



**GRAPHISME
EN FRANCE**

2010-2011

À L'ÉPREUVE DU TEMPS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Richard Lagrange,
directeur du Centre national
des arts plastiques

**DIRECTION ÉDITORIALE
ET COORDINATION**

Véronique Marrier,
chargée de mission
pour le design graphique

AUTEURS

Emily King, Jérôme Denis
et David Pontille,
Véronique Vienne

CONCEPTION GRAPHIQUE

Atelier 25 (Capucine Merkenbrack
et Chloé Tercé)

RELECTURE

Stéphanie Grégoire

TRADUCTION DU TEXTE**D'EMILY KING**

Camille Roth

IMPRESSION

Imprimerie Escourbiac

Textes composés en Letter gothic
et Trade gothic condensed n° 20.

Graphisme en France
est imprimé sur
Polywrap 110 gr
et Arcoset 140 gr (Fedrigoni)

Le Centre national des arts
plastiques remercie la direction
générale de la création artistique
et, plus particulièrement,
Georges-François Hirsch,
directeur général, Jean-Pierre
Simon, directeur adjoint chargé
des arts plastiques, et Chantal
Creste, inspecteur de la création
chargée du design graphique;
merci également aux graphistes
qui ont autorisé la reproduction
de leurs créations,
et à Fedrigoni.

POUR RECEVOIR UN EXEMPLAIRE
OU POUR ÊTRE INSCRIT SUR NOTRE
FICHER, MERCI D'ENVOYER VOS
COORDONNÉES COMPLÈTES À :

Centre national des arts plastiques
Graphisme en France
Tour Atlantique
1, place de la Pyramide
92911 Paris La Défense
communication.cnap@culture.gouv.fr
www.cnap.fr

Retrouvez Graphisme en France sur
www.graphismeenfrance.fr

Dépôt légal : août 2010
ISSN : 1286-2584

Le Centre national des arts
plastiques est l'un des principaux
opérateurs de la politique
du ministère de la Culture et de la
Communication dans le domaine des
arts visuels. Acteur culturel et
économique, il encourage la scène
artistique dans toute sa diversité
et accompagne les artistes
ainsi que les professionnels par
plusieurs dispositifs d'aides
et d'allocations. Il acquiert,
pour le compte de l'État, des
œuvres d'art inscrites sur les
inventaires du fonds national d'art
contemporain dont il assure
la garde, la gestion et la diffusion
en France et à l'étranger.
Il met en œuvre la commande
publique nationale et favorise
l'accès de tous les publics
à l'art contemporain.



Cette dix-septième édition de *Graphisme en France* est consacrée à la notion d'inscription des signes et des objets de design graphique dans le temps. Par définition plutôt éphémères, les affiches, flyers, logos, identités visuelles, plaquettes ou croquis intègrent parfois des collections, qu'elles soient publiques ou privées, et s'inscrivent alors dans une forme de pérennité.

Plusieurs contributions abordent cette question du temps selon des angles différents. Jérôme Denis et David Pontille proposent leur analyse en tant que sociologues sur le déplacement des créations dans l'espace-temps. Véronique Vienne se fait porte-parole de la position et des interrogations des graphistes sur le sujet. Enfin, Emily King analyse les différentes raisons qui animent les conservateurs ou directeurs de musées pour constituer des collections.

Notre publication s'accompagne, comme chaque année, du calendrier des manifestations à venir et d'une sélection de publications significatives sur le design graphique. *Graphisme en France* poursuit ainsi sa mission de mise en réseau d'un milieu professionnel dynamique et celle d'informer un public toujours plus attentif.

Cette année encore la conception graphique de la revue a été confiée à de jeunes graphistes, Capucine Merkenbrack et Chloé Tercé. Diplômées de l'École supérieure des arts décoratifs de Strasbourg, elles ont créé l'Atelier 25, à Paris, en 2009.

JEAN-PIERRE SIMON,
DIRECTEUR ADJOINT CHARGÉ
DES ARTS PLASTIQUES
À LA DIRECTION GÉNÉRALE
DE LA CRÉATION ARTISTIQUE

RICHARD LAGRANGE,
DIRECTEUR
DU CENTRE NATIONAL
DES ARTS PLASTIQUES

EMILY KING

Emily King, historienne du design et commissaire d'expositions, est installée à Londres.

Elle a notamment publié *Robert Brownjohn: Sex and Typography* (2005) et *C/ID: Visual Identity and Branding for the Arts* (2006), et a dirigé la monographie *Designed by Peter Saville* (2003). En 2006, elle a organisé une exposition - inaugurée au Design Museum de Londres en 2006 et qui continue à circuler sous diverses formes - consacrée au graphiste Alan Fletcher et, plus récemment, «Quick, Quick, Slow: Word, Image and Time» pour le musée Berardo à Lisbonne. Actuellement, en collaboration avec les graphistes londoniens GTF, elle prépare un ouvrage sur leurs homologues parisiens M/M. Elle collabore à divers magazines dont *Frieze*, *The Gentlewoman* et *Apartamento*.

JÉRÔME DENIS ET DAVID PONTILLE

Jérôme Denis est enseignant chercheur à Télécom ParisTech. David Pontille est chercheur au CNRS et cofondateur de l'équipe «Anthropologie de l'écriture» (IIAC CNRS/EHESS). Leurs recherches communes portent sur les activités de production et de maintenance de différents dispositifs d'écriture en milieu professionnel. Ils développent actuellement une réflexion sur les écologies graphiques des lieux publics. Ils ont notamment publié *Petite Sociologie de la signalétique: les coulisses des panneaux du métro* (Presses des Mines, 2010) et ont coordonné le numéro spécial *Les Petites Mains de la société de l'information (Revue d'anthropologie des connaissances, à paraître)*. Ils animent, avec Philippe Artières, un blog dédié à l'observation des pratiques ordinaires de l'écriture: <http://www.scriptopolis.fr>.

VÉRONIQUE VIENNE

Véronique Vienne a travaillé pendant 40 ans aux États-Unis comme directeur artistique de magazines. Elle est l'auteur de plusieurs ouvrages sur le design, le graphisme, la direction artistique et les pratiques de création et elle écrit pour des revues américaines, anglaises et françaises sur des sujets variés: la photographie (*Aperture*), l'illustration (*Print*), l'architecture et le design (*Metropolis* et *House & Garden*) ainsi que le graphisme (*Étapes* et *Eye*). Elle a contribué à de nombreux recueils de textes sur les métiers du design et du graphisme parmi lesquels *Something to Be Desired*, une collection de ses articles publiée par Graphis Press.

LES ESPACES DE VARIATION DES OBJETS GRAPHIQUES

JÉRÔME DENIS & DAVID PONTILLE

Au début des années 2000, des lettres de protestation s'accumulent sur le bureau du président du Centre Pompidou: on s'indigne de la disparition probable d'un emblème qui a accompagné la réputation du Centre dans le monde entier. En 1980, lorsque Seen, un *graffiti writer* du Bronx, réalise une fresque sur un wagon du métro de New York, il est loin de se douter que la Fondation Cartier lui demandera trente ans plus tard de la reproduire sur l'un de ses murs d'exposition. En octobre 1971, Ray Tomlinson réinvestit une touche relativement désuète sur les claviers informatiques: @. Au milieu des années 1990, la construction d'une nouvelle ligne de métro entièrement automatisée s'accompagne d'une intense réflexion sur les espaces voyageurs qui aboutit à une refonte complète de la signalétique de la RATP.

Qu'est-ce que ces différents événements ont en commun? Comme bien d'autres, ils mettent à l'épreuve du temps des objets de design graphique (un logo, un graffiti, une signalétique, un symbole). Au-delà des effets de mode ou des opportunités offertes par de nouvelles technologies, la création d'objets graphiques, quel que soit leur succès initial, demeure hantée par une forte incertitude quant à leur devenir. Disparition, longévité, oubli, réapparition sont autant de jalons possibles dans leur parcours parfois mouvementé. La relation qu'entretiennent les objets de design graphique avec le temps constitue un véritable défi, tant pour les designers qui cherchent à apprécier la trajectoire de leurs œuvres que pour les historiens de l'art, anthropologues ou sociologues qui tentent d'en rendre compte.

Pour en souligner la complexité, nous décalerons le point de vue habituel sur la question en interrogeant les formes de temporalité des objets

graphiques à partir de leurs qualités spatiales. Nous montrerons ainsi que suivre dans la durée les quatre créations graphiques que nous venons d'évoquer nécessite d'en recenser les déplacements, d'en étudier les passages d'un lieu à un autre et leur inscription dans une variété d'espaces de circulation. Une telle approche nous permettra de comprendre ce que chaque déplacement *fait* aux objets graphiques, comment il affecte leur intégrité, voire en redéfinit sensiblement la matérialité. Pour voyager dans le temps, nous invitons donc le lecteur à un parcours dans divers mondes où les entités ne sont pas stables par essence mais, au contraire, sujettes à une formidable multiplicité.

IDENTITÉS

Revenons au mouvement de protestation qui agite le Centre Pompidou au tournant des années 2000. Outre les courriers déjà mentionnés, un tract d'avertissement intitulé «Non au logo délogé» circule en 1998. Cette campagne, relayée par la presse l'année suivante, reçoit également le soutien actif des spécialistes du design, notamment par l'intermédiaire de l'Alliance graphique internationale. La mobilisation engage donc tout autant le personnel du Centre, le public que les professionnels de la culture¹.

Mais de quoi est-il question au juste? D'importants travaux de rénovation ouvrent les perspectives d'une modernisation radicale: la direction, qui met en marche cette grande transformation, demande à Ruedi Baur de redéfinir l'identité visuelle du Centre. Le logo bien connu dessiné par Jean Widmer est donc voué

¹ Pour une analyse détaillée voir, Catherine de Smet, «Histoire d'un rectangle rayé. Jean Widmer et le logo du Centre Pompidou», *Les Cahiers du Musée national d'art moderne*, automne 2004, n° 89, p. 5-23.

à disparaître. Mais, sous la pression collective, la nouvelle charte graphique finit par le réintégrer. Sa présence comme son usage sont toutefois facultatifs, laissés à la libre appréciation des graphistes qui réalisent les documents, ouvrages et autres objets du Centre. C'est un élément identifiant parmi d'autres. Le logo ne revient au premier plan qu'à partir de 2007 en figurant systématiquement sur tous les supports de communication (affiches, invitations, annonces presse, bâches, bannières internet, brochures...).

À vrai dire, ce logo aurait bien pu ne jamais voir le jour. Lauréats du concours lancé par le Centre en 1974 auprès de spécialistes internationaux, Jean Widmer et Ernst Hiestand avaient formulé une proposition innovante pour résoudre les problèmes d'accès et de circulation grâce à la signalétique du futur bâtiment et pour définir son identité visuelle auprès du public. En revanche, ils estimaient, comme la plupart des autres concurrents d'ailleurs, que leur système était autosuffisant, la présence de tout logo étant jugée superflue. C'est à la demande répétée de la direction que Jean Widmer a finalement dessiné le rectangle rayé, juste avant l'inauguration de Beaubourg, en 1977.

