

Press book

2013 – 2022

« NOUS METTONS NOTRE
EXPERTISE AU SERVICE DE

LA COMPRÉHENSION D'UN BÂTIMENT

Experte en signalétique depuis près de trente ans, **LAURENCE GUICHARD** a créé son agence **LOCOMOTION** en 2008, après plus de quinze ans passés côté fabricant. Un background précieux, sur lequel elle a su capitaliser pour développer une solide expertise et se faire une place sur un marché trusté par une petite dizaine d'acteurs tout au plus. De la Fondation LVMH à l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière, en passant par le nouveau campus de Science-Po et l'Hôtel de la Marine, elle marque aujourd'hui de son empreinte un grand nombre de lieux prestigieux. Suivons le guide !

Propos recueillis par Cécile Jarry

© Locomotion

« POUR FAIRE UNE BONNE
SIGNALÉTIQUE, IL FAUT
MAÎTRISER UNE FORME DE
LANGAGE À PART ENTIÈRE,
QUI ALLIE À LA FOIS UN MOT,
UN SENS ET UN PICTOGRAMME.
L'OBJECTIF PREMIER EST DE
LEVER TOUS LES DOUTES
POUR BIEN ORIENTER »

Comment devient-on une experte en signalétique ?

C'est une bonne question. Il n'y a pas de formation spécifique pour ce métier, qui reste encore assez confidentiel. Nous ne sommes qu'une petite dizaine d'acteurs sur ce créneau en France. Ce qui est d'autant plus surprenant que notre expertise est recherchée et sollicitée, aussi bien par les architectes que les maîtres d'ouvrage ou les designers. Pour ma part, j'évolue dans cet univers depuis près de trente ans, dont plus de quinze ans passés chez un fabricant, où je me suis familiarisée avec toutes les applications de cet univers.

En créant l'agence Locomotion, j'ai voulu développer ce métier et mettre mon expertise au service de la compréhension d'un bâtiment, avec une approche très pragmatique des choses, basée sur une analyse des flux et une connaissance des comportements, mais aussi une parfaite maîtrise de la loi Handicap du 11 février 2005.

Hôpitaux, musées, campus, sièges sociaux... vos terrains de jeu sont multiples et variés. Tous s'appréhendent-ils de la même façon ?

Absolument pas et c'est là tout l'intérêt de notre travail. Dans un musée, le visiteur aime déambuler. Dans un hôpital, il souhaite être rassuré, trouver rapidement son chemin. Un centre commercial fonctionne le plus souvent par zones. Dans un siège social, les enjeux sont encore différents : c'est un espace qui est là pour accueillir des salariés, mais aussi pour communiquer les valeurs de l'entreprise. Mon travail consiste à identifier ces spécificités et à rédiger ce que l'on appelle un programme signalétique, où seront identifiés les flux et les points névralgiques de circulation, les informations à véhiculer, mais aussi les différentes typologies de supports à mettre en œuvre ainsi que leurs points d'implantations.

Dans quelle mesure votre expérience côté fabricant vous aide dans vos missions ?

Elle est essentielle, car elle me donne cette expertise terrain que mes clients recherchent et apprécient. Au-delà de l'élaboration du cahier des charges, je suis à même de m'occuper de la sélection des fournisseurs potentiels. J'analyse leur offre et je les guide parfois, car je connais bien leurs métiers. Au sein de l'agence, nous sommes en veille permanente, à l'écoute des évolutions du secteur. Nous avons une matériauthèque dans laquelle nous recensons les nouveaux matériaux. Nous nous tenons au courant des dernières innovations. Il est crucial pour nous de conserver ce regard technique qui nous permet de choisir en connaissance de cause les entreprises avec lesquelles nous allons travailler. Notre assurance d'ailleurs le suivi des interventions sur les chantiers.

Cette maturité technique est également au cœur des relations que nous avons avec les directeurs artistiques, les graphistes, les scénographes ou les muséographes. Pour eux, c'est un vecteur essentiel de leur créativité. De savoir que telle ou telle application est possible débride leur imagination.

Finalement, votre rôle ressemble beaucoup à celui d'un maître d'œuvre ?

Nous sommes effectivement à la confluence de beaucoup d'expertises et de savoir-faire et notre mission est de réussir à orchestrer tout cela et de faire en sorte que chacun emprunte la bonne voie. Nous intervenons d'ailleurs de plus en plus souvent en amont des projets, pour harmoniser toutes les formes de signalétique qui habitent un lieu. La signalétique est une discipline plurielle : elle combine la signalétique d'orientation, la signalétique réglementaire et sécuritaire - pour laquelle on essaie d'avoir une réflexion graphique - et la signalétique de niveau. La loi Accessibilité nous contraint également dans le choix des polices de caractères, les hauteurs ou la numérotation en relief, mais ce sont là autant de nouveaux défis à relever qui rendent notre métier si passionnant.

Quelles sont les caractéristiques d'une bonne signalétique selon vous ?

Une bonne signalétique, c'est une signalétique qui ne vous fait pas douter. Pour laquelle vous n'avez pas besoin d'une confirmation. Qui n'a pas posé un jour cette question : « *La sortie, c'est bien par-là ?* ». Pour faire une bonne signalétique, il faut maîtriser une forme de langage à part entière, qui allie à la fois un mot, un sens et un pictogramme. L'objectif premier est de lever tous les doutes pour bien orienter. J'ai aussi coutume de dire qu'une bonne signalétique est une signalétique qui ne se voit pas, qui se fond dans le décor et qui vit avec le bâtiment. Pour l'Hôtel de la Marine par exemple, nous avons choisi de proposer des solutions de signalétique inédites, qui respectent la table des matières des lieux, avec du bois, de la pierre et du cuir. Notre exigence était aussi qu'elles soient le moins invasives possibles, afin de respecter le patrimoine. Pour la signalétique des appartements par exemple, il a fallu réaliser une signalétique à la fois visible et discrète, sans possibilité aucune de fixations mécaniques ou collées, les lieux étant recouverts de tapisseries, de boiseries et de miroirs classés. Le choix a été fait de suspendre la signalétique des appartements aux portes, elles-mêmes classées. Des plaques ont été réalisées en médium laqué dans le ton dominant de la porte restaurée, puis suspendues par des lanières en cuir faites sur-mesure. Au dos des portes, un contrepoids lui-même traité en argent chaud contrebalançait l'ensemble pour permettre à la plaque de rester en position sans aucune fixation, ni dégradation du support. Passionnant non ?



Fondée en 2008 par Laurence Guichard, **LOCOMOTION** est une agence de signalétique installée à Paris. Dans son équipe : des architectes et des graphistes, mais également des concepteurs partenaires de grand talent (graphistes, designers, muséographes), de façon à satisfaire pleinement les exigences de ses clients.

La signalétique, une discipline au service de la compréhension de l'architecture

Menu

CAMUS

Camus le mag

Accueil / À la Une / Actualités / La signalétique, une discipline au service de la compréhension de l'architecture

La signalétique, une discipline au service de la compréhension de l'architecture

Partager

À l'occasion de la récente consultation lancée par le ministère de la Culture sur la définition de la signalétique des espaces de l'immeuble des Bons Enfants, retour sur les enjeux d'une discipline à la croisée de l'architecture, du design et du bon sens.

N'avez-vous jamais été à deux doigts de loucher votre train en essayant de trouver le quai en vain ? Ne vous êtes-vous jamais perdu dans les dédales d'un musée ou d'un hôpital à la recherche de la sortie ? Pourquoi certains panneaux sont-ils si mal disposés que l'on ne les distingue pas ?

À en croire les commentaires d'usagers de lieux, publics comme privés, et les anecdotes rapportées par l'entourage de chacun, il semblerait que ce soit notre lot à tous. «*La signalétique, ça rend les gens fous, c'est urticant pour le public,*» commente Laurence Guichard. *Aujourd'hui on sait que l'expérience d'un lieu passe principalement par notre capacité ou non à le parcourir sans embûche*», poursuit-elle.

De son propre aveu, cette consultante en signalétique, formée initialement à la communication, s'amuse de ses lacunes à s'orienter dans un espace. «*Je suis du style à rapidement paniquer quand je ne trouve pas mon chemin, comme beaucoup de personnes,*» concède-t-elle, *et c'est d'ailleurs pour cette raison que je me suis mise, dans le cadre de mon métier actuel, au service du bon sens pour aider le plus grand nombre d'usagers à comprendre l'architecture d'un lieu.*»

Aller au-delà du simple marquage sur du Plexiglas

D'un rêve non abouti de devenir architecte, Laurence Guichard fonde le [bureau d'études signalétiques Locomotion](#) à Paris en 2005, au moment où paraît [la loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées](#). Son objectif : permettre à tout le monde, sans distinction, de pouvoir accéder, circuler et recevoir les informations diffusées en toute autonomie dans des bâtiments recevant du public, qu'ils soient tertiaires, culturels, administratifs ou hospitaliers.

La signalétique, défini dans la loi comme l'une des «*7 zones clés de l'accessibilité du bâti*» constitue pourtant le parent pauvre des réflexions portées à l'époque, selon Laurence Guichard : «*À ce moment-là, il y avait un manque cruel de réflexion et d'analyse signalétique alors qu'il s'agit pourtant d'un enjeu crucial de compréhension et de circulation dans un lieu.*» Il n'est alors pas rare que les agences d'architecture se contentent d'un «*simple marquage sur du Plexi(glas), illustre-t-elle, et il n'existe aucune formation spécifique à la discipline.*»

Près de 15 ans plus tard, les choses vont toutefois dans le bon sens estiment les spécialistes interrogées. Architectes et maîtres d'ouvrages semblent davantage investis sur la définition de signalétiques pertinentes dans les projets, aussi bien pour assurer une forme de confort d'usage des bâtiments, que pour répondre aux nombreuses normes et exigences techniques. «*On est de plus en plus sollicités au moment du concours, se réjouit Laurence Guichard, ce qui nous permet d'anticiper et d'être d'emblée embarqués dans l'équipe du projet.*» «*Les architectes ont aujourd'hui conscience de l'intérêt de l'intégration de la signalétique le plus tôt possible dans leur projet,*» réagit la designer Florence Roller, associée du [Bureau 205](#) basé à Lyon. *Ils n'ont pas envie que la signalétique vienne défigurer leur bâtiment*», assure-t-elle.

Une vision globale du projet

Car les enjeux de la signalétique sont multiples : permettre l'accessibilité des espaces et la compréhension des signes à tous, assurer la sécurité des usagers en cas d'évacuation d'urgence, tout en embrassant l'architecture des lieux et le langage qui s'y déploie. «*C'est une discipline très complexe et très horizontale qui implique non seulement une analyse des flux d'un bâtiment mais aussi une réflexion sur le design et le graphisme des pièces,*» développe Laurence Guichard, *ce qui nécessite une coordination avec de nombreux acteurs et corps de métier.*» Designer, architecte, graphistes, fabricants de pièces : pour la consultante, tous ces corps de métier s'imbriquent nécessairement pour aboutir à un «*projet qui fonctionne.*»

Un vocabulaire commun

Pour le duo, la signalétique doit à la fois répondre à une exigence de visibilité, notamment par l'apport de «*couleurs signal*» qui attirent l'attention, mais aussi de lisibilité, grâce au choix réfléchi de caractères spécifiques issus du catalogue de leur propre fonderie typographique.

En témoigne notamment leur intervention sur [les 14 130 m² du bâtiment Villarte](#) à Lyon réalisée en 2017, qui accueille les bureaux du Réseau de transport d'électricité (RTE). Les designers y proposent des modules ponctuels, tantôt en suspension pour dégager le sol, tantôt par une réflexion sur la transparence des espaces et des couleurs référence. «*L'ajout de couleur dans certains espaces de convivialité et de circulation répond, dans ce projet, à une volonté de confort mais aussi de direction et de repère pour les usagers du bâtiment*», commente Florence Roller. Le tout, là encore, pensé en cohérence avec l'architecture intérieure du bâtiment.

Hall d'entrée du bâtiment, projet Park View – Arch. AFAA Architecture, signalétique : Bureau 205 © Jérôme Ricolleau

«*Entre designers et architectes, nous partageons des codes, des manières de penser et un vocabulaire communs,*» achève-t-elle. «*La rencontre avec les architectes permet de déterminer le message et le concept déployé dans le cadre du projet,*» soutient de son côté Laurence Guichard, *c'est ce qui permet à mon sens de proposer une cohérence du langage et du message dans le lieu, une même charte, et ce jusqu'aux supports de communication comme le site internet d'une institution par exemple.*»

Charte, langage, message : ici, les mots ne sont pas anodins. Laurence Guichard, qui a aussi bien travaillé sur des projets de musée ([MUCEM, à Marseille](#)) que d'hôpitaux ([Hôpital Universitaire Pitié Salpêtrière, à Paris](#)) ou encore de bureaux ([siège social de Danone, à Paris](#)), préfère d'ailleurs parler de signes, car ouverts à la compréhension de tous, qu'il s'agisse d'un jeune enfant, d'une personne handicapée mentale, déficiente visuelle ou encore étrangère. «*Une flèche installée dans le bon sens au bon endroit peut dire beaucoup sans avoir besoin de mot, qui sont beaucoup plus réducteurs,*» appuie-t-elle. Et de conclure : «*En signalétique, ce qui compte c'est de revenir aux bases de la compréhension de tous.*»

Marie Crabié

Article rédigé dans le cadre d'une collaboration avec le magazine web [tama.archi](#)



Actualités

Camus c'est quoi ?

