

Appel à proposition d'articles pour le numéro 19 de la revue *Projets de paysage* (parution : décembre 2018)

Dossier thématique L'imagerie du paysage

Coordination : Sabine Ehrmann (École nationale supérieure d'architecture et de paysage de Lille, LACTH), Jean-Marc Besse (Paris 1 Panthéon Sorbonne - CNRS EHGO/UMR Géographie-cités) et Jean-Luc Brisson (École nationale supérieure de paysage Versailles-Marseille)

Ce numéro 19 de *Projets de paysage* propose de s'intéresser aux multiples relations qu'entretiennent les paysages avec ce qu'on nommera ici l'imagerie. Par imagerie nous pointons des images et des ensembles d'images considérés, à tort ou à raison, comme ayant une valeur esthétique mineure, comme ayant trait à des représentations génériques, typiques, caricaturales ou pittoresques - ce qu'on nomme aussi des « clichés » -, et qui entretiennent un lien plus ou moins direct avec un commerce. Nous proposons de nous intéresser à ces images généralement minorées selon deux axes d'investigation qui visent des problématiques et des corpus distincts : d'une part, l'image publicitaire, c'est-à-dire l'ensemble des images conçues dans le but explicite de vendre un produit ou un service, d'autre part, les imagiers, c'est-à-dire tout ensemble d'images rassemblées matériellement pour composer des « albums » et des « catalogues », et permettant d'informer des choix dans le cadre de l'exercice du projet de paysage.

Axe 1. Publicités

Le paysage dans la publicité, la publicité du paysage, la publicité dans le paysage, la publicité des projets de paysage..., les liens entre publicité et paysage sont si multiples et si constants depuis le début du XX^e siècle, qu'on en viendrait parfois à leur chercher une origine ou des conditions communes. Le caractère fondamentalement public du paysage - sa définition institutionnelle comme bien et chose publics autant que sa constitution comme phénomène de perception partagée par les populations - ne le lie-t-il pas inconditionnellement à des formes de publicité ? N'oublions pas ici que le mot et la notion de *publicité*, au-delà de ses significations directement commerciales, désignent aussi, et d'abord, l'espace public, à la fois comme espace de l'opinion publique et comme espace politique.

On s'interroge sur l'énigme institutionnelle que représente l'existence du *bureau des paysages et de la publicité* au sein du ministère de la Transition écologique et solidaire. Quoi qu'il en soit des raisons de ce bureau qui mériterait l'enquête, nous proposons d'explorer les rapports intimes qu'entretiennent les deux termes dans toutes les configurations possibles de leur rencontre. Affiches en ville, dans les journaux, ou sur les produits, spots publicitaires diffusés à la télévision, au cinéma ou sur Internet, sacs d'emballage, cartes postales, images-produits, marketing territorial ou politique... il s'agit globalement d'interroger, pour chacune de ces occurrences, le rapport performatif et dialectique qu'entretiennent la publicité et le paysage. Comment l'installation de la publicité dans les paysages figure-t-elle et configure-t-elle le paysage, en même temps qu'elle le défigure ? Quels effets les redondances de représentation du paysage dans la publicité ont-ils sur notre conception et notre aménagement des paysages ? Quelles incidences peuvent être historiquement dégagées entre l'utilisation du paysage dans le marketing de produit et notre définition contemporaine des territoires et des terroirs, définition attachée à la production de certaines denrées ? Quels liens entre publicité du paysage et publicité du pays ? Quelles évolutions sont perceptibles au travers des nouvelles modalités du marketing politique quant aux « figures paysagères de la nation » (Walter, 2004) ?, etc. Ces interrogations ne visent pas que l'imagerie contemporaine des paysages et seraient richement informées d'approches historiques et rétrospectives.

À l'ensemble de ces questions qui s'orientent vers le monde médiatique, s'ajoutent celles qui travaillent de plus près l'exercice du projet de paysage. L'interrogation peut être ici résumée par une difficulté, récurrente dans l'enseignement autant que dans la pratique professionnelle du métier de paysagiste, à

distinguer une image de conception d'une image de communication. Dans l'ordre de ces images dites de communication, où commencent la promotion et la publicité du projet ? La publicité du projet n'est-elle avérée que dans les images dites « d'agence », destinées à la promotion et à la diffusion publique ? Ou bien se joue-t-elle aussi et autrement, en amont de cette diffusion, au cœur même des stratégies - et des croquis - de conception ? Cette question du caractère promotionnel des images de projet peut être posée plus radicalement pour exciter la réflexion. Peut-on penser le métier de concepteur paysagiste comme un métier d'ymagier et/ou d'imagier, celui d'un fabricant et d'un vendeur d'images ?