Le logo s'est dès lors imposé comme l'une des productions graphiques les plus marquantes de la seconde moitié du xx^e siècle. Représentation épurée du bâtiment, il s'inscrit dans le vocabulaire géométrique des armoiries tout en constituant une figure ouverte aux variations d'échelle, un signe cinétique. Au fil du temps, son existence a également pris une place considérable auprès du public pour qui il est devenu un repère immédiatement reconnaissable dans le paysage culturel. C'est également un objet graphique pleinement intégré au travail quotidien des personnels du Centre, tout à la fois élément de leur environnement et objet même de leur activité.

La diversité de ces formes d'attachement permet de comprendre la dynamique qui assure, à l'occasion de la mobilisation de la fin des années 1990, une pérennité à l'objet. Signe identifiant le bâtiment, le logo est aussi le point de ralliement de plusieurs identités professionnelles : les graphistes plaident pour sa qualité plastique, les spécialistes de la culture pour son caractère patrimonial, les personnels

du Centre pour son efficacité symbolique et fédératrice. D'abord jugé inutile par son créateur, il apporte finalement une contribution décisive, sur des registres variés, à différents réseaux de spécialistes : modèle canonique ici, événement marquant ailleurs, compagnon de travail là.

TRANSACTIONS

La longévité du symbole @ s'étire sur une temporalité encore plus longue et révèle d'autres dynamiques spatiales. Malgré une origine controversée, il semble qu'il existait déjà au vi^e siècle, époque à laquelle les moines copistes figuraient ainsi la ligature du *ad* latin. Une fois sorti des chancelleries médiévales, il resurgit dans les comptes des marchands florentins comme unité de mesure, puis se retrouve dans les écritures commerciales et religieuses des siècles suivants. Au xix^e siècle, aux États-Unis, devenu l'abréviation de «*at the rate of*», il servait à noter le prix unitaire des marchandises. Cet usage comptable aurait largement participé à son apparition sur les claviers des machines à écrire dès 1885. Codifié parmi les caractères informatiques standard (code ASCII) en 1963, le @ a pourtant presque perdu son usage lorsque les premiers claviers informatiques sont commercialisés.

Il retrouve une vitalité sans précédent quelques années plus tard. En octobre 1971, Ray Tomlinson, alors responsable du développement du programme d'échange de messages entre ordinateurs sur le réseau ARPAnet, cherche un symbole pour relier un utilisateur «à» un domaine et ainsi localiser des serveurs de courrier électronique. Disponible sur le clavier, le @ possède ce potentiel d'attribution. Le symbole se trouve alors affublé d'une fonction inédite qui conserve néanmoins ses significations antérieures : construire des relations entre des entités et élaborer des liens fondés sur des règles quantifiables et mesurables. Héritier de la longue histoire du commerce entre les humains, le @, incorporé dans le langage informatique, façonne désormais nos activités de communication quotidiennes. Ouvert à diverses interprétations graphiques (par l'usage de polices de caractères) et sémantiques (certains y voient une queue,

d'autres une souris ou un escargot...), il exprime des transformations contemporaines aussi bien technologiques que sociales. Relevant du domaine public, il a pris un nouvel élan lorsque, en mars 2010, le MoMA (le musée d'art moderne de New York) en a fait l'acquisition pour sa collection². Sa multiplicité est alors devenue flagrante. Le @ contribue aujourd'hui à identifier quotidiennement des millions de personnes tout en étant inscrit au panthéon de la création graphique, objet de collection trônant parmi de nombreuses autres œuvres.

VARIATIONS

Poursuivons avec les graffitis qui ont fleuri sur les wagons du métro de New York au début des années 1970, produisant un paysage visuel totalement inédit³. Dans ce bouillonnement graphique qui attira rapidement de nouveaux adeptes, certains, comme Case2, Dondi, Futura, Lee, Quick, Phase2, Seen ou Zephyr se sont distingués par la qualité esthétique de leurs productions. Si quelques-unes d'entre elles sont aujourd'hui conservées dans des collections publiques ou privées, d'autres ont connu une fortune particulière.

C'est le cas de *Hand of Doom*, une fresque recouvrant un wagon entier, réalisée par Seen durant l'été 1980. Ce graffiti est resté visible plus d'un an sur le réseau avant d'être effacé. Quatre ans plus tard, on pouvait le retrouver dans le recueil photographique *Subway Art*⁴, que les *graffiti writers* considèrent aujourd'hui encore comme le premier manuel, jamais égalé. Extrait de son milieu naturel fait de tôle et d'acier pour venir illustrer une page imprimée, *Hand of Doom* fait partie des pièces maîtresses qui, publiées avec d'autres, ont accompagné l'internationalisation de ces graffitis. Création éphémère, puisque ni le support d'exécution ni la peinture utilisée ne visent une quelconque forme de conservation, il a ainsi atteint une certaine postérité en devenant un modèle pour de nombreux apprentis *writers*. Mais sa transformation matérielle et sémantique ne s'arrête pas là. Vingt ans plus tard, le wagon arborant *Hand of Doom* était reproduit au centre d'une fresque commémorant l'histoire du graffiti,

réalisée par un collectif du Bronx. De retour à New York, non plus sur un wagon mais sur un mur de briques visible du métro aérien, ce graffiti devenait une pièce classique, réaffirmant sa position majeure, tant dans le patrimoine graphique de ce mouvement que dans celui de la ville. Lorsque, en 2009, la Fondation Cartier demande à Seen de reproduire *Hand of Doom* sur un mur d'une surface deux fois plus grande pour accompagner l'exposition qu'elle consacre au *street art*⁵, il renaît une nouvelle fois dans toute sa fragilité éphémère et est simultanément promu au rang d'œuvre, ayant sa place, monumentale, dans une institution artistique.

Du wagon de métro au livre imprimé, du mur du Bronx à celui de la Fondation Cartier, *Hand of Doom* est apparu, à chaque fois, dans une nouvelle version. Cette succession n'est pas simplement inscrite dans le temps. Certaines versions de l'œuvre sont disponibles au même moment : pendant l'exposition de la Fondation Cartier, *Hand of Doom* était présent à la fois sur le mur du sous-sol, sur le *sketchbook* de Seen exposé dans la vitrine d'en face et publié dans une édition spéciale grand format de *Subway Art* en vente dans la librairie. Si cette variation s'inscrit largement dans le changement respectif des lieux de son exposition, elle ne s'y réduit pas. Les différentes versions changent aussi la grandeur même de l'objet graphique, qui devient plurielle : esthétique, pédagogique, patrimoniale et artistique.

PERMANENCES

La signalétique du métro pose la question de la durée d'une manière qui s'éloigne assez radicalement des trajectoires historiques évoquées ici dans les mondes de l'art et de la culture. Mais cela ne veut pas dire qu'un tel dispositif est dénué d'épaisseur historique. À Paris, plusieurs graphistes se sont ainsi penchés sur son cas depuis une quarantaine d'années. Parmi eux, Adrian Frutiger a conçu une variante de son caractère Univers, le Métro, à la demande de la RATP qui l'utilise dès 1973 ; Albert Boton a dessiné la typographie RER à la fin des années 1970 ; Roger Tallon a posé les jalons théoriques d'un système commun avec la SNCF en 1980 ; enfin, Jean François Porchez a conçu en 1995 le Parisine,

² [Sur la justification de cette acquisition et les réactions positives ou critiques qu'elle a suscitées voir, http://www.moma.org/explore/inside_out/2010/03/22/at-moma.](http://www.moma.org/explore/inside_out/2010/03/22/at-moma)

³ [Deux livres incontournables sur le sujet: Craig Castleman, Getting Up: Subway Graffiti in New York, Cambridge, MIT Press, 1982, et, Joe Austin, Taking the Train: How Graffiti Art Became a Urban Crisis in New York City, Columbia University Press, 2001.](http://www.moma.org/explore/inside_out/2010/03/22/at-moma)

⁴ [Martha Cooper et Henry Chalfant, Subway Art, Londres, Thames and Huston, 1984.](http://www.moma.org/explore/inside_out/2010/03/22/at-moma)

⁵ [Fondation Cartier pour l'art contemporain, Né dans la rue - Graffiti, 7 juillet-29 novembre 2009.](http://www.moma.org/explore/inside_out/2010/03/22/at-moma)

destiné à la signalétique de l'ensemble du réseau de transport de la RATP. Plusieurs couches graphiques se sont ainsi côtoyées au fil du temps. Dans ce mouvement, la signalétique a fait l'objet d'une stabilisation progressive, jusqu'à être complètement standardisée lors d'une rénovation de grande ampleur amorcée au début des années 1990. À cette occasion, elle a été organisée selon deux grands principes : la stabilité graphique des modules qui la composent et leur omniprésence dans les espaces de transport⁶. Conçu comme une langue modulaire, le nouveau dispositif met non seulement en œuvre une interdépendance très forte entre chacun de ses éléments, mais il s'appuie également sur leur présence *permanente*. La question de la résistance des objets graphiques au temps est donc centrale dans le cas de la signalétique, mais à une échelle beaucoup plus restreinte que celle du temps historique. C'est le temps quotidien que les panneaux doivent traverser. Or, cela n'est pas si simple. Exposés dans l'espace public, les panneaux s'usent. Ils peuvent s'abîmer, tomber, être volés. Il arrive aussi que le nom des lieux qu'ils indiquent change et que de nouvelles lignes soient créées. Autrement dit, ni la stabilité ni la permanence du dispositif graphique ne vont de soi : elles sont le résultat toujours provisoire d'un incessant *travail de maintenance*⁷. Un tel travail consiste à porter une attention particulière aux objets graphiques. Les opérations de surveillance et de réparation qui le composent contrastent en effet avec le point de vue que les usagers portent sur les panneaux. Si la signalétique se présente à ces derniers comme un réseau de signes immuables toujours disponibles, elle est, pour les mainteneurs, un système au sein duquel il faut apprendre à repérer des transformations incessantes, des mutations graphiques et matérielles parfois infimes. Par ailleurs, l'entretien de la stabilité temporelle et spatiale des panneaux passe, durant le travail de maintenance, par d'innombrables déplacements, des ateliers de fabrication jusqu'aux stations de métro en passant par les locaux de prestataires externes. La permanence des signes pour les usagers repose donc sur un mouvement continu des panneaux entre des lieux et des états variables.

⁶ Jérôme Denis et David Pontille, *Petite Sociologie de la signalétique : les coulisses des panneaux du métro*, Paris, Presses des Mines, 2010.

⁷ Jérôme Denis et David Pontille, «*Performativité de l'écrit et travail de maintenance*», Réseaux, à paraître.

Les transformations temporelles que subissent les objets de design graphique ne répondent donc jamais à une logique linéaire prévisible. Surtout, elles ne se réduisent pas à la mise en œuvre d'une série de perspectives ou de cadrages conventionnels qui feraient varier le seul regard que chacun porte sur eux. L'épaisseur temporelle des objets graphiques s'actualise par leur circulation dans des espaces d'inscription spécifiques qui font jouer leur propre multiplicité. À chaque déplacement, les propriétés matérielles des créations graphiques sont en jeu et elles varient parfois très nettement. Ainsi, les objets de design graphique oscillent-ils entre plusieurs versions qui, sans être infinies, restent ouvertes à divers arrangements possibles : présences *et* absences, identités *et* altérités, pluralités *et* multiplicités, variations *et* permanences. Telles sont les relations complexes que nous entretenons avec l'univers des productions graphiques. Relations qui façonnent aussi bien la matérialité et la signification des objets que la gamme de nos propres identités.

