

Depuis le passage à la composition numérique, le nombre de typographies a explosé. Autrefois, un imprimeur n'avait que quelques polices de caractères à sa disposition, un graphiste aujourd'hui en a des milliers. Pour ma part j'en ai plus de 7000 installées sur mon ordinateur, sans compter celles mise à disposition par Adobe. Aussi, une indication aussi vague de la part d'un client que «une autre typo» ou «une typo plus sympa» est beaucoup trop vague.

QUELLES SONT LES GRANDES FAMILLES ?

Il existe plusieurs classifications, certaines historiques subtiles et complexes, celle que je vous propose n'a rien d'officiel, mais j'espère qu'elle vous sera pratique.

LES SÉRIF

Ce sont les caractères les plus classiques et anciennement utilisés de l'impression, que ce soit lié à cette ancienneté ou à leur nature, ce sont les polices les mieux adaptées à une longue lecture et elles sont utilisées dans la presse ou l'édition littéraire.

Les caractères se reconnaissent à leur empattement, elles montrent souvent des pleins et des déliés, c'est à dire des variations d'épaisseur du trait (comme le O, plus épais sur les côtés qu'en haut et en bas).

Les plus courantes sont les Times, les Garamond, Georgia ou (comme pour cette fiche) Caslon.

LES BÂTONS

Appelées autrefois les linéales, souvent nommées «sans sérif» ces typographies ont des caractères sans empattement. La plus courante est certainement l'Helvetica, suivie de près par l'Arial, les Futura et désormais concurrencées par les Calibri et autre Verdana.

Il existe désormais de très nombreuses et significatives variations de ces typographies, certaines légèrement arrondies, montrant des courbes moins régulières, des variations telles que le «l» courbé, etc...

LES MÉCANES

Appelées également égyptiennes, ces typographies montrent des empattements, mais ceux-ci sont rectangulaires et se distinguent des empattements légèrement arrondis des sérifs. Elles offrent peu de contrastes plein/délié. Ces caractères furent très en vogue au début de l'époque industrielle, avant l'apparition des bâtons mais elles reviennent assez fortement depuis quelques années. On peut citer la Rockwell, l'Officina Serif ou la Roboto Slab.

LES MANUELLES

Ce sont des typographies qui «imitent» l'écriture manuelle. Ici encore on est en présence d'une infinité de typos et de nombreux sous-groupes, de façon informelle, je distinguerai :

- Les anglaises qui reprennent les «belles» écritures manuelles, avec plein et déliés, telles que la *Shelley*.
- Les cursives, inspirées d'une écriture manuelle mais demeurent très normatives comme la *Brush*.
- Les scripts, ou comme on le dit à l'école primaire «pas attachée» qui reproduisent une écriture bâton à la main. Il y a la Comic sans MS haïe des graphistes, mais des typos plus modernes et plus agréables se rattachent à ce genre, par exemple cette AMATIC.
- Les manuelles modernes, fourre tout de polices fantaisies qui imitent une authentique écriture manuelle, avec ses maladroresses et ses irrégularités (*Daniel*, *Desiree*, *Manus*, etc.).

LES FANTAISIES

Elles ont proliféré avec internet et le pire y côtoie le meilleur. Difficile de les décrire toutes ensemble sinon estimer qu'une typo qui n'entre pas dans les catégories susnommées est certainement une police fantaisie. Elles évoquent souvent des ambiances, comme l'horreur (**BLOOD FEAST**), une époque (**CRG UNCIAL** ou dans un tout autre genre *Airstream*), elles simulent des caractères abîmés (**Franckie**) ou les découpages d'un «corbeau» (**HOOSKER**). Il y en a qui sont tout simplement indescriptibles et dont on se demande ce qui est passé par la tête de la personne qui l'a dessinée (**FLYER 1.4**) !

On utilise parfois les deux mots indifféremment, ils ont pourtant un sens distinct : une police est la famille – ou la *série* – d'une typographie particulière – par exemple l'*Helvetica* ; une fonte est un cas particulier de cette police – par exemple *Helvetica bold, corps 12*. Ce qui nous amène à deux notions, le corps et la graisse.