Les études d'implantations

Futurs locaux

Bons-Enfants

Quadrilatère des archives

Valois

Contact

Formulaire de contact

En poursuivant votre navigation sur notre site, vous acceptez l'utilisation de cookies pour améliorer votre expérience utilisateur.

[Lire plus](#)

OK

2020 © Ministère de la Culture

Mentions légales

Données personnelles

Accessibilité

PARISWORKPLACES • JUIN 2018
« La signalétique rend le bâtiment
plus accessible »



PARISWORKPLACES

Les salariés jugent leurs bureaux / Baromètre 2018



« La signalétique rend le bâtiment plus accessible. »



Puisque la mobilité dans les immeubles est clef pour la plupart des entreprises, nous nous sommes intéressés à une discipline essentielle pour la mobilité, mais qui a vocation à rester discrète : la signalétique. Nous avons interrogé la spécialiste française en la matière : Laurence Guichard, fondatrice et CEO du bureau d'études Locomotion.



Laurence Guichard
CEO & Fondatrice
Locomotion

La signalétique, qu'est-ce que c'est ?

La signalétique est un média qui rend le bâtiment plus accessible. Nous nous intéressons à la façon d'évoluer dans un espace pour que le parcours soit léger, fluide. Nous passons beaucoup de temps à réfléchir à la manière d'habiter les locaux. Tout notre travail consiste à rendre la signalétique instinctive, intégrée.

Il existe 1 000 chemins possibles au sein d'un bâtiment, mais de fait la signalétique n'en indique qu'un seul, celui du primo-visiteur. Ce chemin doit être le plus simple ; ce n'est pas forcément le plus court.

« Tout notre travail consiste à rendre la signalétique instinctive, intégrée. »

La signalétique permet aussi de contourner le handicap. Ce dernier point est souvent oublié, pourtant un sourd a du mal à lire ou un salarié avec des troubles cognitifs à se repérer. Ce sont des publics qui ont besoin d'être accompagnés.

Quels en sont les grands principes de la signalétique ?

« Simplification, fluidité, efficacité » est notre mantra. La signalétique s'accompagne d'un travail sur les mots. Lorsque nous avons travaillé pour la Pitié-Salpêtrière, nous avons dû convaincre la direction de l'hôpital que « Urgences stomatologie » n'était pas compréhensible pour le public. Embêtant quand on va aux urgences... On a réussi à le transformer en « urgences dentaires ».

À chaque fois, nous nous interrogeons sur la fonction. Mettre du brail ? C'est inutile : les aveugles ne peuvent pas savoir où sont les panneaux signalétiques et il n'y a souvent pas de butée au sol pour leur signaler le panneau. Nous nous mettons à la place des utilisateurs du bâtiment.

Quelle est la spécificité de la signalétique de bureau ?

La signalétique au sein d'une entreprise est autant une façon



Signalétique Mucem

de communiquer (organigramme, services, valeurs de la communication interne) qu'une véritable orientation. La façon d'appeler les bureaux ou les services représentés en dit beaucoup sur la culture d'entreprise.

En général, toutes celles avec qui nous travaillons sont attentives à ce que la signalétique soit la continuité de leurs autres médias de communication. On utilise le même langage que le site internet ou les réseaux sociaux et les mêmes codes graphiques. La personne qui visiterait les locaux d'une entreprise pour la première fois doit se sentir dans un même univers, sans rupture.

La signalétique est un métier ultra-spécialisé. Quelle place lui accorde les entreprises ?

La signalétique est devenue un vrai sujet pour les entreprises avec qui nous travaillons. Pour l'EDF Lab par exemple, nous avons fait une concertation avec les représentants du personnel, les services médicaux et des chercheurs du CNRS. Nous avons fréquemment affaire aux directions générales. Pour le nouveau siège du ministère de la Défense, à Balard. Certains généraux assistaient aux réunions. •



Signalétique EDF Lab

LA FONDATION LOUIS VUITTON

LE LIEU

Situé à Paris XVI^e, inauguré en octobre 2014, le projet architectural porté par Bernard Arnault et conçu par l'architecte américain Frank Gehry est destiné à promouvoir l'art et la culture et à accueillir des collections d'art contemporain.

CONCEPTION DE LA SIGNALÉTIQUE

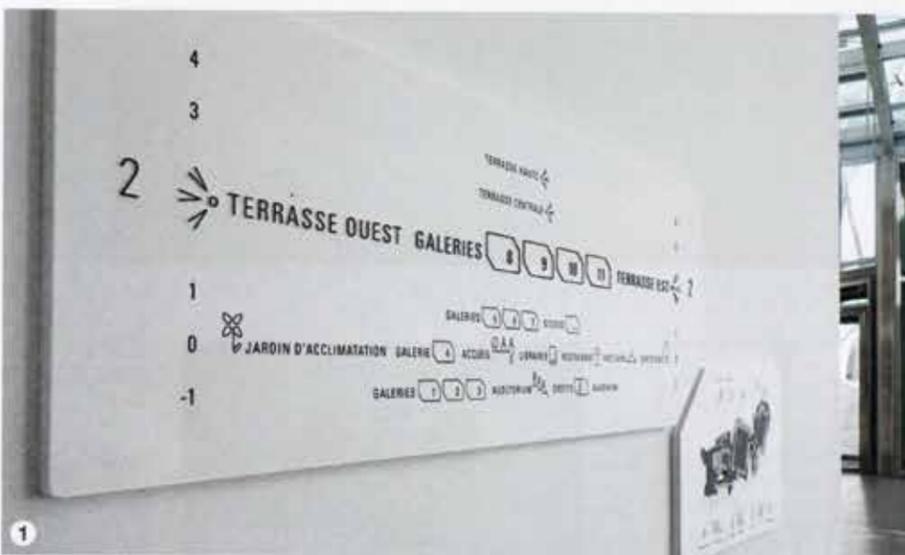
La signalétique résulte d'un travail à quatre mains signé par un duo d'agences : Zélé, dirigée par le designer Guillaume Parent, et Téra-Création, fondée par Florence Moulin et Valérie Ronteix.

ENJEU : ÉMETTRE UN SIGNAL DISCRET

Il fallait une signalétique simple, lisible et complète (d'accueil, directionnelle, de localisation, informative, dynamique), qui permette de recevoir un public varié dans un lieu privé, sans concurrencer les signes de l'architecte maestro et ceux de l'art contemporain. « Nous avons répondu à l'oxymore de la direction de Louis Vuitton (« un signal qui ne se voit pas »), décrypte Valérie Ronteix, par un autre oxymore : « une signalétique à l'autorité douce », qui guide sans déranger. Nous avons ainsi opté pour du noir et blanc, des dimensions inférieures aux normes ergonomiques habituelles de la signalétique et, surtout, un très petit nombre de supports. »

PARTI-PRIS SIGNALÉTIQUE : UN LANGAGE PICTOGRAPHIQUE

Les deux agences ont choisi de communiquer uniquement en français, à partir d'un lexique extrêmement simple travaillé avec la Fondation Louis Vuitton (« galerie » se dit « gallery » en anglais), associé à des pictogrammes. Fonctionnant comme un rébus, il s'agit d'un langage graphique « émoticône », universel et ludique.



❶ REPRÉSENTATION SCHÉMATIQUE. Ce bâtiment aux multiples parcours, accès, escaliers, escalators, comprend deux parties qui, à certains niveaux, ne communiquent pas. Le duo a donc imaginé un répertoire d'étage, qui représente le bâtiment en coupe, comme dans un jeu vidéo de plateforme, avec une numérotation de toutes les galeries.

❷ ÉPURE. En écho aux 25 000 plaques en béton blanc qui recouvrent le bâtiment à la façon d'une grande mosaïque, les plaques en Corian® deviennent des supports signalétiques : le texte est gravé en relief et sérigraphié tout au long du parcours du visiteur (Boscher Signalétique et Image, 44).

❸ SOBRIÉTÉ. Pour intégrer l'enseigne réalisée avec des lettres en PMMA (Paraph (69) dans ce bâtiment courbe et galbe, il a fallu travailler en 3D. L'architecture sophistiquée appelait la simplicité : chaque lettre est fixée sur une potence, comme en lévitation.

VISIBLE MAGAZINE • JANVIER 2016
« Signalétique sait rimer avec chic »
La Fondation Louis Vuitton

UNE OLA POUR LA SIGNALÉTIQUE DU STADE DE LENS

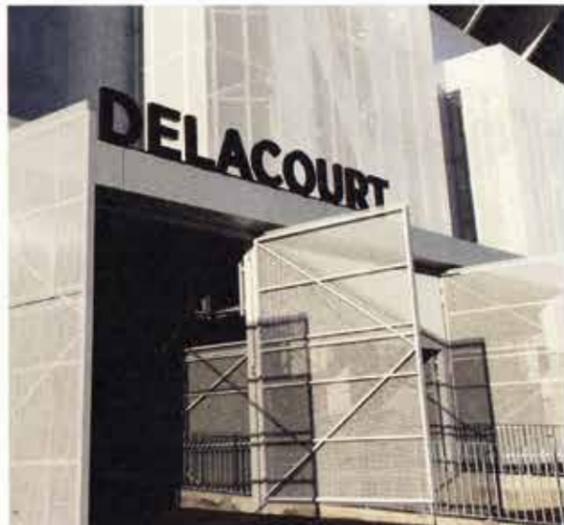
Entre les codes flamboyants du football et ceux plus feutrés de la réception, le stade Bollaert-Delelis concilie l'accueil des supporters passionnés et des invités VIP.



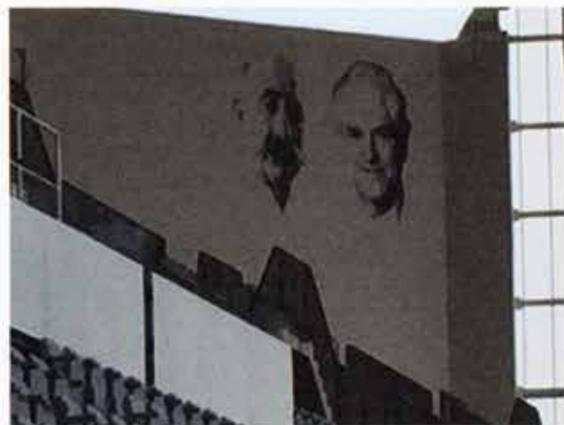
Sur l'ensemble des tribunes, les sièges ont été remplacés : gris clair en bas, gris moyen au milieu et noir en haut. Lorsque le stade est vide, la rangée du bas, réalisée avec des incrustations de sièges foncés, dévoile l'inscription RC Lens.

Les couleurs du club lensois,
« Rouge & Or », flamboient
dans tout le stade.





Signalée par son nom en lettres caissons, une des quatre entrées du Stade.



Portraits au pochoir sur le béton de Félix Bollaert, qui construisit le stade en 1932, et de André Delelis, maire de Lens, qui sauva le stade et l'équipe du RC Lens lorsque les houillères s'en séparèrent.



Les soirs de match, toutes les portes des toilettes sont ouvertes et les couleurs du club affichées avec panache.

Les soirs de match, lorsque vous vous rendez aux toilettes du stade Bollaert-Delelis, vous ne risquez pas d'oublier où vous êtes : les couleurs « Sang & Or » du Racing Club de Lens et des Kop, ses fervents supporters, sont omniprésentes. Leurs silhouettes géantes, des hommes et des femmes arborant fièrement l'écharpe du Club en mouvement (Agence CL Design, 75) sont adhésivées sur toute la hauteur des portes des blocs sanitaires (6 à 12 par niveaux), ouvertes en enfilade. C'est plein d'humour et d'une efficacité redoutable, à l'image de l'ensemble de la signalétique du nouveau stade. « La public étant la priorité, explique Laurence Guichard, fondatrice de Locomotion, le bureau d'étude qui l'a conçue, nous avons mis l'accent sur la fluidité et la compréhension immédiate. Il faut pouvoir y entrer, s'y repérer et le quitter aisément, tout en ajoutant un nouveau message : l'élégance du lieu, en écho au Louvre-Lens mitoyen ». Pour ce faire, elle a travaillé en étroite collaboration avec les architectes et le studio Adrien Gardère, muséographe du Louvre-Lens, en charge de la direction artistique.