GRAPHISME D'AUJOURD'HUI, PATRIMOINE DE DEMAIN ?

Grand théoricien de la conservation du patrimoine, Cesare Brandi avait identifié deux moments clés pour comprendre ce qu'est une œuvre d'art : le moment de sa création et celui de sa perception. Pour lui, dès qu'une œuvre était «finie», elle entrait dans le temps. Ce qu'il appelait la «matière», l'objet lui-même, n'était que le support d'une «image» destinée, elle, à se perpétuer dans la conscience du public. Aujourd'hui, les productions les plus éphémères en apparence, telles les affiches, brochures, expositions temporaires et créations numériques, sont aussi inscrites dans la durée - celle de notre mémoire collective.

Faut-il en préserver des traces pour qu'elles puissent continuer à exister dans leurs deux vérités, celle de la création et celle de la perception? Les graphistes que nous avons interrogés sur la question de la pérennité de leur travail ont eu du mal à se prononcer. Pour certains, tenter de concilier fugacité et conservation va à l'encontre de la nature même de leurs créations - c'est presque un acte de fétichisation. Pour d'autres, au contraire, inscrire dans la durée des exemples de leur travail est la meilleure manière de préserver le reflet de leur époque.

Les graphistes se projettent-ils dans l'avenir? Le regard qu'ils portent sur leur travail est-il compatible avec un souci de pérennité? Bien que divergentes, leurs réponses ont permis de dégager quelques grandes lignes de réflexion pour commencer à définir une stratégie de conservation des créations graphiques en France.

GRAPHISME ET MÉMOIRE COLLECTIVE

Celui qu'on a longtemps appelé «l'homme de la rue» est aujourd'hui le plus souvent assis devant un ordinateur ou debout dans le métro, les yeux rivés sur son portable. Néanmoins, ce personnage mythique reste, pour le graphiste français, la plus haute autorité lorsqu'il s'agit d'évaluer son travail.

Ce quidam perspicace, existe-t-il toujours? On l'avait découvert grâce aux affiches de Savignac pour Monsavon, Cinzano et Bic de la même manière qu'on avait découvert les ouvriers russes dans les photographies de Rodchenko trente ans plus tôt. Lui qu'on imaginait flânant le nez en l'air dans

VÉRONIQUE VIENNE

la ville n'est plus aujourd'hui qu'une cible mouvante pour les études de marché. Pourtant, les graphistes s'y réfèrent encore. Si leurs créations pouvaient elles aussi s'inscrire dans la durée, disent-ils, ils aimeraient les consigner non seulement dans la tête d'un historien de l'art ou d'un conservateur de musée mais aussi, et surtout, dans celle de ce «monsieur tout-le-monde» qui ne prétend être ni expert, ni savant.

LE GRAPHISME, ÇA SE REGARDE DANS LA VILLE. ON RISQUE DE LE FIGER SI ON LE MET DANS UN MUSÉE. J'AURAIS ENVIE QU'ON CONSERVE DES PROBLÉMATIQUES DE GRAPHISME, PAS LE GRAPHISME LUI-MÊME. MARIE BRUNEAU, PRESSE PAPIER

LE SYMBOLE DE BEAUBOURG, AVEC LES ESCALIERS DE WIDMER, N'APPARTIENT PAS AU CENTRE POMPIDOU MAIS AU PUBLIC, À NOUS TOUS. CE LOGO FAIT PARTIE DE NOTRE PATRIMOINE GRAPHIQUE. DIRK BEHAGE

IL Y A UNE FORME DE DURÉE QUI EST TRÈS INTÉRESSANTE. C'EST LA DURÉE QUI S'INSCRIT DANS LA TÊTE DES GENS ET QUI CRÉE UN SENTIMENT D'APPARTENANCE. JEAN-LOUIS FRECHIN

LES COMMENTAIRES DU PUBLIC, BIEN QUE RARES, SONT LES PLUS IMPORTANTS. JE ME MÉFIE DES CHAPELLES ET DE L'OPINION DES GRAPHISTES. MICHEL LEPETITIDIER

QUEL PUBLIC TOUCHEREZ-VOUS DANS LA SOCIÉTÉ DE DEMAIN ?

Une des principales préoccupations des graphistes aujourd'hui est de tenter d'imaginer ce que va devenir «l'homme de la rue» dans cet univers en constante évolution. Comment l'accompagner dans son nouveau mode de vie et communiquer avec lui?

LA RESPONSABILITÉ D'UN GRAPHISTE POUR MOI EST CELLE LÀ : ABORDER LA COMPLEXITÉ DU MONDE TEL QU'IL EST EN TRAIN DE DEVENIR, ET NON PAS SE CANTONNER À FAIRE DES AFFICHES DE THÉÂTRE ET DES SCÉNOGRAPHIES D'EXPOSITION POUR UNE ÉLITE QUI N'EXISTE PROBABLEMENT PLUS. JEAN-LOUIS FRECHIN

JE VOUDRAIS LAISSER UNE TRACE QUI SERAIT REPRÉSENTATIVE NON SEULEMENT DU DISCOURS DE NOTRE ÉPOQUE, DE CE QU'IL EST, MAIS AUSSI DE CE QUE JE PENSE QUE CE DISCOURS DEVRAIT ÊTRE. LORAN STOSSKOPF

IL Y A LE PUBLIC QUE L'ON A, ET LE PUBLIC QUE L'ON GAGNE. JE NE TRAVAILLE PAS POUR LES TROIS CENTES PERSONNES QUI VIENNENT À TOUS LES COUPS VOIR LES PIÈCES DE THÉÂTRE, MAIS POUR LES AUTRES. DANS LES DISCUSSIONS AVEC LES COMMANDITAIRES, C'EST MOI QUI SOUVENT DIS : «ET LE PUBLIC?» C'EST MOI QUI PENSE À CET AUDITOIRE QUI N'EST PAS ENCORE ACQUIS. MICHEL LEPETITIDIER

ON A BESOIN DE GENS, COMME LES GRAPHISTES, QUI TRACENT LA OÙ LA ROUTE DEVRAIT PASSER. MÊME SI LE TRACÉ N'EST PAS TOUJOURS RESPECTÉ. *PETER KNAPP*

COMMENT LE REGARD DES HISTORIENS, CRITIQUES D'ART ET DIRECTEURS DE MUSÉE VOUS INFLUENCE-T-IL ?

Pour Cesare Brandi, l'individu qui éprouve «l'illumination» de l'œuvre d'art découvre en même temps l'obligation de transmettre cet objet aux autres. Pour bien des experts, conserver certaines créations graphiques est presque un devoir, mais nombre de graphistes semblent redouter plus que tout l'institutionnalisation de leur pratique. Pour éviter la sclérose que pourrait générer une «glorification» de leur discipline, certains se défendent d'être des artistes.

JE SUIS UN DESIGNER, PAS UN ARTISTE. *ERIK ADIGARD*

IL NOUS ARRIVE DE VENDRE DES CHOSSES. UN POSTER ICI ET LÀ. NOUS AVONS EU LA CHANCE D'AVOIR UNE EXPOSITION AU MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS. MAIS ÇA NE CHANGE RIEN AU FAIT QUE NOTRE TRAVAIL N'EST PAS CONÇU POUR ÊTRE ACCROCHÉ SUR LES MURS DES GALERIES OU DES MUSÉES. *MANUEL WAROSZ*

LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE ME DEMANDE DEPUIS LONGTEMPS DE LEUR ENVOYER DES EXEMPLAIRES DE MON TRAVAIL ET JE NE L'AI JAMAIS FAIT. JE NE SAIS PAS POURQUOI. QUELQUE CHOSE ME GÊNE DANS CETTE IDÉE DE LÉGUER MON TRAVAIL À LA POSTÉRIÉTÉ. *LAURENCE MADRELLE*

CE QUI ME DÉRANGE, C'EST LE MOT «ŒUVRE» APPLIQUÉ AU GRAPHISME. UNE «ŒUVRE» C'EST QUELQUE CHOSE QUI APPARAÎT LORSQU'UNE SOMME DE TRAVAIL A ÉTÉ RÉALISÉE, ALORS QUE CE QUE JE VALORISE, C'EST LA RÉPONSE IMMÉDIATE, TELLE QU'ELLE EST PERÇUE DANS SON CONTEXTE SOCIAL ET URBAIN. *PIERRE BERNARD*

AUJOURD'HUI, LE DÉFI MAJEUR POUR LES GRAPHISTES, CE N'EST PAS DE FAIRE UN TRAVAIL ARTISTIQUE MAIS DE FACILITER L'ACCÈS À L'INTERNET - POUR QU'ON PUISSE MIEUX VIVRE LA VILLE NUMÉRIQUE. *JEAN-LOUIS FRECHIN*

Mathias Schweizer, le seul graphiste qui ait refusé de participer à cette enquête, a cependant voulu exprimer son malaise - la gêne qu'il éprouve quand on lui parle de pérennité.

JE N'AI PAS LE SENTIMENT D'AVOIR DE COMPTES À RENDRE, NI AUPRÈS DE MES PÈRES, ET ENCORE MOINS VIS-À-VIS DES GÉNÉRATIONS À VENIR. JE M'INSURGE CONTRE LE SYNDROME DE SURMÉDIATISATION DU GRAPHISME. *MATHIAS SCHWEIZER*

Conférer les honneurs de la cimaise à une œuvre d'art, quelle qu'elle soit, n'est pas sans conséquence. C'est toujours une forme d'agression, aussi bienveillante soit-elle. «Accrocher un tableau sur un mur, lui enlever son cadre ou lui en mettre un; enlever ou mettre un piédestal, pour une statue, la déplacer ou créer un nouvel emplacement; ouvrir une esplanade ou une place pour un édifice, voire le démonter et le remonter ailleurs: ces opérations sont autant d'actes de restauration», écrivait Brandi. Mais nombreux sont les graphistes qui, sans fausse modestie, reconnaissent vouloir faire vivre leur travail dans la mémoire collective.

JE PENSE QUE NOUS, LES GRAPHISTES, ON VEUT TOUS INSCRIRE NOTRE TRAVAIL DANS LA DURÉE. CE N'EST PAS LA RECONNAISSANCE INDIVIDUELLE À LONG TERME QUI NOUS INTÉRESSE. NOUS AVONS TOUS ENVIE DE FAIRE DES CHOSSES QUI AURONT UN IMPACT SUR LA CULTURE VISUELLE DE CEUX QUI VIENDRONT APRÈS NOUS. *LORAN STOSSKOPF*

LE GRAPHISME DANS L'ACTUALITÉ

Aujourd'hui, les créations graphiques se veulent contextuelles, immédiates, interactives, voire performatives.