Axe 2. Imagiers et catalogues

Cet axe cherche à s'intéresser non pas directement aux images produites par les paysagistes mais à toutes sortes de (souvent petites) images qui « traînent » sur les tables et les murs autour du projet, l'inspirent et le conforment. Sous le terme d'imagiers nous rassemblons et visons principalement deux sortes de corpus. Le premier concerne ce qu'on nomme les « images de référence » d'un projet, le second les catalogues. S'agissant des images de référence, il s'agit de s'interroger sur le lien d'influence que ces images peuvent avoir sur la conception. Exportées d'une pratique courante dans le milieu du design, leur occurrence ou leur performativité sur le projet de paysage pourraient bien être autres que simplement formelles. Souvent peu dévoilées et appartenant au secret de fabrication du projet, ces images permettent pourtant d'expliquer des logiques d'héritage, d'hommage, d'imitation et de répétition ; logiques plus souvent analysées par l'histoire de l'art et de l'architecture que par la critique du projet de paysage. Dans le lot de ces images, les références à la peinture, à la sculpture mais aussi à l'architecture sont nombreuses. Ces images forment ainsi, autour du projet, un champ discret et muet d'échanges interdisciplinaires, peut-être plus ouvert et plus admiratif que le lot commun des échanges explicites et publicités. C'est à ces conversations secrètes entre images qu'il s'agirait ici de s'intéresser.

Le corpus des catalogues attire quant à lui l'attention et la réflexion sur tout ce qui relève dans l'exercice du projet de paysage de la préformation et du préformatage. Nous visons en effet ici l'imagerie préexistante et préfigurée dont la conception se sert pour réaliser des représentations plus complexes. Ce qui retient l'attention à propos de l'usage de ces catalogues - usage exponentiel et facilité par les ressources iconographiques en ligne -, c'est l'évolution d'une tendance générale de la conception à se réaliser aujourd'hui moins dans l'ordre de l'invention que dans celui de la recomposition. Catalogue de plantes, d'arbres, de matériaux, de formes, de mobiliers, de personnages, de tendances, etc., leur multiplication, couplée aux compétences des ordinateurs et à une certaine idée de l'aménagement diffusée pour la jeune génération au travers de jeux vidéos (*minecraft* par exemple), nous invite à envisager le monde comme un inventaire général de formes, avec lequel l'exercice du projet n'aurait plus qu'à composer et à recomposer sans fin. Quelles influences l'usage de ces catalogues a-t-il dans l'exercice du projet ? La conception de paysage se résumerait-elle de plus en plus à exercer des choix infiniment disponibles dans le cadre strict d'un jeu de formes limitées et prédéfinies ? Quelles stratégies de conception et de représentation sont développées pour échapper à ce préformatage ? Ou quelles inventions sont envisageables à partir de lui ? Ces questions sont lancées principalement mais non exclusivement, à l'adresse des paysagistes. Il serait intéressant, à cet égard, de mettre ces pratiques de composition et de recomposition en relation avec le développement contemporain, dans le domaine des sciences et des arts, de la référence à la forme-atlas, et de façon générale à l'espace comme forme d'écriture.

Bien qu'elles ne soient pas principalement visées par cet appel à contributions, des réflexions concernant les herbiers ou les atlas de paysage, abordés comme des catalogues d'images, sont également bienvenues.