ARCHITECTURE SUPPORT

Afin de mieux s'orienter dans ce stade qui réunit quatre tribunes indépendantes dont les noms sont liés au football local (Marek Xercès, Trannin, Lepagnot et Delacourt), Locomotion a tout remis à plat, avec un travail d'identification des points de circulation, de programmation des informations, d'implantation des supports sur les plans, de définition des types de signalétique, d'adressage des vomitoires¹, rangs et places, avec une numérotation plus fluide et évidente. Aux différentes entrées existantes (2 par tribune), des totems directionnels ont été ajoutés (ossature acier, façade aluminium, marquage adhésif, ancrés dans un massif béton, 3,5 m Ht x 800 cm). Pour être repérées facilement, chaque tribune est surmontée de son nom écrit avec des lettres caissons en métal thermolaqué, fixées au dessus des entrées, avec un rappel en lettres adhésivées sur la façade en polycarbonate. Enfin, à l'intérieur des bâtiments, des plans et balises directionnelles sont marqués directement sur les murs, tatoués sur le béton².

SANG & OR

Partie intégrante du patrimoine du football français, l'histoire du Racing Club de Lens (RC Lens), créé en 1906, est étroitement liée à celle de la Compagnie des Mines de Lens ainsi qu'à celle de son directeur commercial, Felix Bollaert, qui construisit en 1932 le stade. Les couleurs du Club, « Rouge et Jaune », choisies en référence à l'occupation espagnole de la région au 17^e siècle, sont chartées dans le logotype avec une répartition équitable entre les deux couleurs. Locomotion, en collaboration avec le studio CL Design et le studio Adrien Gardère pour la conception graphique, les ont magnifiées dans la signalétique du nouveau stade, en traitant tout ce qui est horizontal en rouge et tout ce qui est vertical en jaune, principe repris dans la communication. Et pour une parfaite lisibilité, les vomitoires et les contremarches des tribunes peints en jaune ont été numérotés avec du Wall-wrap³, modulable et facile à poser sur une surface irrégulière telle que le béton. Lors des retransmissions des matchs à la télévision, sur les tablettes et sur les Smartphones, la signalétique participe pleinement à l'identité du stade et de son club.

TOUCHES GRAPHIQUES

La mission de Locomotion comprenait également la définition des éléments de décoration graphique des espaces publics et VIP, qui regroupent salons, tribunes, presse et espaces de restauration. Dans les salons VIP, en concertation avec les architectes, le directeur artistique Adrien Gardère et le Club, Locomotion est intervenu par petites touches graphiques. « Nous avons imaginé des illustrations et des enseignes (réalisées par Fabienne Dumonet Nathan), qui dotent chaque salon d'une identité différente ». Les ambiances mettent ainsi en scène un bar à tapas avec de vieilles étiquettes ou un estaminet lensois avec une vitrophanie réalisée à partir d'une photo d'époque agrandie. Côté d'œil à la galerie du Temps du musée voisin, le salon Louvre-Lens déroule une longue frise chronologique avec les grandes dates du RCL quand, au bar des sports, un papier peint marouflé (*Cabre et Impact*) reproduit une photo vintage de l'équipe du RCL tandis qu'une frise reprend les noms des joueurs, réalisés en DAO lettre à lettre, habille un mur entier. Enfin, le salon international magnifie les noms des villes importantes dans l'histoire du Club : écrits sur toute la hauteur des murs avec une typographie élargie, ils semblent s'envoler vers le plafond pour aller rayonner hors du stade. Tout en discrétion et élégance, ces interventions valorisent la culture et l'histoire de la région.

Pour ce stade mythique, où la chanson « Les Corons » résonne à chaque début de match, la signalétique, justement dosée entre couleurs identitaires et graphismes discrets, remplit sa mission : être un élément moteur, à l'image des supporters « Sang & Or ».



Des ambiances différentes pour chaque salon, entre estaminet local et vestiaire sportif avec les noms des joueurs du RC Lens.



PRÊT POUR L'EURO 2016 !

Designé par le conseil fédéral de la Fédération Française de Football comme l'un des dix stades de l'Euro 2016, le stade Bollaert-Delelis du Racing Club de Lens vient d'être rénové. Le projet, conçu par les architectes Cardete & Huet en association avec Atelier Ferret Architectures, visait à couvrir entièrement le stade lensois, pour mettre toutes les places du stade à l'abri des intempéries, et à doubler la capacité d'accueil du public familial et de réception des VIP. L'idée : en faire un lieu de vie à part entière, avant et après un match. L'ancienne toiture a ainsi été remplacée par une structure translucide en polycarbonate débordant jusqu'à la ligne de touche. Des espaces de restauration et de distraction pour les familles ont été créés. Enfin, les grilles et les barrières extérieures ont été supprimées, afin d'inscrire le stade au cœur de la métropole, en adéquation avec la politique impulsée par l'arrivée du Louvre, voisin du stade.



- 1 Passage donnant accès aux gradins.
- 2 Cabre (62) et son sous-traitant Impact.
- 3 Adhésif ultra conformable qui épouse les anfractuosités des supports muraux.

« Une signalétique hospitalière
compréhensible par tous »
Hôpital de Marne-la-Vallée

Une signalétique hospitalière compréhensible par tous

La signalétique du nouvel hôpital de Marne-la-Vallée se distingue par sa lisibilité, sa simplicité et son codage en relief. Elle est le fruit des recommandations de la loi « accessibilité » de février 2005 et du travail mené par le BET Locomotion avec de nombreuses associations.

OPÉRATION Création du centre hospitalier de Marne-la-Vallée

SUPERFICIE 72 000 m²

CALENDRIER Chantier de 2008 à 2012

MAÎTRE D'OUVRAGE Centre hospitalier de Lagny Marne-la-Vallée

MAÎTRE D'ŒUVRE Brunet Saunier
Architecture

BET SIGNALÉTIQUE Locomotion

CONCEPTEUR GRAPHIQUE Frédéric Lemerrier
(agence Zélé)

COÛT DE LA SIGNALÉTIQUE 500 000 € HT

Selon Laurence Guichard, directrice du bureau d'études signalétiques Locomotion qui intervient sur d'importants projets (Mucem, fondation Louis-Vuitton, ministère de la Défense, etc.), « la signalétique hospitalière est l'une des plus difficiles à concevoir ». Et pour cause, il faut gérer la complexité et la quantité des informations médicales, véritable jargon pour les non-initiés, et tout particulièrement pour le public des hôpitaux, souvent en état de stress ou de fatigue. Cette problématique s'accroît avec l'abandon de l'organisation pavillonnaire au profit d'une conception monobloc des établissements, qui se mesurent désormais par l'étendue de leurs planchers et leurs couloirs interminables.

Dans le cas du nouveau centre hospitalier de Marne-la-Vallée (Seine-et-Marne), un établissement MCO (médecine, chirurgie et obstétrique) et psychiatrique comptant 454 chambres, la signalétique devait permettre à toute personne, bien portante, malade ou handicapée, de se repérer et de se déplacer facilement et de manière autonome dans les nombreux services, 34 au total, répartis sur quatre niveaux, soit 72 000 m² de plancher.

Mots et pictogrammes

Les caractères, de 18 à 25 mm de hauteur, bénéficient également d'un fort contraste, de l'ordre de 70 % entre leur couleur et celle du fond sur lequel ils s'inscrivent, ainsi que d'une écriture en relief (de 1,5 mm). Ces choix s'inspirent des recommandations de la loi « accessibilité » de février 2005 et du travail mené par le BET

Locomotion avec de nombreuses associations de malvoyants et de personnes handicapées. Il en va ainsi du choix d'une signalétique en relief plutôt qu'en braille. Comme le souligne Laurence Guichard, « le braille est utilisé par 11 % de la population des malvoyants, essentiellement les personnes aveugles de naissance. Or la loi "accessibilité" porte sur tous les handicaps, et s'intéresse notamment aux personnes vieillissantes qui voient de moins en moins bien et n'apprendront pas le braille. »

Pour couvrir toutes les déficiences, mentales et physiques, le balisage de l'hôpital marie les mots et les pictogrammes, intuitifs.

Dans les ERP, la signalétique se place souvent à la hauteur des regards des personnes debout et qui voient bien, c'est-à-dire à 1,60 m environ. La recherche d'accessibilité pour tous a conduit à revoir cette disposition et à abaisser l'axe de lecture ou de toucher à une hauteur de 1,30 à 1,40 m, ce qui convient autant à des personnes debout qu'en fauteuil roulant.

Enfin, un adressage a été développé pour chaque service et chaque chambre. Il se compose d'un intitulé écrit à plat, de chiffres et de lettres en relief. Le premier chiffre renseigne l'étage ; la lettre, la cage d'ascenseur (il y en a 3 : A, B ou C) ; et le dernier chiffre, le numéro de la chambre. L'adresse 2 A 235 indique ainsi le deuxième étage, la cage d'ascenseur A et la chambre 235. Pour chaque service, un point d'accueil a été établi ; des balises directionnelles conduisent le public jusqu'à ce point. *Virginie Pavie*



N° 342 • Mai 2015 • 22 € • www.lemoniteur.fr

LES CAHIERS TECHNIQUES DU BÂTIMENT

PRODUITS
Les logiciels de maquette numérique p.57

RECHERCHE
Pile à hydrogène pour stockage d'énergie verte p.

RISQUES CLIMATIQUES

Évolution et solutions p.35

SOLUTION TECHNIQUE
Planchers de verre, l'attraction du vide p.28

MAQUETTE NUMÉRIQUE
Les objets BIM sont-ils opérationnels ? p.6

AMÉNAGEMENT
Une signalétique très hospitalière p.18



h
Centre
hospitalier
de Marne-
la-Vallée



A Première exigence : la signalétique devait rendre compréhensible et lisible l'organisation de ce bâtiment monobloc de 72 000 m².

B Là où l'architecture le permet, l'information se décline directement sur le sol, les murs et les cloisons séparatives. L'association du mot à l'image (pour WC, ascenseur, etc.) est une pratique répandue. Ici, elle a été généralisée pour permettre un repérage instinctif, utile aux handicapés mentaux et aux personnes ne maîtrisant pas la langue française.

Méthode Des règles simples et des principes universels

La signalétique conçue par le bureau d'études Locomotion avec le graphiste Frédéric Lemerrier a nécessité plus d'une année de réflexion. De nombreux échanges ont eu lieu avec la direction immobilière de l'hôpital, les chefs de service et représentants des cadres hospitaliers, ainsi que des comités d'usagers. Le dispositif s'appuie sur des règles simples et des principes universels.

Tout d'abord, combinant images et mots, les informations sont visibles, lisibles et compréhensibles par tous. La police de caractère à empattements de type Minion italique (18 à 25 mm de hauteur) humanise les messages d'accueil : elle est couplée à une police « bâtons » – Univers – pour les indications techniques, et notamment pour les adressages. La signalétique s'appuie également sur une banque de pictogrammes, intelligibles par tous, y compris les personnes déficientes intellectuellement ou ne maîtrisant pas la langue française. Un code couleurs cohérent est déployé dans tout l'hôpital, avec un contraste minimal de 70 % entre le support et les caractères. Les différentes zones de l'établissement, services et étages sont identifiés à la fois par le code couleurs et un système

d'adresse. L'adressage, en couleur et en relief positif de 1,5 mm, facilite la lecture sensorielle des malvoyants. Par ailleurs, des cheminements podotactiles, libres de tout obstacle, guident le public depuis la descente des transports publics jusqu'à une table d'orientation générale et un catalogue des services tactile, à l'entrée du bâtiment. Enfin, les supports sont positionnés à 1,40 m de hauteur, pour faciliter la lecture par les mains et permettre l'accès de l'information aux personnes en position assise. Ils sont variés : balises verticales, tables sensorielles, panneaux, lettres adhésives, etc.

En accord avec l'agence Brunet Saunier, la signalétique a été intégrée le plus possible à l'architecture. Ce choix économique réduit le nombre de supports et offre une approche créative. Ici, cloisons en verre, murs peints, portes stratifiées, plaques de protection qui courent en bas de tous les murs... sont utilisés comme supports d'écriture pour guider le public jusqu'aux ascenseurs et services. Les lettres en PVC adhésif, découpées à façon pièce par pièce, sont de faible épaisseur et leur aspect mat satiné évoque une impression à l'encre. Surtout, l'intitulé d'un service ou d'une adresse pourra être changé aisément.