J'ESSAIE TOUJOURS DE FAIRE DES CHOSSES QUI FONCTIONNENT D'ABORD AVEC MON ÉPOQUE. DANS UNE ACTUALITÉ. *MICHEL LEPETITDIDIÈRE*

AVEC LE NUMÉRIQUE, ÇA CHANGE TOUT LE TEMPS. JE PENSE QUE LE DÉSIR D'INSCRIRE SON TRAVAIL DANS LA DURÉE REMET EN CAUSE L'IDÉE INITIALE DU DESIGN QUI EST DE PRODUIRE DES RÉPONSES CONTEXTUELLES ET GLOBALES PAR RAPPORT AUX TECHNOLOGIES DE L'ÉPOQUE. *JEAN-LOUIS FRECHIN*

ON EST DES GÉNÉRALISTES SPÉCIALISÉS DANS LE DESIGN DU MOMENT PRÉSENT. *ERIK ADIGARD*

IL Y A UNE SORTE D'ADRÉNALINE À L'IDÉE QU'ON VA MONTRER CE QU'ON SAIT FAIRE. ON VA DONNER À VOIR. ON VA ALIMENTER LE REGARD DES GENS. ON VA CRÉER L'ÉVÈNEMENT. *PHILIPPE APELOIG*

Mais être «dans» l'actualité, pour le graphiste, peut signifier qu'il est sur le point d'être démodé. Une des particularités du psychisme français est de considérer que l'euphorie du moment présent est le signe avant-coureur d'un essoufflement. Comble d'absurdité, une notoriété passagère peut freiner une carrière au lieu de la dynamiser.

LES ARTICLES DANS LA PRESSE N'APPORTENT JAMAIS DE COMMANDES. LES GENS TOUT D'UN COUP VOUS CROIENT TROP CÉLÈBRE ET TROP CHER. ÇA ARRÊTE PRATIQUEMENT TOUTES LES COMMANDES. LE PREMIER QUI ME L'A FAIT REMARQUER, C'EST JEAN WIDMER. ROMAN CIESLEWICZ AUSSI. *PETER KNAPP*

APRÈS NOTRE RÉTROSPECTIVE L'ANNÉE DERNIÈRE AU MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS, IL N'Y A EU AUCUNE RETOMBÉE, PAS UN SEUL GALERISTE PARISIEN NE NOUS A PROPOSÉ UNE EXPOSITION. ET QUAND, FINALEMENT, NOUS EN AVONS DÉCROCHÉ UNE EN CHINE, PERSONNE EN FRANCE NE NOUS A AIDÉS, AUCUNE INSTITUTION, PAS MÊME LE CONSULAT. *MANUEL WAROSZ*

Les graphistes qui ont à leur actif des «classiques» ne s'en vantent pas. «Indémorable» peut être synonyme de *has been*. C'est pourquoi ils ne proclament pas leur désir de pérennité.

MON AFFICHE «CHICAGO», QUI A MAINTENANT 25 ANS, EST HORS DU TEMPS. MAIS LE JOUR OÙ JE L'AI RÉALISÉE, JE NE ME SUIS PAS DIT QUE J'ALLAIS FAIRE UNE ŒUVRE PÉRENNE. J'ÉTAIS JEUNE, JE NE ME PROJETAIS PAS DANS L'AVENIR. *PHILIPPE APELOIG*

QUAND J'ÉTAIS À ELLE DANS LES ANNÉES 1960, JE ME DISAIS QUE J'AVAIS DE LA CHANCE. JE NE SAVAIS PAS QUE J'ÉTAIS ENTRÉ DANS L'HISTOIRE. PUIS LA TÉLÉVISION EST ARRIVÉE ET MON GRAND MOMENT A PASSÉ. *PETER KNAPP*

J'AI TOUJOURS INSISTÉ SUR LE FAIT QUE JE VEUX M'INSCRIRE DANS UNE CERTAINE VISION, QUI EST UNE VISION QUI A PLUS À VOIR AVEC L'ÉTHIQUE QU'AVEC LE GRAPHISME. JE M'APPELLE «DESIGNER» ET NON PAS «GRAPHISTE» PARCE QUE C'EST TOUTE LA MÉTHODOLOGIE DU DESIGN, NÉE DU MODERNISME, QUI M'INTÉRESSE. POUR ÊTRE DANS LA DURÉE, J'AI TOUJOURS ESSAYÉ DE FAIRE AUTRE CHOSE QUE DU GRAPHISME. *RUDI MEYER*

ON PEUT ARCHIVER UNE CRÉATION GRAPHIQUE, MAIS PEUT-ON RESTITUER LE CONTEXTE QUI FUT SA RAISON D'ÊTRE ?

Certains graphistes arrivent à concilier, en théorie du moins, actualité et pérennité. Bien qu'ancré dans l'immédiateté du moment, leur travail, disent-ils, fait partie d'un processus dont chacune de leurs créations est un maillon.

POUR MA PART, JE PENSE QU'IRRÉMÉDIABLEMENT, DANS LE DOMAINE DU DESIGN GRAPHIQUE, LE COURT TERME CONSTRUIT LE LONG TERME. JE DIRAIS QUE LE COURT TERME EST AU LONG TERME CE QUE CHAQUE ACTE LITTÉRAIRE, PLASTIQUE, MUSICAL, SCIENTIFIQUE, TECHNOLOGIQUE OU POÉTIQUE EST À LA CULTURE: UN ACTIF CONSTITUTIF DE L'ENSEMBLE. *PIERRE BERNARD*

LA QUALITÉ D'UN TRAVAIL DÉTERMINE SA DURÉE. PLUS IL EST ABOUTI, MOINS IL EST À LA MERCI DES ALÉAS ET DES CHANGEMENTS DE RÉGIMES. MAIS LA QUALITÉ, C'EST UN COMBAT DE TOUS LES JOURS. IL FAUT ÊTRE VIGILANT À TOUT MOMENT. *DIRK BEHAGE*

POUR NOUS, PUBLIER LE MAGAZINE *INK* EST L'EXPRESSION D'UN DÉSIR D'ARCHIVER UN MOMENT PRÉCIS DANS NOTRE RÉFLEXION. AVOUONS-LE, C'EST UNE MANIÈRE DE CRÉER UNE BIBLIOTHÈQUE DE TEXTES QUE L'ON PEUT LIRE ET RELIRE. *PATRICK LALLEMAND*

RÉPONDRE À UNE COMMANDE, ÊTRE PERTINENT, OUI, C'EST UNE PRIORITÉ. MAIS C'EST VRAI QU'ON ARCHIVE DES TRACÉS DES ÉTAPES DE NOTRE PROCESSUS DE CRÉATION. C'EST ASSEZ SENTIMENTAL. EN MÊME TEMPS ÇA DÉSACRALISE L'OBJET GRAPHIQUE, ÇA LE REND PLUS HUMAIN. *PIERRE DELMAS BOULY*

LE PUBLIC, AUJOURD'HUI, AIME VOIR LE PROCESSUS AUTANT QUE L'ŒUVRE ELLE-MÊME. L'ÉVOLUTION D'UN PROJET DANS SA DURÉE LUI SEMBLE TOUT AUSSI INTÉRESSANTE, SINON PLUS, QUE SON RÉSULTAT FINAL. POUR CE NOUVEAU PUBLIC, UNE ŒUVRE PONCTUELLE EST LE TÉMOIGNAGE D'UN LONG PROCESSUS. *KARIN VAN DER HEIDEN*

VOS PRODUCTIONS NUMÉRIQUES ONT-ELLES MOINS DE VALEUR PARCE QU'ELLES SONT CONDAMNÉES À RESTER VIRTUELLES ?

L'éphémère cependant est en train de changer de statut. L'ère numérique a transformé en une qualité ce qui jusqu'alors pouvait être perçu comme un défaut.

EN FAIT, L'IMPERMANENCE DANS LE NUMÉRIQUE M'INTÉRESSE. LE FAIT QUE LES CHOSSES NE SOIENT JAMAIS TERMINÉES. ELLES PEUVENT MÊME DISPARAÎTRE, CE N'EST PAS SI GRAVE. *ERIK ADIGARD*

UNE DES CHOSSES QUE JE PROPOSE C'EST DE FAIRE DES SITES WEB QUI S'EFFACENT. CELA LEUR DONNE DE LA VALEUR. *ÉTIENNE MINEUR*

AUJOURD'HUI, IL FAUT VRAIMENT S'INVESTIR DANS LE NUMÉRIQUE. QUI C'EST DUR. QUI C'EST COMPLIQUÉ. NON PERSONNE N'Y COMPREND RIEN, MAIS IL FAUT Y ALLER. SINON, DANS QUELQUES ANNÉES, IL N'Y AURA PLUS QUE

VINGT GRAPHISTES EN FRANCE QUI FERONT LES MUSÉES - ET PAS UN DE PLUS. *JEAN-LOUIS FRECHIN*

Le temporaire, le fugace et le précaire dérangeant de moins en moins les graphistes. L'idée de l'éphémère est devenue une réalité - la vision à long terme une chimère. Les logiciels évoluent sans arrêt, et sont périmés tous les cinq ans.

JE REVIENS AU LIVRE ET AU PAPIER: ALORS QUE TOUT LE MONDE EN CE MOMENT VEUT METTRE LE PAPIER DANS L'ORDINATEUR, FAIRE DE LA PRESSE EN LIGNE, JE FAIS LE CONTRAIRE. JE PRENDS LE LIVRE ET JE METS DE L'INFORMATIQUE DEDANS. *ÉTIENNE MINEUR*

«Ne conservez pas tout ce que vous faites sur des disques ou sur le net, conseille Karin van der Heiden, une spécialiste de la conservation des archives numériques. Faites des archives sur papier. Les marchands de technologie ont tout intérêt à rendre leurs produits obsolètes le plus vite possible. Plus on garde de documents numériques, plus on risque de tout perdre.»

FACE AUX GÉNÉRATIONS FUTURES

Les graphistes sont souvent des enseignants. Dans les écoles d'art, mais aussi dans leur studio. Avec leurs élèves, leurs stagiaires, leurs assistants, leurs collaborateurs, et même parfois avec leurs commanditaires. De par leur métier, ils ont appris à transmettre des informations, expliquer des concepts, influencer des comportements. Mais ces enseignants ont une particularité: ils prônent une éthique autant qu'une pratique.

DANS LES ÉCOLES D'ART EN FRANCE, ON FORME DES GENS COURAGEUX. CURIEUX AUSSI. J'AI RAREMENT VU DES GRAPHISTES ALLER À PÔLE EMPLOI DIRE QU'ILS N'ONT PAS DE BOULOT. ILS ONT LE COURAGE DE CRÉER LEUR PROPRE TRAVAIL ET, FACE À L'ADVERSITÉ, S'IL FAUT VIVRE AVEC PEU, ILS EN PRENNENT LEUR PARTI. *MICHEL LEPETITDIDIÈRE*

LA QUESTION PRINCIPALE, POUR MOI, C'EST: «QU'EST-CE QU'ON LÈGUE À NOS ENFANTS OU AUX JEUNES AVEC QUI ON TRAVAILLE?» CERTAINS DE MES ASSISTANTS SONT LÀ DEPUIS HUIT ANS. C'EST UN MIRACLE. ILS VEULENT FAIRE DU GRAPHISME POUR «GAGNER» LEUR VIE. JE TROUVE ÇA MAGNIFIQUE. *LAURENCE MADRELLE*

JE SUIS CONTENT QUAND JE RENCONTRE DES JEUNES QUI ONT LA MOITIÉ DE MON ÂGE ET QUI SONT TOUT AUSSI AVERTIS QUE MOI SUR CE QUI SE PASSE DANS LE GRAPHISME AUJOURD'HUI. ÇA ME TOUCHE. J'APPRENDS D'EUX AUTANT QU'ILS APPRENNENT DE MOI. *PHILIPPE APELOIG*

COMMENT SAUVEGARDER (ET RÉCOMPENSER) LES MEILLEURS EXEMPLES DU GRAPHISME EN FRANCE ?