Cet appel à propositions d'articles concerne deux rubriques de la revue *Projets de paysage*. Les « Dossiers thématiques » rassemblent les contributions à caractère scientifique. La rubrique « Matières premières » accueille des témoignages ou des recensions d'expériences, tout type de contributions dont la distance critique n'est pas assurée, tout argument d'expérience venant d'un professionnel à propos de son propre travail, tout témoignage pouvant servir de matière à réflexion ou de contrepoint aux contributions savantes sur les sujets évoqués. Nous attirons votre attention sur le fait que la rubrique « Matières premières » de ce numéro 19 de *Projets de Paysage* est particulièrement ouverte à des

contributions visuelles. Elle pourrait notamment accueillir avec intérêt des « imagiers » originaux et inédits. Ces ensembles iconographiques doivent être accompagnés d'une notice indiquant le(s) nom(s) des auteur-e(s), les légendes des images s'il y a lieu, le contexte et la date de production, tous autres éléments explicatifs permettant de mettre en contexte et en perspective les images, et de les constituer comme des « matières premières » analysables dans le cadre d'une recherche. Nous attirons cependant l'attention des contributeurs-trices sur les contraintes techniques de publication des images dans le cadre de la revue *Projets de Paysage*. Elles seront en effet publiées en basse définition (entre 150 et 400 ko), au format jpeg, et elles ne doivent pas dépasser les dimensions suivantes : 800 x 600 pixels.

Les auteur-es veilleront à préciser clairement, d'une part, l'axe de réflexion auquel ils-elles souhaitent contribuer, d'autre part, la rubrique dans laquelle ils-elles souhaitent être publiés.

Bibliographie indicative

Bredenkamp, H., *Théorie de l'acte d'image*, Paris, La Découverte, 2015.

Brégnac, F. et Montès, C. « De la connaissance intime du lieu au contrôle marketing du paysage dans la construction d'un "skyline". Retour sur l'étude prospective "Une silhouette urbaine pour Lyon" », *Métropolitiques*, 8 avril 2016. URL : <http://www.metropolitiques.eu/De-la-connaissance-intime-du-lieu.html>.

Caliandro, S., *Images d'images. Le métavisuel dans l'art visuel*, Paris, L'Harmattan, 2008.

Courcier, S., Beudet, G. et Trépanier, M.-O., « Paysage et publicité : un enjeu renouvelé », dans Domon, G., Pouillaec-Gonidec, P. et Paquette, S., *Paysages en perspective*, Montréal, Presses de l'université de Montréal, 2005.

Flusser, V., *Into the universe of technical images*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2011.

Gravari-Barbas, M., *Aménager la ville par la culture et le tourisme*, Paris, Le Moniteur, 2013.

Kramer, A. und Pelz, A. (Herausgegeben), *Album. organisationsform narrativer Kohärenz*, Göttingen, Wallstein-Verlag, 2013.

Marin, L., *De la représentation*, Paris, Gallimard/Seuil, 1994.

Mendibil, D., « Publicité et géographie : paysages, images et discours », *Strates*, 4/1989, mis en ligne le 19 mai 2008, consulté le 16 décembre 2017, URL : <http://journals.openedition.org/strates/4162>.

Mitchell, W.J.T., *Que veulent les images ? Une critique de la culture visuelle*, Dijon, Les Presses du réel, 2014.

Rosemberg, M., *Le Marketing urbain en question, production d'espace et de discours dans quatre projets de villes*, Paris, Anthropos, 2000.

Modalités de soumission

- **Un résumé de 2 pages (soit environ 6 000 signes), comprenant une bibliographie indicative, 5 mots-clés et la mention du champ disciplinaire**, devra être envoyé **le lundi 5 mars 2018 au plus tard** à Emmanuelle Passerieux-Gibert : emma.passerieux@editographie.com ;
- une sélection sera faite à partir de ces résumés et **la commande des textes** aux auteurs sera envoyée **le lundi 19 mars 2018** ;
- **les textes devront impérativement être envoyés le mardi 3 juillet 2018 au plus tard** à Emmanuelle Passerieux-Gibert : emma.passerieux@editographie.com ;

- **calibrage impératif des textes pour le dossier thématique : entre 30 000 et 50 000 signes**, espaces, notes et bibliographies comprises. Les textes plus longs ne pourront être acceptés ;
- **calibrage impératif des textes pour la rubrique « Matières premières » : entre 15 000 et 30 000 signes**, espaces, notes et bibliographies comprises. Les textes plus longs ne pourront être acceptés ;
- **pour la présentation des textes et les consignes à suivre, veuillez impérativement consulter le site Internet de la revue à l'adresse suivante :**
http://www.projetsdepaysage.fr/fr/conseils_aux_auteurs