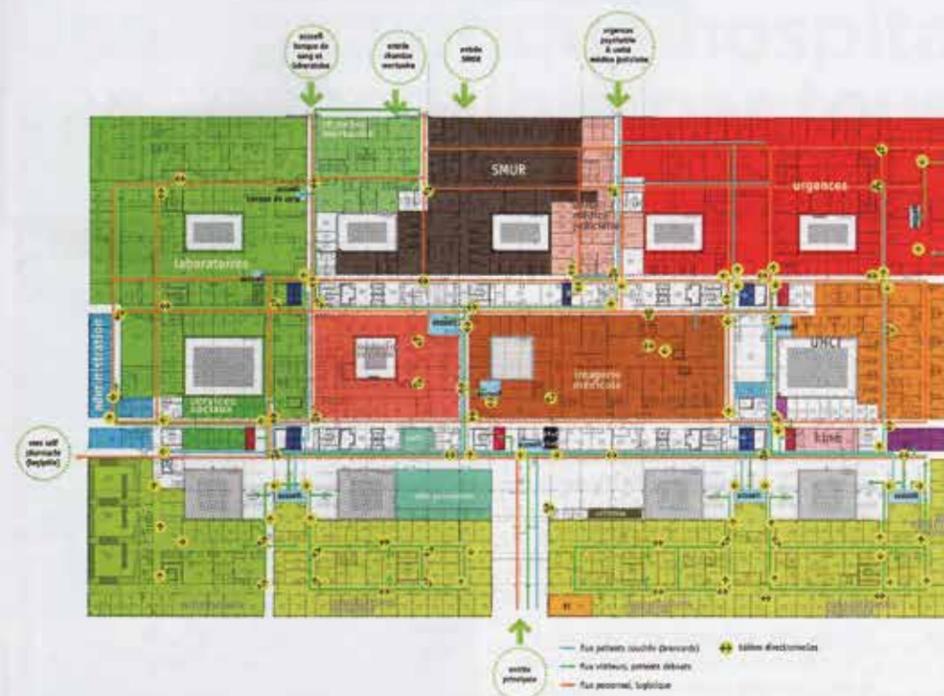
Programmation Analyse des flux et implantations

Chargé de la programmation de la signalétique, le bureau d'études Locomotion a étudié les flux des patients, du public et du personnel, ainsi que leur interaction au niveau des couloirs et des circulations verticales. Il a élaboré plusieurs scénarios de visite et porté une attention particulière aux flux de retour, souvent négligés. Cette analyse a mis en évidence les besoins et les implantations à privilégier. L'orientation est réalisée à l'aide de plusieurs supports, horizontaux et verticaux. Le public est guidé avant l'entrée dans le centre hospitalier, dès la descente des transports en

commun. Un cheminement podotactile le conduit à une table d'orientation tactile, c'est-à-dire en relief. De là, un autre cheminement sensoriel le mène jusqu'à l'entrée du bâtiment, où il trouve un répertoire général de tous les services. Ce catalogue se présente sous la forme d'écritures en relief. Un balisage vertical utilisant à la fois des couleurs, des pictogrammes et un adressage guide les visiteurs jusqu'aux ascenseurs et espaces de consultation, services, salle polyvalente et cafétéria. Il se compose de pancartes ou de lettres adhésives. Les locaux sont repérés par des plaques individuelles numérotées.



Dans le hall d'entrée du centre hospitalier de Marne-la-Vallée, un répertoire général des services sert de plan d'ensemble aux visiteurs.



Un scénario optimisé

Les déplacements des visiteurs, des patients et du personnel se croisent et se superposent selon un scénario optimisé. Les tables d'orientation, balises, plaques et autres supports de signalétique sont installés à des points stratégiques, visibles par tous. Ici, le rez-de-chaussée.

Les produits spécifiques du chantier

Balise directionnelle de Sign4all

Dans les couloirs, des supports verticaux servent de balises directionnelles. Chaque service est associé à une couleur et une adresse. Déclinés en plusieurs modèles de 75, 150 et 250 cm de hauteur, les supports se composent de plaques en aluminium collées sur des plats métalliques fixés au mur. Les lignes graphiques horizontales colorées en camaïeux facilitent la lecture de la typographie noire.

Fiche Batiproduits
www.batiproduits.com/p/37218

Totem de Sign4all

Ce support est situé à l'entrée du centre hospitalier. Il mesure 3 m de haut sur 1 m de large. Il est formé de deux tôles d'aluminium pliées et rigidifiées par une structure en acier. Le totem est ancré en pied sur un massif en béton par l'intermédiaire d'une platine soudée. Un rétroéclairage du bandeau en partie supérieure autorise une lecture du marquage sur fond blanc nuit et jour.

Fiche Batiproduits
www.batiproduits.com/p/37224



« Les spécificités signalétiques du monde hospitalier »

Hôpital de Cannes

ENCADRÉ

Les spécificités signalétiques du monde hospitalier

Locomotion est un bureau d'études signalétiques. **Laurence Guichard** en est la créatrice et l'animatrice. Plébiscitée par les maîtres d'ouvrage et les architectes, pour le regard analytique des architectures et fonctionnalités qui lui sont soumises, pour son expertise des flux, des contenus et supports d'information et d'orientation, pour sa maîtrise de la loi Handicap 2005, elle nous livre ici les spécificités « signalétiques » de l'univers hospitalier, l'un de ses champs d'intervention de prédilection.

Quelles sont les contraintes « signalétiques » majeures des bâtiments hospitaliers et quelles recommandations préconisez-vous pour les satisfaire ?

L'hôpital, bien souvent anxiogènes pour les patients qui, ici plus que dans n'importe quel autre équipement public, peuvent se trouver en situation de handicap exacerbé, altère de fait leur concentration et patience.

Pour répondre à ce handicap, qu'il soit physique ou cognitif, mais aussi pour aider dans leurs parcours les personnes étrangères, signalétiques visuelle et sensorielle doivent être associées.

L'hôpital, pratiqué par deux grandes catégories d'utilisateurs – le public (patients, accompagnants et visiteurs) et le personnel (médical et logistique) – réclame, de façon à éviter tout type d'interférence fonctionnelle, une dissociation des flux. Pour conforter celle-ci et garantir une juste appropriation des parcours, les codes des uns et des autres doivent trouver leur propre expression. Les codes « personnel » ne devant, par ailleurs, et surtout pas, être sous-estimés, tant il s'avère que l'hôpital a aussi recours à un personnel intérimaire (médical et logistique) qui doit pouvoir appréhender les lieux en des temps records...

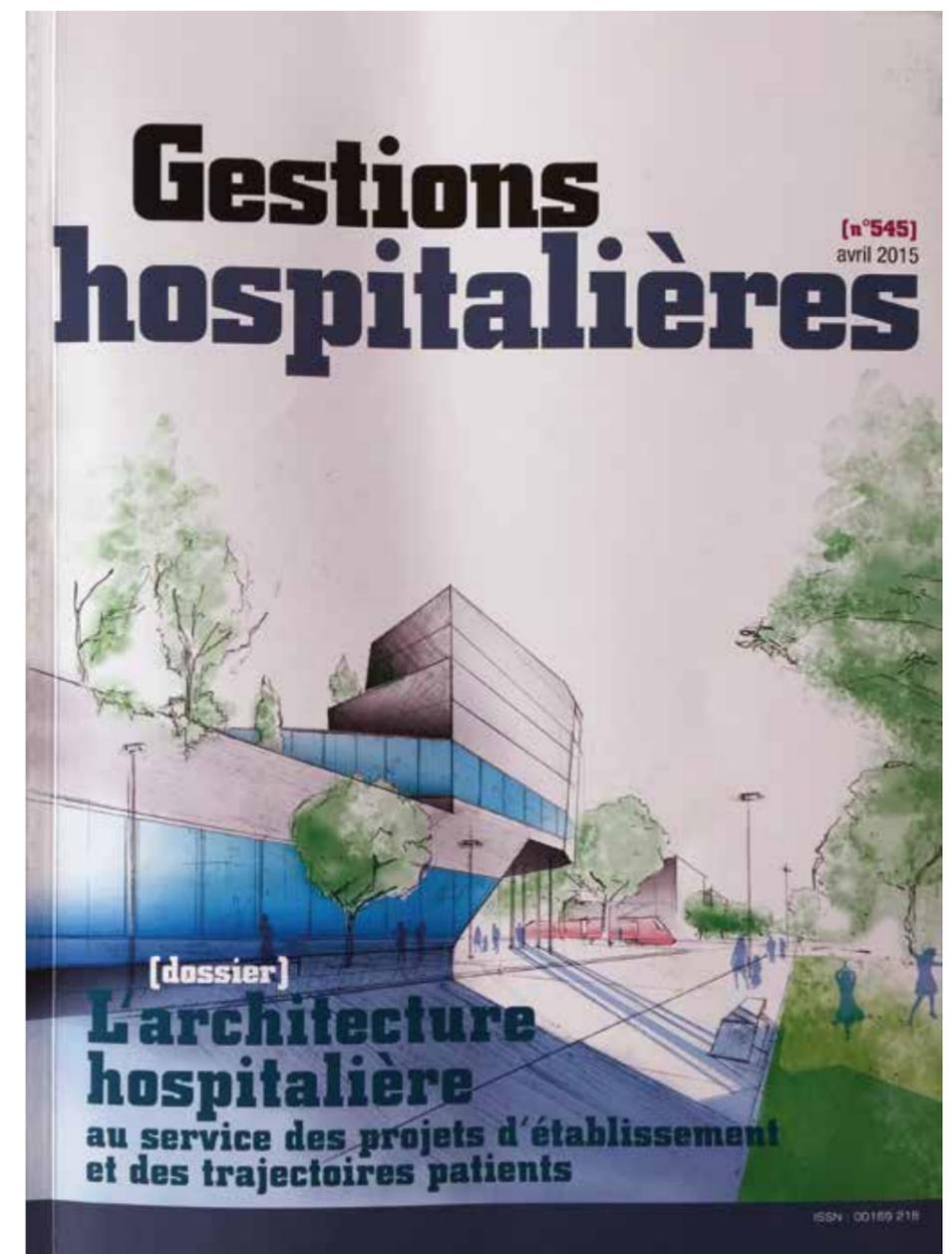
L'hôpital, restructuré ou neuf, universitaire ou intercommunal, de fait plus étendu que par le passé et proposant de nouvelles organisations fonctionnelles, finit souvent par définir ses différents services, en déclinant de très bavardes terminologies difficilement appréhendables par le public.

Tenter de simplifier au maximum ces dernières est l'un des objectifs signalétiques les plus difficiles à atteindre tant le corps médical (comme l'administration hospitalière d'ailleurs) tient souvent à les conserver dans leur plus pure et souvent interminable expression. Il faut réussir à le persuader que les détails des services n'ont pas besoin de s'exprimer à chaque étape du parcours, qu'une signalétique efficace est une signalétique « en mode entonnoir » qui, développe, en début de parcours, un principe d'adressage, avant de s'attacher, en fin de parcours, à énumérer la somme des services et de leurs médecins associés...

Votre témoignage révèle toute la complexité de votre mission. Pourriez-vous toutefois en tenter un résumé ?

L'essentiel de notre mission est de taire toutes les complexités – architecturale, fonctionnelle, toponymique. De les traduire en évidence.

C'est le bon sens qui guide nos analyses de site comme nos réflexions prospectives. Et c'est la simplicité d'expression que nous recherchons. Simplicité d'un schéma directeur. Simplicité d'adressage. Simplicité des supports comme du graphisme. Une simplicité qui conforte l'optimisation des flux requise. Une simplicité qui rassure mais qui n'interdit pas pour autant les demandes de renseignements. Aussi pertinente soit-elle, la



signalétique ne remplace pas le contact humain. Soixante-dix pour cent des patients et visiteurs manifestent toujours le besoin de se rapprocher du personnel, d'obtenir la confirmation qu'ils sont bien dans la bonne direction, qu'ils ne sont pas perdus, qu'ils ne seront pas en retard à leur consultation...

La couleur, qui a fini par faire son entrée, parfois avec timidité et de plus en plus souvent avec éclat, dans l'univers hospitalier, peut-elle être considérée comme un outil signalétique ?

La couleur appartient à l'architecture. Elle révèle les proportions et/ou découpes d'un volume, attire par sa brillance, par la luminosité

qu'elle induit ou par le caractère insolite de sa nuance, les regards. Au sol, en rayures, constellations ou motifs figuratifs, elle peut rythmer le pas, « raccourcir » un parcours. Indéniablement, elle crée une ambiance, humanise dit-on les lieux d'accueil, alors que son absence aseptise les fonctionnalités purement médicales... Mais elle ne peut faire le jeu de la signalétique. Tout au plus elle confirme à l'utilisateur qu'il s'est trompé d'étage, qu'il a garé sa voiture au niveau bleu et qu'il ne peut espérer la récupérer au niveau rouge... Toutefois, en habillant un panneau, une typographie, elle peut avoir une valeur de contraste qui, bien étudiée, peut soutenir les attentions que nous portons aux déficiences visuelles...

