

Pour dépôt auprès de la Commission sur la politique de développement culturel de la Ville de Montréal, 2017-2022

DESIGN GRAPHIQUE ET DÉVELOPPEMENT CULTUREL

Le *Projet de Politique de développement culturel 2017-2022* de la Ville de Montréal fait la part belle au terme *design*, mentionné 43 fois, dont 3 fois dans *design urbain*. Il est cependant surprenant de ne pas y trouver une seule fois spécifié le terme de *design graphique*.

L'importance du design graphique dans notre quotidien, son lien avec et son impact sur notre culture ne sont plus à démontrer. Cette importance dans le développement d'une culture moderne à Montréal après la Seconde Guerre mondiale, puis à l'occasion d'Expo 67 et des Jeux olympiques de 1976 était soulignée dans *Montréal design de ville / ville de design. Pour une désignation ville UNESCO de design* (Ville de Montréal, avril 2006, pp. 46 à 49). Cette même publication montrait bien la place prépondérante des designers graphiques au sein des professions du design, tout comme Emploi Québec permet de le constater pour Montréal et sa région encore de nos jours. Ainsi, en 2014, sur 14 000 designers graphiques et illustrateurs/illustratrices au Québec, soit plus que toutes les autres professions du design réunies, 10 000 œuvraient dans la région métropolitaine, dont 6 000 à Montréal même (Emploi Québec, imt.emploiquebec.gouv.qc.ca).

Auteur de livres sur le design, commissaire d'expositions et professeur, j'enseigne depuis dix ans le cours Design graphique et culture à l'UQAM, lequel présente un tour d'horizon de la grande variété des pratiques des designers graphiques. Architecte et urbaniste de formation, mes multiples activités m'ont permis de mieux saisir ce que la société montréalaise doit aux designers graphiques. Que l'on fasse référence aux publications de journaux, de magazines, de brochures, d'invitations, de rapports – papier ou électronique, comme nous l'avons vu par exemple avec *La Presse* et *Le Devoir* –, que l'on pense à la signalisation dans nos rues, à la publicité, aux enseignes de magasins ou aux logos de nos entreprises, aux emballages, à la signalétique de nos édifices publics ou de nos systèmes de transport – métro et autobus –, l'importance du travail des designers saute aux yeux.

Une innovation comme le service de taxi Téo est un exemple parfait de la contribution du design graphique à la réussite d'un projet, autant sur le plan de l'image de marque que de l'expérience. Le design graphique est devenu multiforme. La communauté du design graphique est en pleine mutation et la Société des designers graphiques du Québec est témoin de cette nouvelle réalité. Les designers graphiques sont au cœur de la révolution numérique dont Montréal est le terrain privilégié depuis maintenant plusieurs années et qui fait sa réputation de ville innovante dans le monde. Les designers graphiques sont les acteurs et les bâtisseurs de cette nouvelle économie, de cette nouvelle culture numérique. Les divers parcours multimédias à travers la ville, les installations et projections sur les monuments et édifices de la ville sont autant de

réalisations qui sont l'œuvre de designers graphiques. Le design graphique est l'une sinon la principale manifestation visuelle numérique qui interpelle le citoyen aujourd'hui dans la ville.

Plusieurs milliers de ces designers graphiques travaillent au cœur de la Cité du multimédia dans des entreprises de création numérique réputées à travers le monde entier, notamment pour créer des sites web, des jeux vidéo, des animations ou des effets spéciaux pour le cinéma. Le Quartier des spectacles doit son identité au designer graphique de réputation internationale Rudi Baur et au designer graphique montréalais Jean Beaudoin. Celle des éco-centres de la Ville a été conçue par Louis-Charles Lasnier, professeur en graphisme à l'École de design de l'UQAM. Ceci pour ne citer que quelques exemples d'intervention des designers graphiques dans différents aspects de notre culture urbaine.

La révolution numérique, que le Projet de politique positionne au cœur du développement culturel de Montréal, ne pourra se faire sans l'apport des designers graphiques si nous souhaitons que les produits qui en seront issus soient de qualité. Le développement du numérique n'est pas simplement une affaire de technologie, mais surtout de transmission de contenus, lesquels doivent être mis en forme. La Politique devrait donc clairement mentionner le rôle important que les designers graphiques seront appelés à jouer dans ce développement et les moyens qui seront mis en œuvre afin de favoriser leur participation.