Peu de graphistes rencontrent la reconnaissance et le succès qu'ils méritent. Michaël Amzalag et Mathias Augustyniak font en ce sens exception à la règle. Le talent et la reconnaissance internationale leur ayant donné accès à de prestigieux commanditaires.

POUR FAIRE LA PROMOTION DES GRAPHISTES FRANÇAIS, IL FAUDRAIT QUE LE PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE OU LE MINISTRE DE LA CULTURE DÉCERNE CHAQUE ANNÉE DES PRIX. POUR QUE LA PRESSE EN PARLE. POUR QUE LE PUBLIC S'Y INTÉRESSE. POUR QUE LE GRAPHISME COMMENCE À EXISTER SUR LA SCÈNE NATIONALE. MATHIAS AUGUSTYNIAK

La plupart des graphistes pensent que si leur pratique doit un jour être appréciée à sa juste valeur, ce sera grâce aux institutions qui en reconnaîtront l'utilité et qui investiront dans son développement et son rayonnement.

JUSQU'ICI, LE GRAPHISTE EST RESTÉ TRÈS PEU INFLUENT. POURQUOI? PARCE QUE SEULEMENT UN POUR CENT DES DÉCISIONNAIRES SAVENT QUE L'ALLIANCE GRAPHIQUE INTERNATIONALE EXISTE. PETER KNAPP

LA FRANCE EST LE SEUL PAYS DANS LE MONDE OCCIDENTAL QUI N'A PAS DE GRAND PROGRAMME DE DESIGN OU DE POLITIQUE DE GRAPHISME INSTITUTIONNEL CONCERTÉE. JEAN-LOUIS FRECHIN

IL FAUT DE L'ARGENT POUR INNOVER. LES PROBLÈMES «TECHNIQUES» SONT EN RÉALITÉ SOUVENT DES PROBLÈMES DE POUVOIR. CE QUI MANQUE, CE SONT DES INVESTISSEURS DE HAUT NIVEAU. ÉTIENNE MINEUR

EN FRANCE, LES DIRIGEANTS NE COMPRENNENT PAS LA DIFFÉRENCE ENTRE LA PUBLICITÉ, LA COMMUNICATION ET LE GRAPHISME. LES GRAPHISTES REÇOIVENT UN ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR MAIS SE RETROUVENT DANS LA VIE FACE À DES INTERLOCUTEURS IGNORANTS DE CE QU'ILS SAVENT FAIRE. DIRK BEHAGE

NOTRE RÔLE EST DE FAIRE COMPRENDRE À NOS COMMANDITAIRES QUE CE QU'ON FAIT EST UN VRAI TRAVAIL DE RÉFLEXION. PIERRE DELMAS BOULY

LES GENS PENSENT QUE NOTRE TRAVAIL GRAPHIQUE N'A PAS DE VALEUR «ÉCONOMIQUE» PUISQU'IL N'A PAS DE VALEUR MARCHANDE. MANUEL WAROSZ

UNE DES RESPONSABILITÉS DES GRAPHISTES N'EST-ELLE PAS D'INCARNER ET DE TRANSMETTRE UNE TRADITION D'EXCELLENCE?

«Tout a changé quand les créatifs au pouvoir dans les agences de publicité ont été remplacés par des financiers», se souvient Rudi Meyer. Mais cette problématique n'est pas nouvelle, rappelle Philippe Apeloig. «Caravage se posait les mêmes questions que les graphistes aujourd'hui, dit-il. Pour Caravage, c'était la différence entre la vraie peinture et les images pieuses; pour nous, c'est la différence entre l'art et la communication.» Cette référence à la peinture est typiquement française. Nombreux sont les graphistes qui ont évoqué les plasticiens du passé comme principale source d'inspiration. Sans trop se l'avouer, ils aimeraient bien laisser une trace de leur travail comme l'ont fait peintres, sculpteurs et photographes avant eux.

TRAVAILLER POUR LA POSTÉRITÉ EST UNE EXIGENCE VIS-À-VIS DE MOI ET DES AUTRES. JE BÉNÉFICIE ENCORE AUJOURD'HUI DE CET APPORT DES GÉNÉRATIONS PASSÉES. C'EST POUR ÇA QUE JE SUIS MONTÉ À PARIS. POUR SUIVRE L'EXEMPLE D'UN DUCHAMP OU D'UN BRASSAÏ. LORAN STOSSKOPF

EN FRANCE, LE MODERNISME A ÉTÉ LE FAIT DES PEINTRES. LAUTREC, MUCHA, SAVIGNAC, ET JUSQU'AUX ANNÉES 1980 AVEC GRAPUS. ICI, QUAND ON VEUT ÉCRIRE QUELQUE CHOSE, ON PREND UN POT DE PEINTURE ET ON L'ÉCRIT; QUAND ON A BESOIN D'UNE IMAGE, ON LA DESSINE. CETTE PARTICULARITÉ FRANÇAISE FAIT DE CE PAYS UN DES LIEUX LES PLUS INTÉRESSANTS POUR LE GRAPHISME. DIRK BEHAGE

JE NE VOULAIS PAS QUE MES ÉLÈVES AUX ARTS DÉCO MÈNENT LEURS PROJETS COMME DES DIRECTEURS ARTISTIQUES. J'INSISTAIS POUR QU'ILS APPRENNENT À TOUT FAIRE PAR EUX-MÊMES. JE VOULAIS QU'ILS SOIENT VRAIMENT LES AUTEURS DES TRAVAUX QU'ILS PRÉSENTAIENT, COMME DE VRAIS ARTISTES. RUDI MEYER

EN FRANCE, IL PEUT SE PRODUIRE DES FULGURANCES ARTISTIQUES FORMIDABLES, COMME AU TEMPS DE LOUIS XIV. LE LOGO DE PIERRE BERNARD POUR LES PARCS NATIONAUX OU CELUI QU'IL A FAIT POUR LE LOUVRE SONT DES EXEMPLES. LORAN STOSSKOPF

EN CE QUI ME CONCERNE, J'AI TOUJOURS SUIVI MES MAÎTRES QUI, DE CE FAIT, SONT ENCORE PRÉSENTS. ENSEIGNER LEURS PRINCIPES EST UNE BONNE MANIÈRE DE CRÉER UNE CONTINUITÉ ENTRE LE PASSÉ ET LE FUTUR. RUDI MEYER

QUI SONT VOS MAÎTRES AUJOURD'HUI PARMIS LES GRAPHISTES QUI ONT TRAVAILLÉ OU QUI TRAVAILLENT ENCORE EN FRANCE?

Qui sont ces artistes, principalement français, présents ou passés, qui ont motivé les graphistes à choisir leur métier et dont les créations devraient être conservées pour la postérité?

Interrogés, les graphistes n'hésitent pas longtemps. Avec Cassandre, Savignac et Paul Colin, les Grapus et Excoffon viennent en tête. Pierre di Sciullo, Vincent Perrottet et Anette Lenz suivent de près sur cette même liste. Y figurent aussi Massin et l'agence Delpire. Les graphistes les plus chevronnés citent des affichistes atypiques tels Jean Auvigné et Claude Baillargeon, le typographe Albert Hollenstein ou le plasticien Claude Closky. Les plus jeunes mentionnent parmi leurs favoris la série des DeValence pour Saadane Afif, le travail du collectif La Bonne Merveille pour Lux, et les livres de Hey Ho pour les éditions Galaade. «Chaque époque s'invente son tiercé de tête de l'histoire, se construit son patrimoine, élit ses pères, écrit Thierry Chancogne. Tous les graphistes espèrent travailler pour la postérité – et en même temps redoutent que cela ne soit pas le cas.» Une production graphique, tout comme une œuvre d'art, entre dans le temps dès qu'elle est vue. Elle acquiert sa pérennité dans le contexte de la rue, du carrefour, du marchand de journaux, de l'écran numérique, ou de la boîte à lettres. «La matière du Parthénon n'est pas seulement un certain type de marbre, disait Brandi, c'est aussi la lumière de l'Attique.»

CONSTITUER UNE COLLECTION

EMILY KING

Il existe autant de raisons de constituer et d'enrichir une collection que de collections elles-mêmes. Une rapide étude de l'histoire des collections de design, notamment, révèle qu'une multitude de facteurs intervient dans leur constitution. Hasard, stratégie, acharnement, souplesse et rigueur sont autant de critères qui entrent en jeu. On constate souvent que, dans les premiers temps, la raison suit l'objet: un simple legs ou une excentrique accumulation d'œuvres marquent le point de départ de nombreuses collections de valeur. Cependant, au fur et à mesure que l'ensemble se développe et se pérennise, il convient d'inverser cette tendance. Pour s'accroître, il est essentiel que la collection obéisse à une logique. Selon Deyan Sudjic, directeur du Design Museum de Londres, il importe de pouvoir justifier tout autant pourquoi on achète un objet que pourquoi on ne l'achète pas.

La démarche initiale sous-tendant de nombreuses collections antérieures au xix^e siècle relevait de l'universalité. Un fonds comme celui du Victoria and Albert Museum (V&A) à Londres reposait sur l'idée qu'il était possible de rassembler dans un même espace tous les objets dignes d'intérêt. Naturellement, le V&A présente d'importantes lacunes – il n'existe par exemple qu'un département étranger, consacré à l'Asie –, mais celles-ci témoignent des préjugés culturels de ses fondateurs victoriens. Toutefois, au cours du xx^e siècle, l'idéal d'exhaustivité a disparu et, aujourd'hui, les conservateurs de musées reconnaissent que les collections doivent être enrichies à partir de règles.

Fondée en 1929, la collection du Museum of Modern Art (MoMA) de New York a toujours suivi une démarche originale. Paola Antonelli, actuelle conservatrice en chef du département architecture et design, sillonne attentivement les frontières du «moderne» tout en reconnaissant les limites de ce terme: «[Le moderne] s'enracine dans une philosophie américaine énergique, une croyance dans le progrès, le perfectionnement et l'optimisme: la manifestation du rêve américain étendu à l'humanité», indique-t-elle, avant d'ajouter: «Je n'appliquerais peut-être pas cette politique si je n'étais pas chargée des collections du MoMA, mais elle convient à la tradition de l'institution.» On se rappelle que le MoMA avait refusé d'acquérir les créations du groupe de design italien Memphis au milieu des années 1980, faisant valoir que la priorité accordée à l'ornementation extérieure par rapport à la forme rendait ces œuvres insuffisamment modernes.