Signalétique directionnelle aux abords du seuil et répertoire sur palier, au droit des ascenseurs, centre hospitalier de Cannes BSA, architectes. Locomotion, bureau d'études signalétiques (Brigitte Bouillot, Agnès Hospitalier et Christophe Jallais, graphistes)



© Brigitte Bouillot



« Les points cardinaux de la signalétique » centre hospitalier Métropole Savoie de Chambéry



Lettre mensuelle # 04 // Janvier 2015

ACTUALITÉ

Aménagement : sanitaires et placards

Depuis le début du mois de janvier, les entreprises ont entrepris la pose de quelques 4000 équipements sanitaires : lavabos, WC et autres lave-bassins. Les plombiers sont à l'ouvrage pour raccorder ces équipements aux réseaux d'eau et d'évacuation. De leur côté, les menuisiers installent plus de 700 unités de placards dans les chambres.

Tous les ascenseurs sont prêts

À la fin du mois de janvier, les 23 ascenseurs du bâtiment seront assemblés. Ce qui ne veut pas dire qu'ils fonctionneront, car ils ne sont pas encore contrôlés par un organisme habilité. Seuls deux d'entre eux vont être mis en service pour les besoins du chantier, puisque le dernier monte-charge extérieur sera démonté en février. À ce moment, les matériaux les plus lourds auront été livrés.

Les travaux de voirie en deux phases

À l'extérieur du bâtiment, les travaux de réseaux et voirie sont programmés en deux phases : d'abord l'entrée principale du bâtiment (en surplomb du bâtiment Dorstter), puis la cour logistique. Les travaux d'enrobés débiteront à la fin du deuxième trimestre 2015.

Les services peaufinent leur organisation

Après la définition des nouvelles organisations à mettre en œuvre autour du parcours de soins des patients, chaque service de soins amené à déménager (ou service support impacté par le déménagement) a été invité à réfléchir à sa propre organisation. Pour les unités de soins, celle-ci doit prendre en compte le nombre de lits et le transfert de charges vers des prestataires externes au service (AHL, nettoyage, transport...). Jusqu'au début du mois de mars, les cadres et chefs de service présentent à la DRH les organisations visées, avec les postes fonctionnels associés. Les arbitrages seront réalisés dans le printemps par la DRH, puis la direction générale.

Calendrier général 2015

- Février-juin : essais, opérations préalables à la réception du bâtiment
- Février - Mai : travaux de voirie
- Mi-juillet : livraison du bâtiment par le groupement de conception/réalisation
- Juillet - Octobre : aménagement des locaux, installation des équipements
- Octobre - novembre : mise en service et transfert d'activité
- Décembre : mise en sécurité du bâtiment J. Dorstter



LES POINTS CARDINAUX DE LA SIGNALÉTIQUE

UN COMITÉ DE PILOTAGE POUR VALIDER CHAQUE ÉTAPE

À raison d'une réunion par mois depuis janvier 2013, le comité de pilotage signalétique a procédé au recueil et à l'analyse des besoins. À l'issue de ce travail essentiel et d'une mise en concurrence, le CH a missionné LOCOMOTION, bureau d'étude signalétique. Comment numérote-t-on les chambres ? Comment nomme-t-on les services ? Faut-il installer une enseigne lumineuse au-dessus de l'entrée de l'hôpital ? Quelles informations sont mentionnées sur les panneaux à l'entrée des services ? Comment sont identifiées les différentes circulations verticales ? Quels sont les panneaux d'orientation pour acheminer correctement les patients à l'intérieur d'un bâtiment qui fait 180 m x 80 m ? Quelles sont les exigences en matière d'évolutivité ? Ce sont quelques-unes des nombreuses questions qui ont été débattues par le groupe, composé de représentants des usagers, des pôles, de la direction générale, de la DAL et de la communication.

UN CABINET SPÉCIALISÉ POUR NOUS ACCOMPAGNER

La mission du bureau d'études LOCOMOTION est multiple : analyse des flux (patients debout, couchés, visiteurs, personnel, logistique...) et des points névralgiques de circulation, élaboration des plans d'implantation des différents supports, hiérarchisation des informations à véhiculer, design de la signalétique (typographie, couleurs, pictogrammes) et conception des mobiliers signalétiques intérieurs et extérieurs. Un credo pour l'agence : essayer d'intégrer la signalétique au maximum dans le bâtiment, en utilisant l'architecture comme support signalétique. « Nous nous sommes notamment appuyés sur les habillages marron des grilles de désenfumage ou sur les murs au droit des accueils », explique Laurence Guichard, directrice de Locomotion. Cette première étape de conception est aujourd'hui terminée et l'agence s'est maintenant attelée à la rédaction du cahier de charges pour l'appel d'offres relatif à la fabrication et à la

pose des supports. Le prestataire sera choisi au printemps et la signalétique posée au cours de l'été 2015. Espérons que nous éviterons les feuilles de papier scotchées aux murs ou aux portes pour l'accueil des patients en octobre 2015 !

UN IMPÉRATIF : UNE SIGNALÉTIQUE ACCESSIBLE À TOUS LES PUBLICS

La loi Handicap de février 2005 impose une accessibilité en toute autonomie des établissements recevant du public pour tout type de handicap (visuel, auditif, moteur, mental, psychique) avant le 1^{er} janvier 2015. Par exemple, les informations sensorielles (en relief) présentes sur les totems, balises directionnelles ou autres panneaux doivent se situer entre 0,90 et 1,30 m du sol. Cette hauteur est plus adaptée à la lecture avec les doigts pour les malvoyants et plus confortable pour les personnes en fauteuil roulant ou les enfants.

Pour simplifier leur identification, chaque service, accueil ou chambre est associé à un numéro, facilement mémorisable, qui sera indiqué sur les supports signalétiques (c'est l'adressage en relief), ainsi que les supports de communication de l'hôpital (internet, plan, livret d'accueil...). Ce numéro permet aussi de déterminer l'étage, l'ascenseur le plus proche. Par exemple : la chambre a2.75 se trouve au 2^e niveau, accessible par l'ascenseur a.

Ces adressages sont traités en relief pour faciliter la lecture sensorielle et être lisible de très près.

À noter que le braille n'étant lu que par 11% des personnes malvoyantes, il n'a pas été retenu. Les déficiences visuelles dans un hôpital étant plutôt liées au vieillissement de la population, la priorité a été donnée à la signalétique sensorielle. « L'objectif final est de permettre au public souvent âgé et stressé d'évoluer le plus facilement possible dans un environnement qui peut être anxiogène », commente Philippe Dieudonné, chef de projet Nouvel Hôpital. « Aussi bien faite soit-elle, la signalétique ne résout pas tout, nuance Laurence Guichard. Les statistiques montrent que seules 30 % des personnes la consultent. Les hôtesses d'accueil et le personnel hospitalier n'ont donc pas fini de renseigner les visiteurs ! »

LA SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE



TOTEM "URGENCES", À L'ANGLE DU PARVIS D'ACCUEIL ET DU FAUBOURG MACHÉ.

Dans l'enceinte du site hospitalier, ce sont principalement des totems qui orientent piétons et automobilistes vers l'accueil du nouveau bâtiment, vers l'Éveil ou vers les urgences. Ces dernières font l'objet d'une signalétique sur fond rouge visible de loin, de jour comme de nuit. Il n'est pas prévu d'indiquer le nom de l'hôpital sous forme d'enseigne sur le bâtiment. « Nous sommes dans un hôpital de centre-ville, qui n'est pas visible à des kilomètres à la ronde. Il nous a semblé préférable d'identifier le bâtiment par

des totems situés aux deux entrées principales que sont la place Lucien Biset et le faubourg Maché. »

Un rappel pourrait être envisagé sur les clôtures le long de l'avenue de Lyon et de Faubourg Maché pour renforcer l'identification du site.

LA SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE

Premier point d'information pour le visiteur, un répertoire général associé à une table d'orientation dans le hall d'accueil, indiquera les principaux services. La table d'orientation comportera également une diffusion sonore. Elle sera signalée dans le hall par un cheminement piéton podotactile.

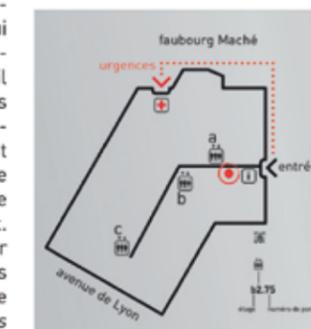
La signalétique est adaptée en priorité aux patients - visiteurs, avec des appellations de services courts, facilement repérables et cohérentes avec les autres vecteurs d'informations au public.



TABLE D'ORIENTATION DU HALL D'ACCUEIL.

a, b, c : LES TROIS COLONNES VERTÉBRALES DU BÂTIMENT

Trois grands points de montée dans les étages sont identifiés par les lettres a, b, c. et des répertoires d'étage sont positionnés près de et dans chaque colonne d'ascenseurs, pour préciser les services desservis.



RÉPERTOIRE D'ÉTAGE ASCENSEUR.





PLUS ON SE RAPPROCHE, PLUS C'EST PRÉCIS

Une bonne signalétique doit être hiérarchisée, sous peine de noyer les visiteurs sous des flots d'informations. Au fur et à mesure que l'usager avance, il découvrira les différents services et les locaux les composants. À chaque intersection, une balise directionnelle permettra de s'orienter.



PETITE BALISE DIRECTIONNELLE MURALE.

BALISE DIRECTIONNELLE MURALE EN SORTIE D'ASCENSEUR.



RAPPEL : DES PORTES COLORÉES POUR MIEUX IDENTIFIER LES LOCAUX

Chaque couleur correspond à un type de local. Les portes blanches correspondent à des locaux logistiques, techniques et vestiaires, réservés au personnel.

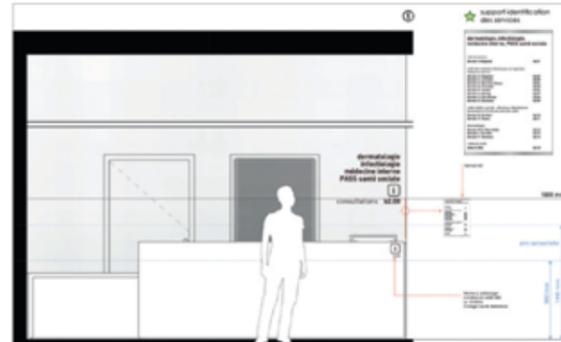
Administration
Radiothérapie - Imagerie médicale
Consultations
Laboratoires - Pharmacie - Bloc ambulatoire
SAMU-SMUR - Centre 15 - Urgences
Bureaux médicaux neurologues
Hospitalisations (chambres)

À la hauteur des secrétariats de spécialité, les panneaux d'information seront réalisés sous formes de « cadres-clic » permettant de glisser une feuille de papier format A3, avec les noms des médecins, les spécialités médicales, horaires... Cette formule permettra aux services d'être autonomes dans la mise à jour de leurs informations.

Pour les unités de soins, l'identification des entrées de services pourra se faire quelle que soit la position des portes, ouvertes ou fermées. Ici encore, des cadres clic présenteront un répertoire des médecins attachés au service, ainsi que le nom du cadre de santé.

UNE SIGNALÉTIQUE ÉVOLUTIVE

La signalétique pourra être ajustée après une première année d'utilisation : repositionnement des panneaux, simplification des informations...



ACCUEIL SECRÉTARIAT DE SPÉCIALITÉ.

PROJET « PRISE EN CHARGE DES PATIENTS » : LES CONCLUSIONS DES GROUPES DE TRAVAIL

BRANCARDIERS ET AMBULANCIERS : LES MAÎTRES DU TRANSPORT DES PATIENTS

QUI FAIT QUOI ?



LES ÉQUIPAGES D'AMBULANCIERS SONT AUX COMMANDES DES TRANSPORTS ENTRE LES SITES.



LES BRANCARDIERS DU TIP ASSURENT LES TRANSPORTS INTERNES, AVEC CHANGEMENT DE NIVEAU.

Les horaires

TIP : du lundi au vendredi de 7 h à 21 h, le samedi de 7 h 45 à 15 h 15 et le dimanche de 8 h à 13 h.

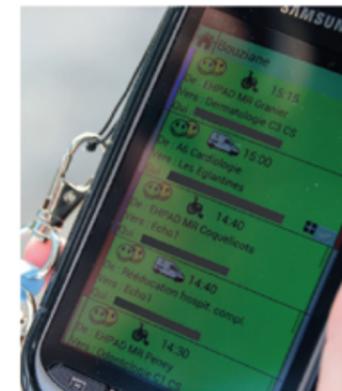
TAI : du lundi au vendredi de 7 h 30 à 18 h (trois équipages).