LE CORPS

En langage d'impression, le corps désigne la taille d'une typo. Ce corps est exprimé en Point, une ancienne unité typographique qui a varié dans le temps, aujourd'hui le Point équivaut à 0,3528mm. Cette mesure prend en compte la hauteur de la typographie, du sommet d'une majuscule au bas d'un jambage inférieur (par exemple la jambe d'un «p»). Ainsi, en théorie, le mot « Typographie » en corps 10 mesure 3,528 mm du sommet du *T* au bas du *p*. A noter qu'à corps égal, les polices n'ont pas toute la même taille. Les deux mots suivants, respectivement en Dutch et Fanwood sont en corps 10 : différent / différent, les *e* en Fanwood mesurent environ 80% de ceux en Dutch.

On considère que le seuil de lisibilité est le corps 4.

LA GRAISSE

La graisse en typographie désigne l'épaisseur des caractères. Il y a bien sûr, le *normal* et le *gras* (ou en langage de graphiste anglicisé, le *bold*), mais toutes les polices n'ont pas la même richesse en terme de graisses. Si certaines typos, surtout parmi les fantaisies, n'offrent qu'une seule graisse, les typos les plus courantes offrent de plus ou moins nombreuses variations : extra light, light, roman, medium, bold, semibold, heavy, bold, black, extra black...

LA CHASSE

C'est le terme qui désigne la largeur de la lettre, augmentée de l'espace minimum standard qui la sépare de sa voisine.

La plupart des polices bâtons courantes propose différentes chasses, ainsi l'*Helvetica* et l'*Helvetica Condensed*.

A noter que dans la plupart des typos, cette chasse varie selon les lettres, i.e. un *i* n'occupe pas autant d'espace en largeur qu'un *o*. Les polices qui imposent une chasse identique à chaque caractère (comme le faisaient les machines à écrire) sont dites *monospace*, rien à voir avec une automobile.

Outre ces variations de chasses proposées par des polices, le graphiste peut en créer une en forçant la largeur des caractères. Les résultats ne sont pas tout à fait identiques, une variation de chasse n'affecte pas l'épaisseur du trait, tandis qu'une action *artificielle* sur la largeur du texte modifie toute la lettre, y compris l'épaisseur du trait.

Voici par exemple un **E** en bold condensed et **E** en bold modifié à 78% de sa largeur initiale, les deux lettres ont la même largeur, mais la barre verticale du second E est légèrement moins épaisse et, surtout, les proportions entre les verticales et les horizontales ne sont plus les mêmes, la lettre est donc déformée.

L'APPROCHE

L'approche c'est l'espace entre deux caractères, celui-ci varie également selon les paires de caractère impliquées ; par exemple l'espace entre les deux lettres *il* n'est pas le même qu'avec *vo*, si vous observez vous pouvez vérifier que l'espace est quasiment nul entre l'extrême droite du *v* et l'extrême gauche du *o*.

Evidemment ces deux variables, la chasse et l'approche peuvent se révéler pratiques pour faire rentrer un texte dans un espace déterminé.

Cette phrase prend une certaine place inférieure à :

Cette phrase prend une certaine place ; la première est en Helvetica condensed avec une approche diminuée, tandis que la seconde est en Helvetica avec une approche normale.

Attention toutefois: en diminuant la chasse et en réduisant l'approche on perd toujours en lisibilité.

Les deux précédentes fiches ont présenté le vocabulaire essentiel de la typographie. Que faire de l'immense variété de choix typographiques qui s'offre à nous ? Quelle typo pour quel usage ?

LES TYPOS TYPÉES

Certaines typographies évoquent directement et de manière univoque un univers particulier. C'est surtout le cas d'une typo « fantaisie » dont c'est pratiquement la nature.

UNE TYPO COMME CELLE-CI fait évidemment penser aux films ou aux comics d'horreur un peu rétro, tandis que **CELLE-CI**, vaguement celtique et médiévale, pourrait devenir l'enseigne d'une boutique ésotérique : **LA PIERRE PHILOSOPHALE**

voire d'une crêperie traditionnelle : **AN GI-KRAMPOUEZH**.

Ceci étant dit la perception d'une typographie change au grès de son usage. Si les caractères gothiques restèrent longtemps le territoire des nostalgiques du Moyen Âge ou du Troisième Reich, ils sont associés désormais au rap ou aux gangs made in USA (pourquoi ? c'est un mystère que je n'ai pas élucidé).