D'autres institutions ayant vocation à constituer des collections adoptent des politiques plus neutres que celle du MoMA. La Bibliothèque nationale de France (BNF), par exemple, recueille la plupart de ses documents grâce au dispositif du dépôt légal, qui exige qu'un exemplaire de tout texte publié soit envoyé à la bibliothèque. «Nous ne sommes pas en droit de créer notre représentation du patrimoine national», explique Anne-Marie Sauvage, conservatrice en charge des affiches à la bibliothèque. Cette politique a pour avantage de permettre de recevoir des œuvres dont la valeur n'est pas immédiatement perceptible. Son inconvénient est d'engendrer d'importantes contraintes de stockage et de gestion pour la bibliothèque, qui a récemment commencé à conserver les œuvres graphiques sur support papier en format numérique uniquement.

UNE COLLECTION POUR LE BIEN COMMUN

La protection et l'enrichissement d'une collection publique doivent, dans une certaine mesure, reposer sur un fondement social. Si le contribuable est tenu de financer la conservation et l'acquisition, ces dernières doivent lui apparaître comme étant d'intérêt général, notion se prêtant toutefois à de multiples interprétations. La Bibliothèque nationale, fondée au xv^e siècle sous le règne de Louis XI, a été tour à tour une collection «royale», «impériale» puis «nationale». Anne-Marie Sauvage souligne son rôle dans l'aide à la recherche mais ajoute qu'elle inspire aussi, comme bien d'autres institutions – la British Library à Londres, par exemple – un sentiment de grande fierté nationale. Il s'agit là d'un bien commun évident, mais ce n'est pas le seul: on peut aussi éprouver un sentiment de fierté à l'égard de sa discipline par exemple. Les objets de design, notamment les objets ordinaires, quotidiens, mobilisent rarement une grande attention. Paola Antonelli est convaincue du rôle fédérateur du MoMA à cet égard. «Le design représente selon moi le plus haut degré de la création humaine et je souhaite que les designers soient fiers de leur travail, dit-elle. En tant que conservatrice dans ce domaine, je veux inspirer les futurs designers.» De même, les collections peuvent contribuer à mettre en valeur une culture particulière, locale ou artisanale. Paola Antonelli donne l'exemple du musée d'Art urbain de São Paulo, au Brésil, qui valorise l'activité locale en la sauvegardant; dans un registre légèrement différent, Deyan Sudjic confie que le lien

qu’entretennent certains objets avec Londres fait partie des critères d’acquisition du Design Museum. En intégrant la collection d’un musée, un objet s’inscrit dans une ligne directrice. Les critiques peuvent émettre des doutes quant à la validité absolue des décisions des conservateurs, et bien des pages ont été écrites sur la dimension partielle et souvent orientée des choix des musées. Mais pour les designers eux-mêmes et le public, l’entrée dans une collection constitue généralement un signe fort de reconnaissance.

ÉDUCATION, ÉDUCATION, ÉDUCATION

Hormis la fierté, il est communément admis que l’intérêt majeur d’une collection de musée ou de bibliothèque est l’éducation. Cela englobe un large éventail d’activités, depuis les premières visites des élèves d’écoles primaires jusqu’aux recherches de doctorat ; chaque institution ayant vocation à constituer une collection doit définir son propre rôle dans la satisfaction des besoins des étudiants. La plupart des musées s’efforcent de couvrir l’ensemble des domaines éducatifs, mais la spécialisation est inévitable. La BNF met l’accent sur la recherche de haut niveau, Anne-Marie Sauvage imaginant de futurs chercheurs découvrant la valeur d’acquisitions encore méconnues. De son côté, au Design Museum, Deyan Sudjic cherche à collecter des œuvres déjà renommées – les archives des dessins de Margaret Calvert pour le système de signalisation du réseau routier anglais, par exemple – afin de rendre le design plus accessible.

L’énoncé de la mission du MoMA souligne sa vocation initiale d’«établissement éducatif», centrée sur la volonté «d’encourager à toujours approfondir la compréhension et le plaisir», formule qui dénote l’importance accordée à l’apprentissage comme un bienfait en soi. Cependant, l’éducation est souvent justifiée en d’autres termes et – notamment à notre époque dominée par des considérations d’ordre financier – les références aux avantages économiques sont légion. Si l’on considère la dimension éducative d’une collection de design, ces avantages peuvent se présenter sous différentes formes : une collection peut avoir un intérêt pour les professionnels comme source d’inspiration et de référence permettant de favoriser le succès commercial. Ou bien, du point de vue du consommateur, la découverte des objets présentés peut inciter à des achats éclairés. Le MoMA possède une expérience de longue date dans ce domaine, avec l’organisation de manifestations telles que l’exposition itinérante de 1938, intitulée «Objets utiles à moins de cinq dollars», qui regroupait une centaine d’articles ménagers choisis en fonction de leur design moderne et de qualité ainsi que de leur présence dans les magasins de détail.

Les collections de design du MoMA gérées par Paola Antonelli sont regroupées avec l’architecture dans un même département, formant ainsi une seule et même entité qui comprend films, photographies,

dessins, art performatif et médias, ouvrages imprimés et illustrés, peintures et sculptures. Cette ambition de singularité ne peut, toutefois, occulter les hiérarchies et les différents modes de pensée qui ont cours au sein de plusieurs départements. «Les films et le design, indique Paola Antonelli, ont toujours été associés au sein du MoMA comme les parents pauvres, ceux qui entretiennent des liens avec la culture populaire. Mais, à mes yeux, ils représentent vraiment les disciplines reines.» Il serait bien surprenant que le MoMA participe aujourd’hui à un événement incitant directement à la consommation tel que l’exposition des objets à moins de cinq dollars, mais il semble pourtant que ses collections de design nécessitent une justification d’ordre social, ce qui n’est pas le cas des collections d’œuvres d’art.

ENRICHIR LA COLLECTION

La collection d’objets graphiques du MoMA a débuté – comme beaucoup d’autres – par une collection d’affiches, auxquelles sont venus s’ajouter des legs tels que le fonds Jan Tschichold. Depuis peu, le musée s’est efforcé d’élargir sa collection, notamment en procédant à l’achat de séries – tous les numéros de la revue de graphisme *Emigre*, par exemple – ou en s’ouvrant à d’autres domaines, comme la typographie, et en travaillant activement à mettre en place une politique d’acquisition numérique. Le MoMA accroit relativement peu sa collection – dans le cas de la typographie, le musée n’envisage actuellement d’acquérir que quinze polices de caractères – et chaque acquisition est le fruit d’une délibération approfondie. Paola Antonelli se réjouit particulièrement du développement de la collection numérique, tout en étant consciente de ses écueils, au premier rang desquels figure la difficulté d’accès et de présentation de logiciels créés pour des configurations obsolètes. Consacrant actuellement beaucoup de temps à ces questions, elle admet que le musée «navigue un peu à vue».

L’acquisition la plus audacieuse du MoMA est sans doute celle du symbole @, en mars dernier. Bien sûr, celui-ci n’intégrera pas les collections de manière traditionnelle mais Paola Antonelli indique qu’il a été «estampillé» par le musée. Parmi les éléments déjà «estampillés» figurent également des denrées périssables telles que les bonbons M&M’s et les sucettes Chupa Chups, et la même démarche pourrait également être appliquée au Boeing 747. Imaginer qu’un symbole aussi universel que le @ puisse avoir besoin d’être conservé pourrait passer pour de l’extrême arrogance mais, vu sous un autre angle, les collections de design moderne du MoMA seraient-elles vraiment complètes sans ce fleuron de l’économie et de la fonctionnalité?

À la différence du MoMA, le Design Museum n’avait pas pour mandat initial de constituer une collection.

Fondé en 1981 et baptisé «La Chaufferie», sorte de galerie parallèle au sein du Victoria & Albert Museum, ses acquisitions ont eu lieu au gré des circonstances – éléments d’expositions laissés sur place, cadeaux spontanés... – depuis son déménagement en 1989 dans ses bâtiments actuels, à Tower Bridge. Son directeur, Deyan Sudjic, qui décrit la politique légèrement hasardeuse des premières années comme «propre aux musées anglo-saxons», espère néanmoins aboutir à une méthode d’acquisition plus rationnelle dans le cadre du plan prévoyant un nouveau déplacement du musée. À cette fin, ce dernier a établi une classification du design qui couvre aussi bien le graphisme que l’architecture, la mode, le mobilier, l’interactivité, les objets et les transports. Deyan Sudjic souligne que les acquisitions d’œuvres graphiques – ou selon l’expression qu’il préfère employer, de «design de la communication» – doivent contribuer à faire connaître le design de manière plus globale. Il préconise notamment de conserver l’ensemble du processus de création, depuis les premières ébauches jusqu’au produit fini, plutôt que le seul résultat final.

Les raisons invoquées par le musée pour enrichir ses collections sont multiples, les principales étant la création de ressources pour les expositions permanentes, la satisfaction des besoins éducatifs à tous les niveaux, la possibilité d’accorder des prêts à d’autres institutions et la sauvegarde des œuvres de design majeures. À cette fin, les conservateurs ont élaboré un système de notes permettant d’évaluer les acquisitions potentielles selon plusieurs critères. Pour que leur candidature soit examinée plus avant, les objets doivent obtenir des notes élevées concernant au moins deux critères. Les questions posées vont des aspects les plus idéologiques – l’objet est-il novateur? – aux plus concrets – peut-on l’entreposer? Si ce système n’offre pas de modèle stratégique clair comparable à celui du MoMA, il conjugue, selon Deyan Sudjic, clarté et souplesse.

Parmi les dernières œuvres graphiques que le Design Museum a prévu d’acquérir figurent les archives du designer anglais Alan Fletcher. Personnage d’avant-garde de la scène londonienne et fondateur de la société internationale de design Pentagram, Fletcher a contribué par son travail à faire connaître plusieurs pans de l’histoire de sa discipline, tels le design anglais des années 1960 ou la professionnalisation du graphisme. En 2007, la donation à venir de ses archives a donné lieu à une rétrospective témoignant de la volonté constante du musée de maintenir un lien entre collection et exposition. Continuant à affiner la stratégie du musée, Deyan Sudjic cherche à élaborer une politique de collection capable de «survivre» à l’équipe actuelle de conservateurs, tout en permettant une certaine «marge de manœuvre».

PRODUIRE LA CIVILISATION

Si l’on compare les politiques du MoMA et du Design Museum, il apparaît clairement qu’il n’existe pas de manière unique de procéder, ni pour constituer ni pour enrichir une collection. Il s’agit, dans une certaine mesure, d’un exercice pragmatique : les collectionneurs potentiels doivent trouver les lieux et les ressources disponibles pour de nouvelles acquisitions. Ils doivent ensuite élaborer un projet à long terme et le mettre en œuvre avec énergie et passion. Une seule collection de graphisme ne pouvant tout dire, il est essentiel de définir un fil narratif et une méthode. Une collection peut dans un premier temps être motivée par l’existence d’une lacune, mais sa croissance ne peut s’inscrire uniquement dans la réaction. Pour se développer, elle doit être capable de définir sa propre dynamique. La transparence est l’une des principales qualités d’une politique de collection : quels que soient l’objectif et la démarche, son fondement doit être clair, tant au sein des institutions concernées qu’à l’extérieur.