Le transport de patients consiste à accompagner les patients qui se rendent au bloc, à la radiologie, en consultation interne ou vont subir un acte technique dans un service de spécialité (test d'effort, fibroscopie, doppler...). Ces transports sont effectués en chaise roulante, brancard ou lit selon les cas. S'il s'agit d'un transport interne (à l'intérieur d'un même bâtiment, avec changement de niveau), il est pris en charge par l'équipe de brancardiers du TIP (transport interne de patient). Lorsque le transport implique un changement de bâtiment (par exemple, entre l'Hôtel-Dieu et le NH), ce sont les ambulanciers du TAI (transport par ambulance interne) qui interviennent. Ils assurent également dans ce cadre les mutations et les déplacements vers les urgences (sauf le week-end, ou les ambulanciers du SMUR prennent le relais).

Dans certains cas, c'est l'équipe soignante qui assure le transport, lorsque point de départ et point d'arrivée sont au même niveau ou en cas de surcharge d'activité du TIP.

UNE SITUATION QUI DEVRAIT BEAUCOUP S'AMÉLIORER DANS LE NH

Plusieurs facteurs devraient contribuer à fluidifier le transport interne de patients dans le NH. Tout d'abord, le bâtiment ne comporte que 7 niveaux contre 12 dans J. Dorstter. Les monte-malades seront plus nombreux (onze au lieu de trois) et flambant neufs, l'un d'entre eux étant par ailleurs dédié aux transports vers le bloc ambulatoire. De plus, l'utilisation du logiciel de régulation



THEO, mis en service en septembre 2014 a grandement amélioré l'efficacité du service. « Le transport à effectuer s'affiche sur les smartphones de tous les brancardiers, explique Mireille Tracol-Bonfils, cadre supérieur du pôle médico-technique. C'est celui le plus proche du patient qui se charge du transport. » Enfin, sauf exception, les patients ne changeront pas de lit lors des mutations,

tous les lits étant désormais de qualité standard. Ces différents facteurs devraient permettre à l'équipe d'absorber une augmentation du nombre de courses, tout en offrant un transport plus confortable et plus rapide pour les patients.

D'autres réflexions sont en cours, notamment pour les services nécessitant de nombreux transports de patients, comme les urgences. À suivre...

LIT OU FAUTEUIL, UN ACCUEIL EN FONCTION DES PATHOLOGIES

Dans le NH, ces dernières activités seront regroupées au sein d'un hôpital de jour « médecine », d'une capacité de dix lits et places, situé au troisième niveau, à proximité de l'hôpital de jour d'oncologie/hématologie. L'objectif est notamment de mieux prendre en charge ces patients, avec un équipement confortable et adapté à leur état de santé (lit ou fauteuil), ce qui n'était pas toujours possible dans les unités d'hospitalisation conventionnelle. L'unité comprendra ainsi deux chambres individuelles, une chambre à deux lits, deux salons de trois fauteuils et un salon de deux fauteuils.

Les places, attribuées en fonction des flux actuels de patients des différentes disciplines, se répartissent de la façon suivante :

- médecine interne/infectiologie : quatre places par jour (trois fauteuils, un lit),
- endocrinologie : trois places par jour (deux fauteuils, un lit),
- pneumologie : deux places, deux après-midi par semaine,
- néphrologie : une place par jour.

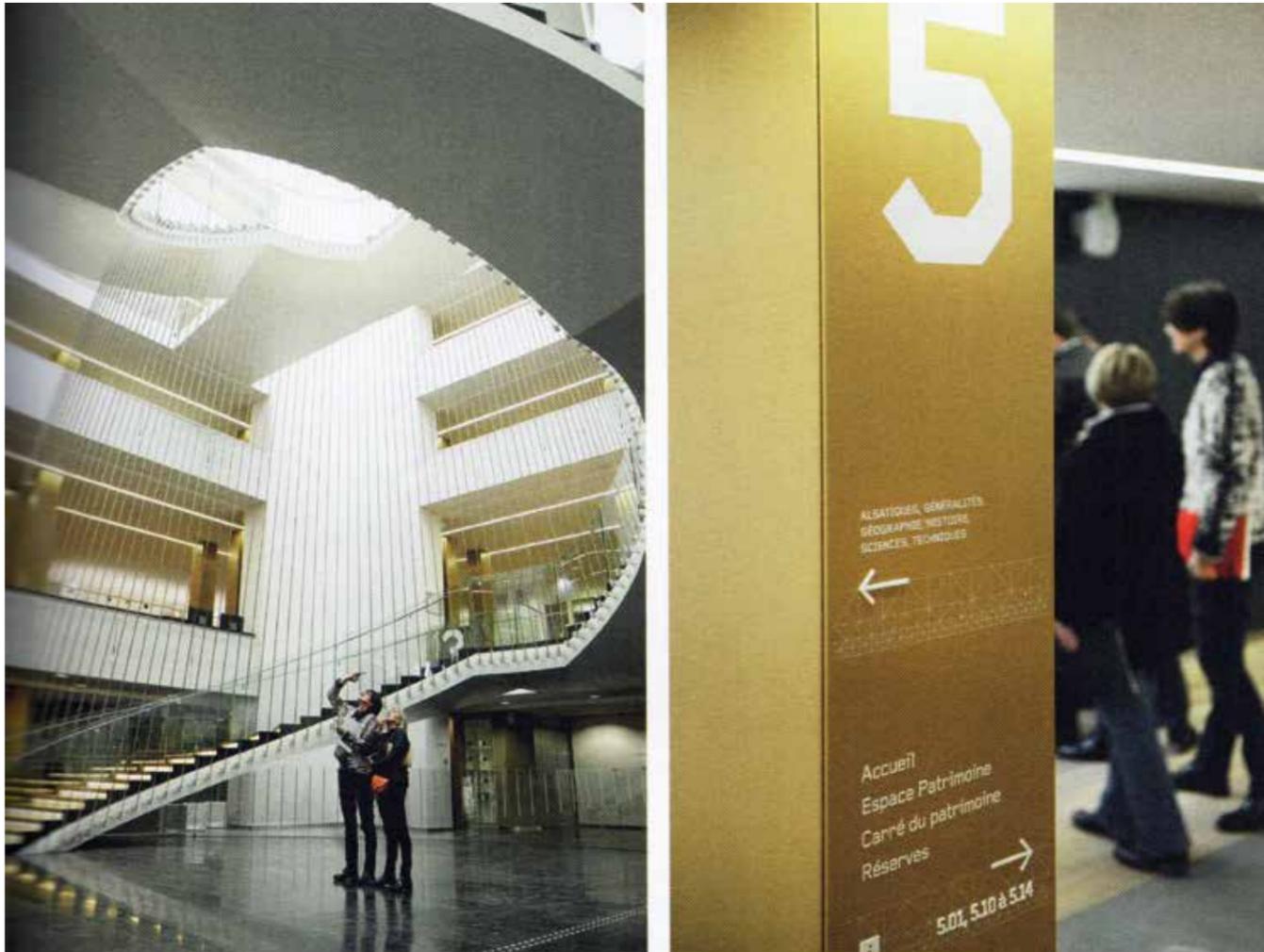


L'équipe paramédicale de l'unité, avec un temps de cadre dédié, sera composée d'infirmier(e)s spécialisées (des services d'endocrinologie et de médecine interne) et continuera à faire appel, comme aujourd'hui, à des compétences d'assistante sociale, de psychologue, d'enseignant en activité physique adaptée, de diététicienne...

En ce qui concerne l'activité médicale, les praticiens disposeront de deux bureaux, permettant d'assurer les consultations en toute confidentialité. Un bureau sera quant à lui plus spécifiquement dédié aux intervenants paramédicaux.

LA PROGRAMMATION : UNE DES CLÉS DU SUCCÈS

L'unité bénéficiera également d'un secrétariat et d'un accueil commun. « Les secrétaires auront entre autres pour tâche d'assurer la programmation des différents rendez-vous, consultations ou examens des patients durant leur séjour, expliquent Florence Morel et Yannick Jarret, chargés de mission de la direction générale. C'est une tâche extrêmement délicate car si en hospitalisation conventionnelle, le patient peut parfois apparaître comme étant à la disposition des praticiens et des équipes, en hospitalisation de jour l'activité du service doit être totalement centrée sur lui et sur sa prise en charge individualisée, avec un impératif de résultat qui est sa sortie le jour même, en ayant réalisé dans les meilleures conditions possibles l'ensemble des examens et/ou traitements prévus. » Le fonctionnement précis de cet hôpital de jour de médecine, ainsi que le dimensionnement de son équipe sont encore à finaliser. Le groupe de travail concerné, composé notamment de soignants et médecins des spécialités concernées, rendra ses conclusions fin février.



BIBLIOTHÈQUE NATIONALE ET UNIVERSITAIRE DE STRASBOURG

Conçue en concertation avec le bureau d'architecture Nicolas Michelin & Associés, la signalétique de la Bibliothèque nationale et universitaire de Strasbourg se greffe sur la structure du bâtiment: une forêt de poteaux qui constituent autant de surfaces capables d'accueillir la signalétique. Il s'agit aussi de renommer, les *plateaux*, espaces déterminés par les architectes, en *étages*, ressentis par les usagers. Écho aux structures qui jonchent les fenêtres du bâtiment historique, une trame conduit l'ensemble du projet. LM Communiquer propose aux architectes de l'utiliser pour composer les garde-corps de l'immense escalier central imaginé par Nicolas Michelin. Celle-ci accentuera encore sa présence.

Sur la photo: Laurence Madrelle accompagnée de Laurence Guichard (bureau Locomotion).

Un duo professionnel s'est formé autour du projet de signalétique du MuCEM à Marseille et se poursuit avec celui du ministère de la Défense dans le 15^{ème} à Paris. Béatrice Fichet, designer graphiste et Laurence Guichard fondatrice du bureau d'études Locomotion, sont dotées d'un tempérament passionné et partagent la même quête d'excellence. Ensemble, elles élaborent des signalétiques remarquables et nous en dévoilent les coulisses.

Visible : Dans l'équipe que vous formez, comment se répartissent les rôles ?

Laurence Guichard : Béatrice est dans la conception, je suis du côté des études, de la réglementation technique. C'est elle qui crée et moi je l'accompagne pour trouver des solutions, rendre possible ce qu'elle a imaginé.

Béatrice Fichet : Dans les faits, il n'y a pas de frontière hermétique mais une porosité qui nous permet d'élargir nos domaines de compétences. Nous sommes dans l'échange permanent et ne lâchons rien avant que l'autre ne soit totalement convaincue, ce qui nous permet d'aller loin dans notre travail commun.

Vous n'êtes donc pas toujours d'accord ?

Béatrice : Nous sommes toutes les deux très déterminées, et bataillons ferme parfois ! Je dis « non » lorsque je ne comprends pas le sens de ce qui est demandé. Je refusais par exemple d'imaginer une table d'orientation à l'entrée du MuCEM telle qu'elles sont souvent présentées, sans élégance, peu explicites, pas à l'échelle du lieu. Laurence m'a démontré que ce n'était pas juste une obligation liée à la loi Accessibilité¹. Elle m'a poussée à chercher du sens pour l'intégrer parfaitement.

Laurence : Le site est grand, complexe avec des architectures et des niveaux multiples. Je lui ai expliqué que cette table permettrait aux personnes à mobilité réduite comme aux enfants et à tous les visiteurs d'appréhender le musée dans son ensemble, dès leur arrivée... Je l'ai également un peu défiée en lui disant qu'après tout, c'était à elle de la rendre belle !

Béatrice : Au final, cette table est belle parce qu'elle a du sens, permet à chacun de comprendre le MuCEM, ce qui serait impossible avec le regard seul. Elle joue donc parfaitement son rôle et nous en sommes fières.

Quelles étaient les contraintes majeures liées au MuCEM ?

Laurence : Il fallait créer une signalétique permettant au public de se sentir dans un environnement unique alors que le site comprend deux entités très différentes. Quel ruban de lecture apporter afin que le fort Saint Jean, bâtisse militaire du 17^{ème} siècle ne fasse qu'un avec le « J4 », dentelle de béton et carré parfait de 72 m de côté, conçu par Rudy Ricciotti ?

Béatrice : La signalétique s'inspire du lieu et le respecte. Comme aucune blessure ne doit être infligée aux bâtiments anciens, les éléments sont fixés par des entretoises dans les joints. Chaque plaque correspond à sa pierre et possède son propre relevé de cotes.

Comment ce choix d'intégration s'est-il traduit dans la matière ?

Béatrice : Par une réponse semblable mais un marquage différent selon l'architecture. Sur les pierres du fort St Jean, la typographie s'inscrit en « négatif », les lettres sont découpées dans les plaques d'inox, la pierre les révèle. Ces lettres découpées se déposent en « positif » sur les murs du J4, comme des tatouages sur le béton. Elles sont sérigraphiées. De part et d'autre, la signalétique se fait écho.