POLYSÉMIE DES TYPOGRAPHIES

La plupart des typographies sont bien plus polysémiques, selon le contexte, la graisse, l'approche ou même leur couleur, elles auront une connotation variable.

LES SERIFS

Par leur antériorité, par leur usage littéraire, les serifs renvoient le plus souvent à des univers classiques, stables ou institutionnels.

Comme le logo de l'agence de notation financière **MOODY'S** ou de la banque **HSBC** .

Un café qui utiliserait une serif dans son logo, renvoie ainsi à l'univers des lettres qui peut être associé au café (à la boisson autant qu'à l'établissement) .

LES MANUELLES

Tant pis pour l'évidence, les typos manuelles évoquent le fait main, le tout étant de savoir quelle main, puisqu'entre *cette main* hâtive et *celle-ci*, précieuse, il y a toute la différence entre – par exemple – l'authenticité et la préciosité, ou encore entre un snack-bar légèrement hipster et un institut de beauté.

LES BÂTONS

C'est évidemment le « gros morceau » puisque c'est une famille très riche et très diversifiée. On considère habituellement que les bâtons sont « modernes » (un terme sur l'usage duquel je reviendrai) ne serait-ce que parce que leur apparition est plus récente que les serifs. Mais cette modernité commente à dater (en l'occurrence de plus d'un siècle) et certaines bâtons peuvent rapidement faire – c'est selon – **RETRO**, **VINTAGE** ou un peu DÉMODÉE.

La même police, utilisée différemment, pourra avoir des connotations variables.

Ainsi l'Avant garde peut être assez *élégante*, en graisse fine, avec une approche augmentée et sur une teinte douce.

Mais si on la graisse elle évoque la **modernité** à la fois radicale et humaine des années soixante-dix (surprise, elle a été dessinée en 1970).

La même, avec la même graisse perd de sa rondeur stylisée en capitale et semble à la fois plus dure, plus industrielle et plus **NORMATIVE**.

LA FORME ET LE FOND

La typographie et ses variations remplissent deux fonctions essentielles : la mise en valeur du sens et l'esthétique du document. Les jeux capitale/minuscule, les variations de graisse, etc. permettent de distinguer certaines parties du texte, telles que la division logique du texte (c'est la fonction des titres et intertitres) ou le statut particulier d'un ensemble de mot (comme les italiques pour signaler le nom d'une œuvre, d'une marque ou d'un produit). Dans ce cadre, utiliser deux polices renforce la différenciation des parties du texte.

POINT TROP N'EN FAUT

C'est une des règles de base : on évitera le catalogue de polices, c'est à dire l'utilisation de trop nombreuses polices au sein d'un unique document. Trop nombreuses ? C'est à dire ? Pas plus de deux ou trois, selon la taille du document et sa nature. Comme on l'a vu sur la fiche 2, il faut distinguer une police et une fonte. En théorie, on peut sans problème utiliser plusieurs fontes d'une même police, par exemple différentes graisses, une italique, etc. Là-encore, cependant, la sobriété est bonne conseillère, utiliser la police en **roman**, en *italique*, en **gras**, en **extended** ou en **condensed** dans le même document risque d'en brouiller la lecture.

ÉPICER LE TEXTE

Les typographies ont différentes connotations, mais toutes n'offrent pas la même lisibilité. Les serifs facilitent une lecture soutenue, les bâtons « sautent aux yeux » mais ne sont pas agréables pour une longue lecture, quant aux autres... *on imagine le calvaire que serait la lecture de La Recherche du temps perdu mis en page avec une typo manuelle ou une gothique !* La solution évidente est de limiter cette typographie expressive aux titres et aux intertitres et de recourir à une police plus consensuelle pour le texte.

COHÉRENCE OU CONTRASTE

Si on choisit d'utiliser deux polices, on peut préférer l'une de ces deux méthodes. La cohérence, c'est de jouer sur deux typographies qui appartiennent à la même famille de polices. Deux serifs, ou deux polices bâtons, par exemple, en associant **UNE TYPOGRAPHIE QUI A DE L'IMPACT EN TITRE** et une typographie plus ergonomique pour le corps de texte.

On peut au contraire jouer de la force des contrastes en combinant serif et bâton. Le duo le plus classique, pour un texte qui requiert une lecture attentive – un article de magazine sur plusieurs pages – est d'utiliser une serif en corps de texte et de contraster avec **DES TITRES EN BÂTON**. Le principe de cet accord est de conserver le confort de lecture d'une serif tout en ayant recours à l'expressivité des bâtons (comme c'est le cas pour ces fiches).