Selon Paola Antonelli, «le rôle des musées est de produire la civilisation». Au fil du temps, toutes les collections de musées deviennent des documents historiques à part entière, témoignant des préoccupations passées et offrant des axes de recherches. Lorsqu’on lui demande s’il redoute que la collection du Design Museum puisse, à l’avenir, être considérée comme une curiosité – au même titre que le musée anthropologique Pitt Rivers d’Oxford ou le Sir John Soane Museum de Londres –, Deyan Sudjic, loin de rejeter cette perspective, s’en réjouit. À l’idée que les œuvres d’Alan Fletcher ou la signalisation de Margaret Calvert puissent séduire les publics de demain, de même que les masques tribaux et les plâtres des statues antiques captivent les visiteurs contemporains, il répond : «Si seulement!»



SÉLECTION D'OUVRAGES EN FRANÇAIS SUR LE DESIGN GRAPHIQUE

**PUBLIÉS DE SEPTEMBRE 2009
À AOÛT 2010**

DOUBLE PAGE

Collectif
Éditions B42/École des beaux-arts
de Rennes
français/anglais

**ÉTAPES :
15 ANS DE CULTURE VISUELLE**

Collectif
Pyramyd, Paris

JEAN JULLIEN

Éditions Michel Lagarde, Paris
français/anglais

JOSÉ MENDOZA Y ALMEIDA

Martin Majoor
et Sébastien Morlighem
«Bibliothèque typographique»,
Ypsilon éditeur, Paris
français/anglais

**LA BELLE ÉPOQUE DE JULES CHÉRET :
DE L’AFFICHE AU DÉCOR**

Sous la direction de Réjane
Bargiel et Ségolène Le Men
Les Arts décoratifs/Bibliothèque
nationale de France, Paris

LE DÉTAIL EN TYPOGRAPHIE

Jost Hochuli
Éditions B42, Paris

LE TRAIT. UNE THÉORIE DE L’ÉCRITURE

Gerrit Noordzij
«Bibliothèque typographique»,
Ypsilon éditeur, Paris

**LES PLUS BEAUX LIVRES
FRANÇAIS 2009**

Collectif,
Association des plus beaux
livres français, Paris

MALTE MARTIN/AGRAFMOBILE

Isabelle Camarieux,
Christine Rodès
Éditions de l’œil, Montreuil
français/anglais

MICHEL QUAREZ

Thierry Devynck
Éditions Paris bibliothèque,
Paris

MISE EN PAGES(S), ETC.

Claire Gautier et Damien Gautier
Pyramyd, Paris

**NÉO RÉTRO. GRAPHISME D’HIER
POUR CRÉATION D’AUJOURD’HUI**

Brenda Dermody
et Teresa Breathnach
Thames & Hudson, Paris

NOUVELLE TYPOGRAPHIE ORNEMENTALE

Steven Heller, Gail Anderson
Thames & Hudson, Paris

N+1

Collectif
École supérieure d’art
et design de Saint-Étienne/
Cité du design éditions

**OPEN PROJECTS.
DES IDENTITÉS NON STANDARD**

Christina Chiappini
et Silvia Snigiotti
Pyramyd, Paris

ZELOOT

Éditions Michel Lagarde, Paris
français/anglais

FLAG, ILK, YOU & MCCUSKEY

Collection «Design & Designers»,
Pyramyd, Paris
français/anglais

**21^e FESTIVAL INTERNATIONAL
DE L’AFFICHE ET DU GRAPHISME
DE CHAUMONT**

Pyramyd, Paris
français/anglais

**AFFICHES CONSTRUCTIVISTES
RUSSES. 1920-1940**

Collectif
Pyramyd, Paris
français/anglais

**À NOTER.
QUELQUES PARUTIONS
DE REVUES**

BACK COVER, N° 4

Éditions B42, Paris

GRAPHÊ, N°s 44, 45, 46

association Graphê, Paris

LIVRAISON, N° 13

association Rhinocéros,
Strasbourg

**ET, EN LIGNE,
ROSA B., N° 3**

«Format-standard»

PRIX OBTENUS PAR DES GRAPHISTES FRANÇAIS

PETER KELLER

a été nommé officier des Arts
et des Lettres le 15 juin 2010.

MICHEL QUAREZ

médaille d’or à la biennale
de Varsovie

ALAIN LE QUERNEC

médaille d’argent à la biennale
de Lahti (Finlande),
prix Graphia, médaille d’or
à la 9^e triennale de l’affiche
de Toyama (Japon) et 4^e prix
de la triennale de l’affiche
politique de Mons (Belgique)

**H5 : FRANÇOIS ALAUX,
HERVÉ DE CRÉCY ET LUDOVIC HOUPLAIN**

Oscar dans la catégorie
court-métrage d’animation
pour *Logorama*

PRIX DU TYPE DIRECTORS CLUB

Jean François Porchez
(Porchez typofonderie)
pour le caractère Retiro,
Laurent Bourcellier
(Typographie.fr) pour le
caractère Joos, Titus Nemeth
pour le caractère Aïsha

**LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES,
COMPÉTITION 2009**

PRIX DIRECTION ARTISTIQUE
Maison Martin Margiela
Collectif

PRIX MAGAZINE (COUVERTURE)
Paradis, n° 5
Thomas Lenthal

PRIX CATALOGUE D’EXPOSITION
Ma proche banlieue
Xavier Barral/Chloé Tercé

PRIX INVITATION
Givenchy
M/M (Paris)

**CONCOURS DES PLUS BEAUX
LIVRES FRANÇAIS**

ACID ARENA
Dave 2000
édition: Le Dernier Cri
conception graphique:
Pakito Bolino

ARTISTES D’ABOMEY
Catalogue d’exposition
édition: fondation Zinsou
conception graphique:
Salutpublic Paris
(Renaud Huberlant,
Benoît Santiard)

**ARTS APPLIQUÉS
ET CULTURES ARTISTIQUES**
Christiane Doïson
et Bérénice Guitard
édition: Casteilla
conception graphique:
Grand Ensemble/Sandra Chamaret

BEATRIZ MILHAZES
Leanne Sacramone/catalogue
d’exposition
édition: Fondation Cartier
conception graphique: Pierre
Péronnet/Wijntje van Rooijen

C’EST PAS BEAU DE CRITIQUER ?
Stéphanie Airaud
édition: Mac/Val
conception graphique:
Les Designers anonymes

GRANDE VITESSE
Jochen Gerner
édition: L’Association
conception graphique:
Jean-Christophe Menu,
Jochen Gerner

**HF/RG
HARUN FAROCKI/RODNEY GRAHAM**
Collectif/
catalogue d’exposition
édition: Black Jack/Jeu de Paume
conception graphique:
deValence

**ISADORA DUNCAN,
UNE SCULPTURE VIVANTE**
Catalogue d’exposition
édition: Paris-Musées
conception graphique:
Loran Stoskopf

**JIMMIE DURHAM.
PIERRES REJETÉES**
Collectif/
catalogue d’exposition
édition: Paris-Musées
conception graphique: Hey Ho

MA PROCHE BANLIEUE
Patrick Zachmann
édition: Xavier Barral
conception graphique:
Atalante/Chloé Tercé

**LA MÉMOIRE À L’ŒUVRE.
LES ARCHIVES
ANTOINE BOURDELLE**
Collectif
éditions: éditions
des Cendres/INHA/Paris-Musées
conception graphique:
Marc Kopylov

OÙ ET QUAND ? LOURDES
Sophie Calle
édition: Actes Sud
conception graphique:
Sophie Calle
et Raphaëlle Pinoncély

**PASCAL CRIBIER :
ITINÉRAIRES D’UN JARDINIER**
Collectif
édition: Xavier Barral
conception graphique: Atalante

PEINTURE ET DESSIN
Ségolène Bergeon Langlé
et Pierre Curie
éditions: éditions du
Patrimoine/Monuments nationaux
conception graphique:
Atelier de création graphique

PETIT ARBRE
Katsumi Komagata
édition: One Stroke/
Les Trois Ourses
conception graphique:
Katsumi Komagata

POPVILLE
Anouck Boisrobert et Louis Rigaud
Avec un texte de Joy Sorman
édition: Hélium
conception graphique:
Les Associés réunis

SAISONS
Blexbolex
édition: Albin Michel jeunesse
conception graphique:
Blexbolex

SIGNS & FIGURES
Pancho Graells
édition: Galaade
conception graphique: Hey ho

TEMPS GELÉ
Thierry Acot-Mirande
édition: Monsieur Toussaint
Louverture
conception graphique:
Dominique Bordes

TEXT(E)S
Collectif
édition: galerie Loevenbruck
conception graphique:
Gaël Hugo & Samuel Wolf

WE WANT MILES
Franck Bergerot
et Vincent Bessières
édition: Textuel
conception graphique:
Caroline Keppy

YVES KLEIN USA
Rotraut Klein-Moquay
et Robert Pincus-Witten
édition: Dilecta
conception graphique:
Grégoire Romanet

CALENDRIER DE SEPTEMBRE 2010 À AOÛT 2011

24 JUIN-7 NOVEMBRE

Exposition
LA BELLE ÉPOQUE DE JULES CHÉRET : DE L’AFFICHE AU DÉCOR

Cette importante rétrospective consacrée à Jules Chéret s’attarde sur sa carrière d’affichiste mais aussi de décorateur et de peintre.

MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS
107 RUE DE RIVOLI
75001 PARIS
WWW.LESARTSDECORATIFS.FR

13-24 SEPTEMBRE

Exposition
CAROLINE FABÈS : SUPERFICIE TYPOGRAPHIQUE

L’exposition présente les expérimentations typographiques de Caroline Fabès, qui reposent sur les processus de transformation de la quantité de matière d’un signe, notamment la densité de noir et de blanc.

ÉCOLE SUPÉRIEURE D’ART ET DE DESIGN
40 RUE DES TEINTURIERS
80000 AMIENS
WWW.ESAD-AMIENS.FR

18 SEPTEMBRE-12 DÉCEMBRE

Exposition
LES PLUS BEAUX LIVRES SUISSES 2009

Présentation des trente lauréats de l’édition 2009 du concours «Les Plus Beaux Livres suisses», organisé par l’Office fédéral de la culture suisse (OFC).

LIBRAIRIE DU CENTRE CULTUREL SUISSE
32 RUE DES FRANCS-BOURGEOIS
75003 PARIS
WWW.CCSPARIS.COM

30 SEPTEMBRE-11 DÉCEMBRE

Exposition
FLAVIA COCCHI

L’exposition présente les travaux de cette graphiste suisse réalisés pour le Mudac (musée de Design et d’Arts appliqués contemporains), le musée d’Yverdon et région, l’horloger Jean Dunand, ou pour des catalogues d’artistes.