Laurence : L'intégration passe également par le choix des matériaux. Béatrice souhaitait de l'inox brut, massif, résistant à l'air marin qui fonctionne aussi bien avec le béton qu'avec la pierre. Quant aux totems, ils sont en inox mat en partie haute et en inox poli miroir en partie basse. Leurs piètements reflètent ce qui les entoure, ils disparaissent, semblent flotter. ...

BIOS EXPRESS

BÉATRICE FICHET est graphiste, elle vit et travaille à Paris où elle a fondé son agence. Son intervention graphique s'étend de la commande publique à la commande privée, de l'impression à la signalétique. Pour elle, chaque aventure graphique se nourrit de la précédente, formant des strates poreuses où les spécificités et les générosités humaines s'accordent et se mêlent. Faire ressentir avant de laisser penser.

LAURENCE GUICHARD a forgé sa compétence de bureau d'études et de maître d'œuvre signalétique en évoluant depuis plus de 20 ans dans cet univers. De là, elle tire son expertise et sa connaissance approfondie de la réalité des métiers de conception et de la fabrication. Convaincue de l'importance d'une approche pluri-sensorielle de la signalétique, elle s'est appropriée depuis dix ans les problématiques en lien avec les personnes empêchées ou en situation de handicap.

VISIBLE MAGAZINE • SEPTEMBRE 2014 « Graphisme & signalétique : ping-pong gagnant » Le MUCEM de Marseille



À chaque lieu ses problématiques de signalétique. La situation rencontrée sur le ministère de la Défense à Balard doit être tout autre ?

Béatrice : Il s'agit encore d'une intervention sur un site composé d'entités anciennes et modernes... mais qui s'étend sur 470 000 m². Au MuCEM, nous pouvions imaginer notre visiteur flâner, ce qui est impossible à Balard. Laurence a dû convaincre donneurs d'ordre et généraux d'abandonner l'ancienne numérotation utilisée durant des mois de chantier, mais incompréhensible pour toute personne extérieure. Elle a imaginé un nouvel adressage plus simple et plus intelligent.

Laurence : Mon rôle consiste à couper les cordons de connaissance des gens qui baignent dans un projet. Poser le regard de celui qui découvre pour la première fois une architecture. Épuré la signalétique pour favoriser une approche intuitive afin que ce soit la fonction photographique qui donne du sens à la lecture des lieux.

Quel a été votre parti-pris signalétique dans ce lieu sensible et très sécurisé ?

Laurence : Une fois l'ancien adressage abandonné, il a bien sûr fallu proposer autre chose. Ici, la signalétique porte avant tout l'identité visuelle du ministère. Ce serait un leurre de penser qu'il faille véritablement indiquer le chemin dans un tel lieu car aucun visiteur extérieur n'est jamais amené à se déplacer seul...

Béatrice : Très strict, le cahier des charges nous a poussées à être particulièrement imaginatives. Adoptant la charte graphique de la République française, nous avons choisi un dessin et un façonnage de la matière ultra sobres et opté pour une signalétique flexible, type « post-it ». Dans ce projet, c'est la composition très graphique et le rapport aux couleurs de la République qui portent signalétique.

À partir de quand peut-on se dire qu'une signalétique est réussie ?

Laurence : Quelles que soient la passion et l'expertise mobilisées, la signalétique est systématiquement critiquée. Dans les faits à peine 30 % des gens ont la patience de la regarder². Nous l'offrons, ils choisissent d'en disposer ou non. Une chose est sûre : une signalétique toujours plus large, plus grande ne constitue jamais la solution car ça ne fonctionne pas davantage. Et puis, même une bonne signalétique ne règlera jamais les problèmes d'une mauvaise architecture...

Béatrice : J'apprécie que la signalétique accompagne le visiteur sans le priver de ses propres sensations spatiales. Elle ne peut pas donner toutes les réponses. Sans trahir l'architecture, il s'agit d'écrire l'information juste au bon moment.

Un mot de conclusion ?

Béatrice : La signalétique doit comprendre l'architecture, c'est un langage qui se superpose pour l'embellir avec justesse.

Laurence : Générosité et honnêteté intellectuelle : ces deux mots sont le ciment de notre duo professionnel.

Propos recueillis par L. Bdc.

- 1 Loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.
- 2 30% seulement des personnes fréquentant un lieu consulteraient la signalétique en place.

Un projet signalétique est aussi porteur de son lot de surprises.

Un an après son ouverture, le MuCEM a déjà accueilli plus de 2 millions de visiteurs au lieu des

300 000 attendus. Face à cette affluence, la signalétique basse dans le hall du J4 doit être complétée par des suspensions, lettres découpées qui flottent

dans l'espace visibles de loin quand le hall est noir de monde. « *Le rôle de la signalétique*

est aussi d'évoluer pour accompagner les réalités de fonctionnement »,

souligne Béatrice Fichet.



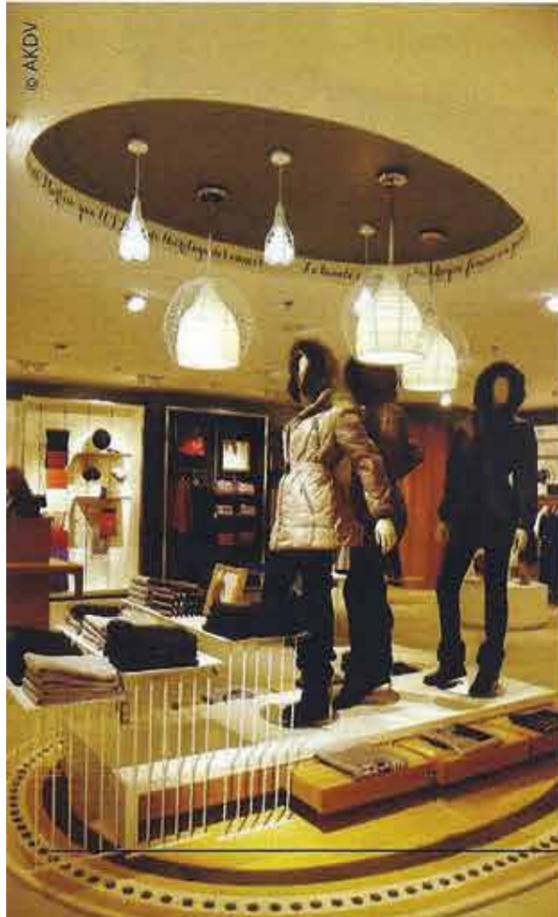
LOCOMOTION : UN NOUVEAU REGARD SUR LA SIGNALÉTIQUE

« Une signalétique bien faite est comme le maquillage sur une femme. On doit dire qu'une femme est belle et non pas qu'elle est bien maquillée » : **Laurence Guichard**, fondatrice de Locomotion, aime bien les analogies. Cette ancienne de Markal a lancé son bureau d'études spécialisé en signalétique en 2008 avec une conviction : « la signalétique est un appui à l'architecture ». Et une définition : l'analyse des flux en amont d'un projet. A son tableau de chasse : des hôpitaux, des écoles, quelques parcs et musées (dont le Mucem) mais aussi des bureaux avec le futur Pentagone à Balard et bientôt des centres commerciaux parisiens les plus médiatiques... 



AKVD S'INCRUSTE AU SIEC

AKVD a décidé de frapper un grand coup pour l'édition 2014 du SIEC avec non pas un mais deux événements. Le premier : l'agence est le créateur de l'architecture du « *village des nouveaux concepts* » qui accueillera, sur un espace dédié, les 10 spécimens les plus innovants en termes de concepts de magasins parmi lesquels il faut citer La Fabrique Cookies, Le Camion qui Fume ou Llaollao. Deuxième temps fort : l'agence s'installe au SIEC pour y travailler en *live* avec ses équipes pendant deux jours. Les visiteurs pourront ainsi se glisser dans les coulisses de l'agence, participer aux réunions créatives et voir les architectes et graphistes au travail. 



Repères

Ça roule pour Locomotion

Locomotion. Depuis le XVIIIe siècle, ce nom commun signifie « action de se mouvoir, de se déplacer d'un lieu vers un autre ». En 2008, Locomotion devient un nom propre et désigne le bureau d'étude signalétique créé et développé par Laurence Guichard. Portrait.

Les premières choses que l'on note en entrant au 31 de la rue Meslay, dans le 3e arrondissement de la capitale, ce sont les couleurs du coin cuisine qui jouxte l'entrée de la société. Le rouge-orangé dont Laurence Guichard a paré les placards est un concentré de vitamines. Ces yeux pétillants et son large sourire finissent de faire oublier le ciel gris de notre rendez-vous matinal.

Laurence Guichard est la fondatrice de Locomotion, une jeune société, pionnière dans ses activités, qui développe un métier d'autant plus rare que les expertises, comme les qualités qu'il requiert, sont peu ou mal connues.

Maîtres d'ouvrage, architectes, designers, graphistes ont bel et bien pris conscience du rôle essentiel que peut jouer, à leurs côtés et en pleine collaboration, ce bureau d'étude aussi spécifique qu'atypique. Un rôle on ne peut plus pragmatique puisque basé non seulement sur une analyse des flux et une connaissance des comportements, mais également sur une parfaite maîtrise de la loi handicap du 11 février 2005 et de ses exigences en faveur de l'accessibilité pour tous.

Si les architectes comme Marc Mimram, Dominique Perrault, Nicolas Michelin Elisabeth de Portzamparc, Jean-Michel Wilmotte, Brunet- Saunier, Valode et Pistre, Groupe 6 n'hésitent pas à la compter dans leur équipe de maîtrise d'œuvre, c'est qu'ils apprécient la justesse de son regard architectural, la pertinence de ses interventions.

Si les directeurs artistiques (graphistes, scénographes, muséographes ...) comme Béatrice Fichet, Pippo Lionni, Guillaume Parent, Adrien Gardère, ou Carré Noir, CL Design, LM Communiquer, l'associent volontiers à leurs travaux signalétiques, c'est qu'ils ont pleinement conscience que sa maturité technique est un vecteur essentiel de leur créativité. Et si les fabricants de supports signalétiques redoutent ses interventions sur le chantier, c'est

qu'ils ont appris à connaître son intransigeance comme sa probité.

« Qu'est-ce qu'on circule bien ! »

Laurence Guichard est une passerelle entre différents corps de métier : elle parle plusieurs langues. Celle du graphiste, celle du designer, celle encore du fabricant textile, celle de l'architecte. Sa capacité à comprendre ces différents vocabulaires font d'elle le chef d'orchestre, le lien qui unit les différentes équipes présentes sur un chantier. Ou de façon plus triviale, le mouton à cinq pattes. A son actif : des musées (le MUCEM, le Palais de Tokyo, le Palais de la porte dorée, la Fondation Aga Khan à Toronto, le musée de la romanité à Nîmes...), des centres hospitaliers (Marne-la-Vallée, Belfort-Montbéliard, Cannes,



Haute-pierre...), des sites universitaires (de Toulon, Strasbourg...), des équipements sportifs (Insep, Stade Bollaert...), des centres commerciaux (Beaugrenelle, les Docks de Marseille), des hôtels (Okko,...), des équipements tertiaires (Ministère de la Défense à Balard, EDF Recherche et développement à Saclay...).

Si la liste est longue, c'est la pluralité, bien plus que la quantité de son activité qui enthousiasme aujourd'hui Laurence Guichard. Le plus beau compliment que l'on puisse lui faire, à propos de son travail, est : « Ce qu'on circule bien dans cet établissement ! »

Irène Lopez

Une signalétique en pleine santé

Des premières études jusqu'à la réception des ouvrages signalétiques

Exercice pratique de haute volée que la signalétique du nouveau centre hospitalier de Marne-la-Vallée réalisé par Laurence Guichard et son bureau d'étude Locomotion.

Un rôle qui se concrétise par la rédaction d'un programme signalétique identifiant les points névralgiques de circulation, précisant et hiérarchisant les informations à véhiculer, spécifiant les différentes typologies des supports à mettre en œuvre comme leur point d'implantation, dressant un quantitatif et in fine un budget.

Un rôle qui se poursuit, au delà de l'élaboration du cahier des charges, par la sélection des fournisseurs potentiels et par l'analyse de leurs offres. Un rôle enfin, qui s'achève sur le chantier par un suivi critique et prospectif des interventions de l'entreprise titulaire du lot signalétique et qui ne se conclut qu'au stade des opérations de réception des ouvrages. En bref, un rôle de maître d'œuvre que Laurence Guichard embrasse avec une détermination enthousiaste.

Diplômée d'une école supérieure de commerce, elle a toujours été fascinée par le métier d'architecte. Elle explore depuis vingt ans la signalétique dans ses moindres applications notamment techniques (métallerie, serrurerie, impression numérique, sérigraphie...).