Directeur de publication : Vincent Piveteau

Comité de rédaction

- Sabine Bouché-Pillon, maître de conférences en écologie urbaine à l'École de la nature et du paysage de Blois, INSA Centre Val de Loire, UMR 7324 CITERES (CNRS - université de Tours)
- Nathalie Carcaud, professeure de géographie à Agrocampus Ouest, UMR 6590 CNRS Espaces et sociétés (ESO)
- Bernard Davasse, géographe, professeur à l'École nationale supérieure d'architecture et de paysage de Bordeaux, Passages-UMR 5319 CNRS
- Hervé Davodeau, géographe, enseignant-chercheur, maître de conférences, à Agrocampus Ouest centre d'Angers, UMR 6590 CNRS Espaces et sociétés (ESO)
- Sabine Ehrmann, artiste, docteur en esthétique, enseignante à l'École nationale supérieure d'architecture et de paysage de Lille (ENSAPL), chercheuse du Laboratoire Conception Territoire Histoire Matérialité (LACTH)
- Catherine Grout, professeure en esthétique, HDR, École nationale supérieure d'architecture et de paysage de Lille, chercheuse au Laboratoire Conception Territoire Histoire Matérialité (LACTH)
- Dominique Henry, paysagiste, docteur en géographie-aménagement, maître assistant à l'École nationale supérieure d'architecture et de paysage de Lille, Passages-UMR 5319 CNRS
- Yves Petit-Berghem, professeur au département d'écologie, École nationale supérieure de paysage de Versailles-Marseille, Laboratoire de recherche en projet de paysage (Larep)
- Sylvie Servain, géographe, professeure des universités, département École de la nature et du paysage, INSA Centre Val de Loire, UMR 7324 CITERES (CNRS-université de Tours)
- Monique Toubanc, sociologue, ingénieur paysagiste, maître de conférences à l'École nationale supérieure de paysage de Versailles-Marseille, Laboratoire de recherche en projet de paysage (Larep)

Comité scientifique

- Sylvie Brosseau, architecte-chercheur, université Waseda à Tokyo
- Serge Briffaud, historien, professeur à l'École nationale supérieure d'architecture et de paysage de Bordeaux, chercheur à Passages-UMR 5319 du CNRS
- Béatrice Collignon, géographe, professeure à l'université de Bordeaux-Montaigne, directrice de l'UMR Passages 5319
- Gérald Domon, géographe, école d'architecture de paysage, université de Montréal
- Pierre Donadieu, professeur émérite en sciences du paysage à l'École nationale supérieure de paysage de Versailles-Marseille
- Georges Farhat, architecte, historien des jardins et du paysage, Associate Professor, université de Toronto et membre fondateur du Laboratoire de l'école d'architecture de Versailles (Léav)
- Viviana Ferrario, architecte, enseignante-chercheuse à l'université IUAV de Venise
- Marina Frolova, géographe, professeure au département de géographie régionale et physique, faculté de philosophie et de lettres, université de Grenade
- Josefina Gómez Mendoza, professeur émérite de géographie à l'université autonome de Madrid

- André Guillaume, professeur d'histoire des techniques au Conservatoire national des arts et métiers à Paris
- Fabienne Joliet, géographe, professeure à l'Institut national de l'horticulture et du paysage à Angers (Agrocampus-Ouest)
- Laurent Matthey, géographe, professeur assistant, département de géographie et environnement de l'université de Genève
- Francesca Mazzino, professeure en architecture du paysage, coordonnatrice du master interuniversité « projet des espaces verts et du paysage », université de Gênes
- Yves Michelin, géographe et agronome, professeur à VetAgroSup
- Diego T. Moreno, professeur de géographie, coresponsable du Laboratoire d'archéologie et d'histoire environnementale (LASA), DAFIST-DISTAV, université de Gênes (Italie)
- Philippe Poullaouec-Gonidec, architecte, paysagiste et plasticien, directeur de la chaire Unesco en paysage et environnement (Cupeum) et de la chaire paysage et environnement (Cpeum), professeur à l'École d'architecture de paysage de l'université de Montréal (Canada)
- Sylvie Salles, architecte et urbaniste, Ensa Paris-Val de Seine
- Anne Sgard, professeure de géographe, université de Genève
- Nicole Valois, professeure à l'École d'urbanisme et d'architecture de paysage de l'Université de Montréal (Canada).