On peut également inverser le processus. La condition est d'utiliser un corps bâton qui soit d'une lecture confortable et de ne pas le faire dans le contexte d'un texte long – qui ne demande pas plus d'une quinzaine de minutes de lecture soutenue. Alors, on contrastera le texte en bâton avec des titres et des intertitres en serif. On a vu dans la fiche 3 que les serif ont une connotation littéraire et classique, cette généralité doit être nuancée, en particulier par un certain retour de la serif « modernisée », ou de typographies qualifiées de « slab » en anglais, hybride de mécanique (les typos à empattement droit) et de serif.

PAR EXEMPLE

On voit que cette combinaison de «slab» et de bâton est assez contemporaine.

C'est peut-être la typographie la plus connue et la plus utilisée .

Parfois honnie en raison même de ce succès, l'**Helvetica** est depuis plus de soixante ans un excellent exemple d'une typographie claire et lisible, en quelque sorte l'essence d'une typographie moderne.

L'EMPIRE HELVETICA

S'il existe une confédération helvète, l'**Helvetica** est un empire universel. Il y a quelques années, Cyrus Highsmith, un artiste new-yorkais, conçut le projet de vivre sans **Helvetica**, c'est à dire d'éviter les produits ou les services qui arborent cette typographie. On se dit, okay ! amusant, mais pas si difficile. Sauf qu'il lui fut impossible d'enfiler ses Nike, d'enfiler son caleçon American Apparel ni la plupart de ses vêtements dont l'étiquette d'entretien est rédigée en **Helvetica**, impossible de prendre le métro, impossible de lire le menu des restaurants, impossible de surfer sur internet, de payer par carte bancaire... Impossible même de se réfugier chez soi et attendre que passe la journée en regardant la télé, les touches de la télécommande portaient des indications en **Helvetica** ! QED l'**Helvetica** est partout, elle est la lettre du monde contemporain. Même si ce monopole est attaqué, notamment par la numérisation et le recours de certains GAFAM à leurs alternatives maison, telle l'**Arial** de Microsoft ou la **Gotham** de Google.

LA LOGOSPHERE HELVETICA

On croit souvent qu'un logo doit se différencier, montrer l'originalité de sa marque, notamment par le choix de typographies atypiques. Pourtant de très grandes marques ont fait le choix de cette typographie apparemment si consensuelle qu'est l'**Helvetica** : Lufthansa, Knoll, Panasonic, The North Face, Microsoft, Blaupunkt, Jeep, Harley Davidson, 3M, etc. On voit tout de suite que s'il s'agit de l'unique police **Helvetica**, les logos usent de différentes fontes et que leurs caractères sont bien différenciés entre **Knoll**, **Panasonic**, et **HARLEY DAVIDSON**.

NEUTRALITÉ, UNIVERSALITÉ, POLYVALENCE ?

L'**Helvetica** est elle neutre ? C'est une vaste question... Nous semble-t-elle neutre en raison de son omniprésence et de notre habitude ou est-elle devenue universelle grâce à ses caractéristiques ?

La poule ou l'œuf ? Quoi qu'il en soit, cette neutralité réelle ou non, essentielle ou d'usage ne signifie pas que l'**Helvetica** manque de caractère (jeu de mot typographique).

En effet, selon la graisse choisie, l'inclinaison, l'approche, le contexte, etc... l'**Helvetica** peut connoter bien des univers différents et c'est en cela qu'elle est intéressante à observer – fût-ce rapidement.

En light et en minuscule, l'**helvetica** devient élégante et douce, elle constitue un bon départ pour un univers de relaxation sophistiquée, un spa ou un institut de beauté, surtout si on lui adjoint la couleur appropriée et une approche supérieur à la norme.

En black extended et en minuscule, l'**helvetica** a l'efficacité sobre du hard design (elle est ici légèrement élargie) .

Toujours sur une graisse bold mais condensée, en majuscule et italique, l'**HELVETICA** devient brutale, presque agressive, idéale pour un univers comme la construction ou pour de la promotion discount.

On voit avec cette seule police qu'il est erroné d'associer une connotation unique à une typographie particulière : chaque typographie est polysémique.