Si les maîtres d'ouvrage comme le Sénat, l'OPPIC, la Fondation Louis Vuitton, l'Insep, l'Acadé l'interrogent, c'est qu'ils ont identifié sa capacité à transformer un concept de flux de grande complexité en parcours fluides et instinctifs pour les usagers.

« La signalétique ne doit pas se lire ni se décrypter. Elle doit guider, se comprendre intuitivement » déclare Laurence Guichard, fondatrice et gérante de Locomotion. En étroite collaboration avec l'agence Brunet Saunier Architecture, en charge de la conception et de la construction de l'hôpital inauguré en janvier dernier, Locomotion a imaginé la signalétique des 72 000 m² du bâtiment. Le bureau d'étude spécialisé dans la signalétique a dû faire face à différents défis lors de la réalisation de ce projet qui a nécessité plus de 18 mois de travail : tenir compte de la grande quantité de services représentés (34 au total), s'assurer de la compréhension du public des appellations médicales, etc. « La signalétique doit être simple et accessible pour répondre aux besoins d'un public qui évolue

dans cet environnement parfois un peu anxiogène pour lui et pouvant, de par sa taille, représenter une véritable aventure d'exploration » explique Laurence Guichard.

Elle a confié la partie conception graphique à Frédéric Lemerrier de l'agence Superstructure.

Retrouver le chemin de la sortie

Après une première phase d'étude basée sur l'analyse des flux, de l'interactivité des circulations et l'élaboration de divers scénarios de visite anticipant les besoins des visiteurs, l'agence a porté une attention toute particulière aux flux retours, afin de permettre aux usagers de retrouver tout aussi aisément leur chemin vers la sortie. « Chercher la sortie peut être ressenti comme un premier sentiment de perte » précise la fondatrice de Locomotion.

Le bureau d'étude signalétique a également souhaité rendre la signalétique de l'hôpital intelligible de tous, notamment des personnes handicapées ou malvoyantes. Ainsi, l'installation des supports de signalétique a été abaissée à 1,40 m, hauteur naturelle de la lecture des mains et accessible aux personnes en chaise roulante, au lieu des 1,60 m habituels. L'adressage a été traité en relief pour faciliter la lecture sensorielle et être lisible de très près. A chaque service a été associé un numéro également traité en relief et facilement mémorisable. Locomotion a respecté dans sa signalétique le code couleur des étages établi préalablement par l'architecte, et a insisté sur un vocabulaire associant aisément les pictogrammes.

Irène Lopez

www.locomotion.fr



NEXT TO ONE ADHESIVE LES WC

Les toilettes du hall d'exposition n°7 de la porte de Versailles sont décorées par Next To One. Les murs sont entièrement adhésivés d'un décor très parisien : un petit garçon se promène, une baguette de pain sous le bras, la Tour Eiffel trône derrière les sèche-mains, etc. Plus d'infos sur www.nextone-paris.com

DESIGN & ARCHITECTURE DE COMMERCE, UN LIVRE À LIRE D'URGENCE

Un nouveau livre sur le design architectural a paru. Jean-Claude Prinz et Olivier Gerval proposent une réflexion passionnante sur le rôle du design et de l'architecture dans la conception des espaces de vente et des lieux commerciaux aujourd'hui. Sont-ils voués à disparaître avec l'émergence du e-commerce ? Ou sont-ils essentiels pour fidéliser sa clientèle et améliorer la vie quotidienne et l'esthétique de nos villes ? Réponse dans Design & Architecture de commerce aux Editions Eyrolles.

Plus d'infos sur

www.editions-eyrolles.com/Livre/9782212136098/design-et-architecture-de-commerce

PANO BOUTIQUE A FAIT + 10 % EN 2013

Après deux années de stabilité financière, Pano Boutique a connu une hausse de son chiffre d'affaires de 10% en 2013, à 16,5 millions d'euros. En 2014, le réseau de signalétique a pour objectif d'accélérer son développement. L'enseigne vise une quinzaine de villes en France dont Marseille, Dijon, Grenoble, Nancy ou encore Limoges. Elle vient juste d'ouvrir une agence à Quimper (en photo ci-dessous). Elle souhaite également renforcer sa présence en Ile-de-France. A l'international, plusieurs ouvertures sont programmées en Afrique et en Amérique du Sud. Plus d'infos sur www.pano-boutique.com

L'INFO EN DIRECT SUR
WWW.SIGNAL-ETIQ.COM

« La signalétique, un enjeu d'avenir pour l'accessibilité » Hôpital de Marne-la-Vallée

4 questions à Laurence Guichard, dirigeante de Locomotion, bureau d'études spécialisé en signalétique

Créé en 2008, Locomotion est un bureau d'études signalétique, qui intervient tant en amont qu'en aval des projets de construction et de réhabilitation de bâtiment.



Batiactu : Quelles sont les missions de votre société ?

Laurence Guichard : Nous intervenons en amont du projet, au moment de son élaboration avec les architectes et la maîtrise d'oeuvre. Le but est de comprendre comment l'on circule dans le bâtiment et comment le visiteur peut être guidé le mieux possible. Cela passe donc par une phase d'analyse des flux, de définitions des typologies des supports, de connaissance des

comportements, mais aussi par une appréhension parfaite de la loi handicap de 2005 et des nombreuses contraintes qu'elle engendre. Tout cela contribue à l'élaboration d'un cahier des charges bien précis dans lequel la perception et l'ambition architecturale doit jouer un rôle important.

Une fois ce programme rédigé (CCTP), place au choix des fournisseurs potentiels et à l'analyse de leurs offres. Puis, nous reprenons la main au moment même du chantier en veillant à assurer un suivi critique et prospectif des sous-traitants en charge du lot signalétique, et ce jusqu'au stade des opérations de réception des ouvrages. Au final, nous proposons un véritable rôle de maître d'œuvre.

Batiactu : Avez-vous davantage de demandes avec l'imminence de l'entrée en vigueur de la loi de 2005?

L. G. : Absolument. Notre activité s'est accrue ces derniers temps. C'est vraiment un métier nouveau, d'autant que la signalétique est devenue extrêmement pointue. Elle marque certes la fin de la créativité, mais l'avènement de la technique et de la fluidité. Cependant, nous ne sommes pas spécialisés dans la signalétique PMR uniquement, mais je n'imagine pas de système de signalétique sans intégration d'une dimension accessibilité.

Batiactu : Quel est le secret d'une signalétique réussie ?

L. G. : Elle doit être le mieux possible intégrée à l'architecture du bâtiment. Plus elle est en adéquation avec les envies de l'architecte, mieux c'est. Pour moi, le support de la signalétique, c'est l'architecture même du lieu. En ce qui concerne le travail de Locomotion, il s'attache à éviter qu'il y ait trop de supports, que le style soit le plus épuré possible pour une intégration parfaite, et surtout que la signalétique soit adaptée à tous les handicaps.

Batiactu : Sur quels types de projets intervenez-vous ?

L. G. : Il est vrai que nous sommes très sollicités, car à ma connaissance, il n'existe que très peu de sociétés comme la nôtre. Aussi, les projets qui nous sont confiés peuvent être très importants, comme celui du MuCem, du ministère de la Défense à Balard, le Palais de la Porte Dorée à Paris, la Maison de la Radio, la Fondation Louis Vuitton, le centre commercial Beaugrenelle, les Docks de Marseille, la Fondation Aga Khan de Toronton ou encore le Stade Bollaert de Lens. Des bâtiments divers et variés qui montrent toute la panoplie de notre activité.

Carine Lauga (10/03/2014)

« Signalétique : quelques règles pour ne pas se perdre... » Hôpital de Marne-la-Vallée

Signalétique : quelques règles pour ne pas se perdre...



PARIS, 10 mars 2014 (Direct Hôpital) – La signalétique est un aspect primordial de l'organisation des flux dans les établissements de santé. Ils s'en préoccupent de plus en plus, en particulier en vue de leur mise en conformité dans le cadre de la "loi handicap" de 2005.

72.000m², 450 chambres, 34 services... : la construction du [nouvel hôpital de Marne-La-Vallée](#), livré en 2012, s'est accompagnée d'une vraie réflexion sur sa signalétique, pour ne pas qu'il se transforme en labyrinthe pour ses visiteurs. "C'est un aspect qui a été longtemps négligé

dans les hôpitaux", relève Laurence Guichard, fondatrice du bureau d'étude [Locomotion](#), spécialisé dans la signalétique.

Les établissements de santé sont doublement concernés par cette problématique. D'une part à cause de leur taille et du vocabulaire médical employé (Laurence Guichard donne pour exemple les patients qui "*peuvent ne pas comprendre qu'il faut aller au 'service d'imagerie médicale' pour faire une 'radio'*") mais aussi de par leur public. Stressé, parfois âgé, le patient ou le visiteur doit pouvoir évoluer le plus facilement possible dans un environnement vécu comme anxiogène.

"Une signalétique réussie, c'est une signalétique qu'on ne voit pas, qui permet de se déplacer naturellement sans devoir s'arrêter devant une forêt de panneaux", explique la spécialiste. Les pictogrammes, les codes couleurs doivent être pensés pour être le plus intuitifs possible.

La signalétique est devenue un sujet d'actualité avec la loi handicap de février 2005. Elle impose une accessibilité en toute autonomie des établissements recevant du public pour tout type de handicap (visuel, auditif, moteur, mental, psychique) avant le 1er janvier 2015.

A Marne-La-Vallée, l'installation des supports de signalétique a été abaissée à 1m40 au lieu des 1m60 habituels. Cette hauteur est plus adaptée à la lecture des mains, pour les malvoyants, et plus confortable pour les personnes en chaise roulante. L'adressage a été traité en relief pour faciliter la lecture sensorielle et être lisible de très près. A chaque service a été associé un numéro (trouvable sur le site de l'établissement, le livret d'accueil, etc.) également traité en relief et facilement mémorisable.

Le bureau d'étude travaille sur cette problématique avec les architectes et la maîtrise d'ouvrage, afin d'intégrer au mieux la signalétique dans le bâtiment, sur le sol ou sur le mobilier. *"Cela minimise les coûts, en évitant de rajouter des totems partout après coup"*, souligne Laurence Guichard.

La phase d'étude se fonde sur l'analyse des flux et l'élaboration de divers scénarios de circulation. *"Il s'agit vraiment de se mettre à la place du visiteur, ce que ne peuvent pas faire les architectes, qui connaissent les moindres recoins du bâtiment."* C'est ainsi que l'agence a réalisé l'importance de travailler sur les *"flux retour"*, c'est-à-dire de faire en sorte que le visiteur ne se perde pas au moment de ressortir du bâtiment.

Outre Marne-La-Vallée, Locomotion a travaillé sur la signalétique du CHU de Chambéry, du CH de Belfort-Montbéliard et de celui de Cannes. L'agence se penche aujourd'hui sur la réhabilitation de la signalisation extérieure de l'Institut régional du Cancer, à Hautepierre, à Strasbourg. *"Chaque projet est unique, on ne peut pas faire la même chose dans le minéral CHU de Marne-La-Vallée et à l'hôpital de Belfort, où le bois et le parquet sont très présents"*.

Cette prise en compte de l'identité et de l'histoire des établissements – le choix des codes couleurs ou des pictogrammes peut renvoyer au logo, par exemple – assure aussi une implication importante du personnel, attaché à son lieu de travail. La signalétique devient alors un véritable élément de communication interne et externe. /mb

Locomotion mandataire du lot signalétique du Musée de la Romanité à Nîmes

Locomotion mandataire du lot signalétique du Musée de la Romanité à Nîmes.

octobre 24, 2013 - [Signalétique](#) - Tag : locomotion, musée de la romanité - aucun commentaire



Le futur musée archéologique de la ville de Nîmes ouvrira ses portes en 2017.

Le bureau d'étude signalétique Locomotion est titulaire du lot signalétique bâtiment et muséographie.

C'est à l'agence Je Formule (**Juliette Dupuis** et **Estelle Maugras**) qu'il a confié la conception graphique de la charte signalétique.

Locomotion a pour mission la programmation générale de la signalétique intérieure et extérieure, en conformité avec la loi accessibilité tous handicaps. La mission implique l'analyse et la gestion des flux, la participation à la conception graphique et au choix des supports, l'implantation de ces derniers et le suivi de leur réalisation jusqu'à réception.

Maîtrise d'ouvrage : Ville de Nîmes

Maîtrise d'œuvre : Elizabeth de Portzamparc Architecte

Conception graphique : Je Formule.

www.locomotion.fr

www.nimes.fr/index.php?id=2238

Consultez la Fiche Annuaire de LOCOMOTION :

www.museumexperts.com/annuaire/prestataire/5456

