la démarche était inversée, il fallait baptiser des bâtiments qui avaient déjà une histoire, une forme architecturale, une fonction. Nous avons dû procéder à une analyse rétrospective pour essayer de comprendre ces caractéristiques qui s'imposaient à nous de l'extérieur», explique M. Merlini.

L'architecte cite volontiers l'Educatorium d'Utrecht, réalisé par R. Koolhaas. Mais à l'échelle de toute une institution (dix bâtiments d'un coup) cette création lexicale reste tout à fait exceptionnelle.



campus de l'UNIL: l'espace public comme moyen d'expression

**Trois questions à Jérôme Grosse,
chef du service Unicom et initiateur du projet**

Jérôme Grosse, pourquoi avoir lancé ce projet?

— Depuis le transfert de l'université du centre-ville vers le site actuel, entre la première construction en 1970 et la dernière en date en 2003, les bâtiments ont poussé en fonction des besoins et des modes architecturaux. Il y a plus de trois ans, nous avons démarré une réflexion pour résoudre les problèmes d'orientation fréquemment rencontrés par nos visiteurs étrangers notamment. Dans le même temps, il s'agissait d'améliorer la lisibilité générale de l'UNIL en soulignant la dynamique de changement à l'œuvre dans notre institution depuis quelques années. Au final, nous avons proposé au Rectorat une démarche en trois dimensions qui inclut un changement d'appellations pour tous les bâtiments, un nouveau logo rassembleur pour toutes les facultés et unités de l'UNIL et une signalétique urbaine pour guider les automobilistes aux abords du site et les piétons à l'intérieur même du campus. Je vois ce projet comme une construction nouvelle qui ne viendrait pas simplement s'ajouter aux autres mais qui peut assurer le lien entre les différents quartiers et bâtiments existants.

Comment définir cette nouvelle signalétique que vous avez voulue aussi efficace que séduisante?

— Elle s'inscrit dans la tendance actuelle à vouloir résoudre les problèmes d'orientation et d'identité tout en faisant rêver les gens. Cette façon d'investir l'espace public est brillamment illustrée par le designer suisse Ruedi Baur, à qui l'on doit notamment la signalétique d'Expo 02, mais aussi celle du Centre Pompidou, du Château de Chambord et de la Tour Eiffel, qui est en cours, de même que celles des aéroports de Cologne et de Vienne... Conscient du fait que notre cerveau ne retient que les informations qu'il veut bien retenir, Ruedi Baur a développé des notions de mise en scène et de scénarisation de l'information. L'espace public devient ainsi un moyen d'expression que l'on peut utiliser et notre campus offre à cet égard un formidable terrain à explorer. Cette réflexion est également celle des studios lausannois Oxyde et Copyleft, à qui nous avons confié notre projet, soucieux de lancer ainsi de jeunes spécialistes dans ce domaine.

Pouvez-vous chiffrer le coût d'une telle intervention globale sur le site de l'UNIL?

— Le coût global est estimé à 600 000 francs. Pour l'UNIL c'est un investissement d'avenir, un projet qui va marquer son territoire et lui donner enfin une meilleure lisibilité. J'aimerais souligner que nous avons traité le logo entièrement en interne, avec nos graphistes maison. Il n'y a rien de pharaonique dans ce projet, qui inclut par exemple un procédé de marquage au sol peu coûteux. Quant aux supports imaginés par Oxyde et Copyleft, ils vont nous offrir un espace enfin adéquat pour raconter en quelques lignes la petite histoire de l'UNIL (où Rita Hayworth a séjourné...), celle aussi des trois communes de Chavannes, Ecublens et Saint-Sulpice, et pour donner une information bien visible sur nos colloques et autres événements importants. Notre intervention dans l'espace public se veut à la fois forte, séduisante, efficace et sans ostentation.

un projet qui va changer la face la plus visible de l'UNIL

Les studios Oxyde et Copyleft ont conjugué leurs compétences en termes d'aménagement du paysage et de design global pour proposer une nouvelle signalétique ancrée dans le campus lausannois. Rencontre avec deux créatifs qui vont changer la face la plus visible de l'UNIL.

Blaise Magnenat (37 ans, Oxyde), et Pierre Lauper (31 ans, Copyleft) ont travaillé sur des projets de muséographie, de communication et de design et l'on doit au studio Oxyde, créé en 2000, la participation à la signalétique globale des Hospices cantonaux. Mais le projet qu'ils viennent de concocter ensemble pour l'Université de Lausanne marque la première collaboration entre Oxyde et Copyleft (jeune société qui a pris son envol au début de cette année) et se présente comme une œuvre tout à fait originale dans leur cursus. Une œuvre qui va s'inscrire de manière très visible dans le paysage de l'UNIL, dont les accès routiers et les voies de communication internes ont été réorganisés afin d'offrir une structure de navigation simple et efficace pour les automobilistes, les cyclistes et les piétons.

Le campus est désormais divisé en cinq quartiers — Dorigny, Lac, Centre, Mouline, Sorge — reliés par une voie centrale rebaptisée la Méridienne. Les visiteurs de passage seront guidés dans leur quête de l'un ou l'autre des nombreux bâtiments disséminés sur le site et les usagers quotidiens trouveront de quoi rêver au détour d'un support portant une inscription historique. En outre, Oxyde et Copyleft ont fait appel au bureau d'architectes Merlini et Ventura pour la création des nouveaux noms que portera chaque bâtiment de l'UNIL (voir page suivante).

Trois interventions architecturales pour cinq quartiers, plus un sixième au Bugnon

Oxyde et Copyleft ont imaginé une famille d'éléments de proportions variables mais de même couleur bleue et de semblable matière, du béton teinté dans la masse.

- 1) Les entrées stratégiques du site seront balisées par trois monolithes (14 m long/2,10 m haut) bien visibles depuis la route.
- 2) Chaque entrée de quartier sera indiquée par des éléments horizontaux (8 m long/1 m haut) qui permettront aux visiteurs de mieux naviguer sur le site.
- 3) Les abords des parkings et du métro seront dotés d'éléments d'information divers assurant la transition entre la voiture et l'accès piétonnier au site. Les marcheurs trouveront des éléments connecteurs (dont un marquage au sol) tout au long de la Méridienne, allée centrale reliant bâtiments et quartiers.

«Nous avons mis en évidence un chemin, un paysage, des bâtiments déjà existants pour offrir à l'UNIL une identité commune bien visible. Il fallait moins créer que révéler et clarifier», précise Blaise Magnenat, qui revendique avec son collègue d'Oxyde Laurent Clément la possibilité de suivre un projet depuis sa conception jusqu'à sa matérialisation. Il se réjouit d'avoir été contacté par l'UNIL car «ce n'est pas tous les jours que l'on peut repenser la signalétique d'une grande institution. A l'arrivée, en dépit de toutes les complexités, on a l'impression que le projet finalement était simple. Pour nous, c'est un bon signe, comme si tout s'emboîtait d'une manière évidente...» Pour Pierre Lauper, qui partage avec Olivier Graz la responsabilité de Copyleft, ce projet était passionnant car il s'inscrivait «dans un paysage magnifique et privilégié dont il fallait faciliter la compréhension et révéler l'organisation interne.»