Montréal peut compter sur deux universités, quatre cégeps et quelques instituts privés qui forment des centaines de designers graphiques de talent, lesquels trouvent des emplois de qualité dans un marché dynamique formé de dizaines d'agences, dont un bon nombre reçoit chaque année des prix internationaux prestigieux.

La Société des designers graphiques du Québec, fondée en 1974, a pour mission de promouvoir et de soutenir la pertinence du design graphique auprès des intervenants clés de la société québécoise issus des différents paliers de gouvernements, des gens d'affaires, des milieux de la culture et de l'éducation. Le design graphique aide les entreprises et les institutions à faire leur marque, à asseoir leur crédibilité et à prospérer. Il alimente et façonne notre culture. La profession de designer graphique permet d'apporter un regard et des solutions pertinentes aux besoins de communication dans tous les domaines. Présent partout dans notre quotidien, le design graphique joue un rôle clé dans notre société que la *Politique de développement culturel de la Ville de Montréal* devrait reconnaître et encourager.

Marc H. Choko, membre honoraire, Benoît Giguère, président, et Hélène Godin, membre et présidente du comité design graphique de l'Organisation du Sommet Mondial du Design
pour la Société des designers graphiques du Québec
mars 2017

Marc H. Choko

Professeur, auteur, conférencier et commissaire d'expositions dans le domaine de l'affiche et du design graphique

Marc H. Choko est professeur émérite à l'École de design de l'Université du Québec à Montréal, où il enseigne depuis 1977. Il a été directeur de recherche à l'Institut national de la recherche scientifique (INRS) Urbanisation, Culture et Société de 1985 à 2005. De 1999 à 2008, il dirige le Centre de design de l'Université du Québec à Montréal. Diplômé en architecture de l'Université de Montréal (1973), il détient également une maîtrise en aménagement de cette même université (1976) et un doctorat en urbanisme de l'Université Paris VIII (1981).

Marc H. Choko est l'auteur de nombreux rapports, articles et ouvrages sur le développement urbain et les questions de logement, sur les scènes nationale et internationale – notamment la Chine, où il a été consultant et professeur associé de 1991 à 2000. Passionné par les affiches, il les collectionne depuis le milieu des années 1960, puis entreprend des recherches, notamment sur leur production au Québec et au Canada. Il commence à organiser des expositions, dont plusieurs à titre de commissaire, et à publier de nombreux ouvrages, dès le début des années 1980.

- Membre du jury Arts visuels, Conseil des arts de Montréal (2016-2018)
- Chevalier de l'Ordre des Palmes académiques (France, depuis 2016)
- Membre honoraire de la Société des designers graphiques du Québec (depuis 2013)

Benoit Giguère

Benoit Giguère travaille dans les communications graphiques depuis 1984 et fait partie des pionniers du multimédia du Québec. Il aura participé à de nombreux projets numériques muséaux et corporatifs d'importance. Depuis 2010, il est directeur principal, Design, interactivité et expérience usager des projets numériques de *La Presse*. Il dirige la conception, la direction artistique et la production des interfaces de tous les projets numériques de l'entreprise. Grâce à sa vision, *La Presse* s'est hissée plusieurs fois au «Top 10» mondial de la Society for News Design qui répertorie les meilleurs médias en journalisme visuel. Il a participé étroitement à la création de l'application média *La Presse+* qui a été couronnée de nombreux prix au Québec et à travers le monde. Benoit Giguère est également président de la Société des designers du Québec et s'est donné comme mandat de rassembler tous les designers visuels du Québec, quel que soit leur champs d'expertise.

Hélène Godin

Hélène Godin est diplômée de l'Université du Québec à Montréal, Elle est actuellement fondatrice et chef de la création de l'école des sciences de la créativité la Factory qui a pour mission de forger les esprits créatifs à trouver des solutions inédites aux défis contemporains. Elle a dirigée à titre de partenaire vice-présidente exécutive et directrice de la création chez Sid Lee l'une des équipes de création multidisciplinaire s'étant la plus démarquée sur la scène locale et internationale au cours des quinze dernières années. Les projets de transformation de marque sont fondamentaux dans son parcours. Elle croit que l'approche multidisciplinaire est essentielle pour produire des expériences innovantes, pertinentes et surprenantes. À la tête de la création chez Sid Lee, on lui doit la transformation de l'image de marque de la STM (Société de transport de Montréal), celle de Pratt & Whitney Canada, l'image de marque de la société Gaz Metro ainsi que celle des nouvelles succursales de la SAQ avec l'implantation du système des «pastilles de goût» qui a révolutionné l'expérience d'achat en magasin et conduit à des résultats spectaculaires pour la société.