GALERIE ANATOME
38 RUE SEDAINE
75011 PARIS
WWW.GALERIE-ANATOME.COM

5 OCTOBRE-28 NOVEMBRE

Exposition
BERNARD VILLEMOT

Cette exposition est organisée à l’occasion du don, par la famille de l’artiste à la Bibliothèque nationale de France, de dessins, études et recherches préparatoires aux affiches de Bernard Villemot (1911-1989).

BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE
SITE FRANÇOIS MITTERRAND
75013 PARIS
WWW.BNF.FR

8 OCTOBRE-8 JANVIER

Exposition
GOOD DESIGN = GOOD BUSINESS

Cette exposition présente l’identité visuelle du laboratoire suisse Geigy par le biais de 300 objets provenant de tous les champs d’application du design graphique : emballages, affiches, cartes postales, etc. En collaboration avec le Museum für Gestaltung, Zurich

LE LIEU DU DESIGN
74 RUE DU FAUBOURG-SAINT-ANTOINE
75012 PARIS
WWW.LELIEUDUDESIGN.COM

15 OCTOBRE-13 FÉVRIER

Exposition
ART POUR TOUS

Soixante-dix affiches issues de la collection du Yale Center for British Art, commandées entre 1908 et 1960 par le London Transport et les sociétés de chemin de fer britanniques composent cette exposition.

MUSÉE DE L’IMPRIMERIE
13 RUE DE LA POULAILLERIE
69001 LYON
WWW.IMPRIMERIE.LYON.FR

10 NOVEMBRE

Événement
GRAPHISME EN REVUE L’ATELIER TER BEKKE/BEHAGE ET SES COMMANDITAIRES

Cette tribune aborde les enjeux contemporains du graphisme. Avec Marc Barani, architecte ; Evelyn ter Bekke et Dirk Behage, graphistes ; Stéphane Braunschweig, metteur en scène ; Marinette et Henri Cueco, artistes. Modéré par Romain Lacroix.

PETITE SALLE, 19H30.
CENTRE POMPIDOU
75004 PARIS

15 NOVEMBRE-17 DÉCEMBRE

Exposition
ROGER EXCOFFON ET LA FONDERIE OLIVE

Cette rétrospective de l’œuvre typographique de Roger Excoffon (1910-1983) pour la fonderie marseillaise Olive présente, à l’occasion du centenaire de sa naissance, de nombreux documents rares et inédits (spécimens, publicités...).

ÉCOLE SUPÉRIEURE D’ART ET DE DESIGN
40 RUE DES TEINTURIERS, 80000 AMIENS
WWW.ESAD-AMIENS.FR

16 NOVEMBRE

Conférence
FANETTE MELLIER, GRAPHISTE

Le travail de Fanette Mellier concerne essentiellement les domaines de l’édition littéraire et de l’action culturelle et sociale, et ses recherches s’attachent avant tout à l’objet imprimé.

AUDITORIUM, 17H
ÉCOLE DES BEAUX-ARTS DE RENNES
34 RUE HOCHÉ, 35000 RENNES
WWW.ERBA-RENNES.FR

19 NOVEMBRE-31 JANVIER

Festival
MOIS DU GRAPHISME D’ÉCHIROLLES

Pour ses 20 ans, le Mois du graphisme propose plusieurs expositions : «The American Dream» (dans l’atelier de Carin Goldberg ; Woodstock 69. The Spirit of a Generation ; Gig posters), «Live in Tokyo» (une exposition monographique de Mitsuo Katsui), «Destination russie» (dans l’atelier de Yuri Gulitov). Des conférences, ateliers et *masterclass* sont également organisés.

CENTRE DU GRAPHISME D’ÉCHIROLLES
9 RUE DU 19-MARS-1962, 38130 ÉCHIROLLES

20 NOVEMBRE-5 DÉCEMBRE

Exposition
EMS N-1,2 RECHERCHES ET EXPÉRIMENTATIONS EN DESIGN GRAPHIQUE, NUMÉRIQUE ET SONORE DANS LES ÉCOLES D’ART ET DE DESIGN

Cette exposition présente une sélection de projets conduits ou initiés par les écoles supérieures d’art et de design françaises et internationales.

ÉCOLE SUPÉRIEURE D’ART ET DESIGN DE SAINT-ÉTIENNE/CITÉ DU DESIGN
3 RUE JAVELIN-PAGNON,
42000 SAINT-ÉTIENNE WWW.ESADSE.FR

23 NOVEMBRE

TABLE RONDE SUR L’ACTUALITÉ GRAPHIQUE

Des étudiants en design graphique de l’École de recherche graphique de Bruxelles et de l’École des beaux-arts de Rennes aiment ensemble un débat afin de diffuser leurs réflexions quant à leur pratique.

Modéré par Romain Lacroix.

AUDITORIUM, 17H
ÉCOLE DES BEAUX-ARTS DE RENNES
34 RUE HOCHÉ, 35000 RENNES
WWW.ERBA-RENNES.FR

24 NOVEMBRE

Conférence
RENAUD HUBERLANT

Renaud Huberlant travaille au sein du studio Salut public qu’il a fondé en 2002 avec Pascale Onraet à Bruxelles. Sa pratique porte plus particulièrement sur le design éditorial, les identités architecturales et la création de sites internet.

AUDITORIUM, 17H.
ÉCOLE DES BEAUX-ARTS DE RENNES
34 RUE HOCHÉ, 35000 RENNES
WWW.ERBA-RENNES.FR

16 DÉCEMBRE

Conférence
STEFAN SAGMEISTER : DESIGN & BONHEUR

Stefan Sagmeister (né en 1962) est l’un des graphistes les plus originaux de sa génération. Il présente ses travaux récents et évoque le bonheur d’être graphiste en même temps que celui d’en apporter au public.

GRANDE SALLE, 19H.
CENTRE POMPIDOU, 75004 PARIS
WWW.CENTREPOMPIDOU.FR

18 JANVIER-4 FÉVRIER

Exposition
LES PLUS BEAUX LIVRES BELGES, PRIX FERNAND BAUDIN

La sélection des lauréats du prix des plus beaux livres belges est présentée dans cette exposition.

ÉCOLE SUPÉRIEURE D’ART ET DE DESIGN
40 RUE DES TEINTURIERS
80000 AMIENS
WWW.ESAD-AMIENS.FR

19 JANVIER-22 MAI

Exposition
MICHAL BATORY

Pour cette première grande exposition monographique, Michal Batory convie le visiteur dans son univers : y seront présentés son cabinet de curiosité, de nombreux objets utilisés pour la création de ses affiches ainsi que ses carnets de croquis.

MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS
107 RUE DE RIVOLI, 75001 PARIS
WWW.LESARTSDECORATIFS.FR

8 FÉVRIER-7 MAI

Exposition
HENRI-GUSTAVE JOSSOT (1866-1951), ARTISTE GRAPHIQUE

L’exposition présente les caricatures et les affiches publicitaires de Jossot, artiste graphique au style très personnel, inspiré par les Nabis, l’Art nouveau, les enluminures médiévales et les estampes japonaises.

BIBLIOTHÈQUE FORNEY
1 RUE DU FIGUIER, 75004 PARIS

15 MARS-15 MAI

Exposition
GRAPHISME ET CRÉATION CONTEMPORAINE

L’exposition se propose de mettre en valeur le graphisme des années 2000-2010 et, plus particulièrement, les travaux réalisés par des graphistes pour la création contemporaine : arts plastiques, photographie, théâtre, danse, littérature, musique, mode.

BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE
SITE FRANÇOIS MITTERRAND, 75013 PARIS
WWW.BNF.FR

MARS

Journées d’études
LANGAGES DU DESIGN GRAPHIQUE. LE SIGNE ET SES USAGES CONTEXTUELS

Ces deux journées sont consacrées à l’étude du signe dans son contexte social et culturel. Éclectisme, vernaculaire et mélange des genres sont les thématiques explorées.

ÉCOLE SUPÉRIEURE DES ARTS DÉCORATIFS
UNIVERSITÉ DE STRASBOURG
67000 STRASBOURG
WWW.ESAD-STG.ORG

MAI-JUILLET

Exposition
FUTURA

Cette exposition retrace l’histoire et les utilisations les plus intéressantes du Futura, créé par l’artiste et typographe allemand Paul Renner et publié en 1927 par la fonderie Bauer.

GALERIE ANATOME
38 RUE SEDAINE, 75011 PARIS
WWW.GALERIE-ANATOME.COM

MAI-JUIN

Festival
22^e FESTIVAL INTERNATIONAL DE L’AFFICHE ET DU GRAPHISME DE CHAUMONT

Des expositions, rencontres, conférences, ateliers et concours sont organisés.

FESTIVAL INTERNATIONAL DE L’AFFICHE ET DU GRAPHISME, LES SILOS
7-9 AVENUE FOCH, 52000 CHAUMONT
WWW.CHAUMONT-GRAPHISME.COM

21-27 AOÛT

Rencontres
RENCONTRES INTERNATIONALES DE LURE : «À LA MARGE»

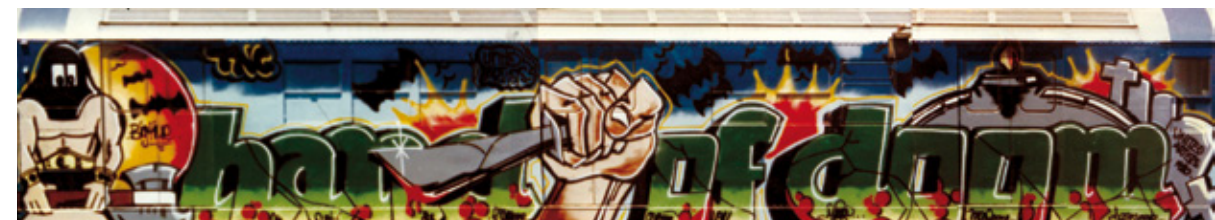
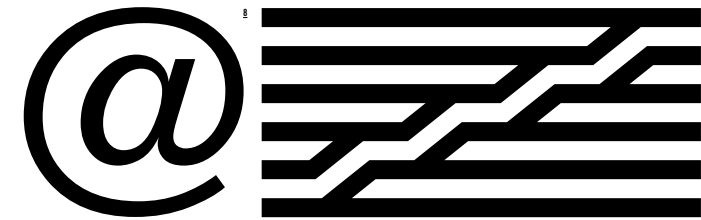
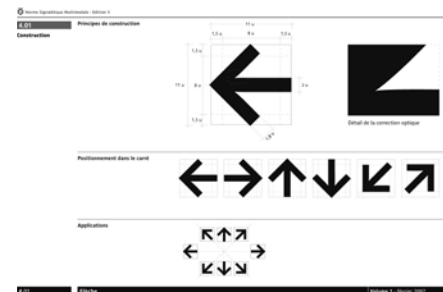
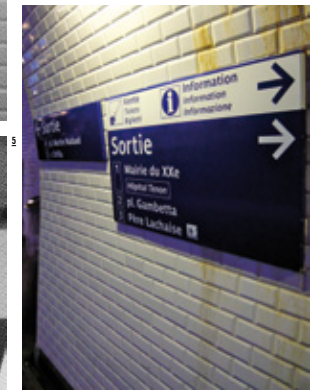
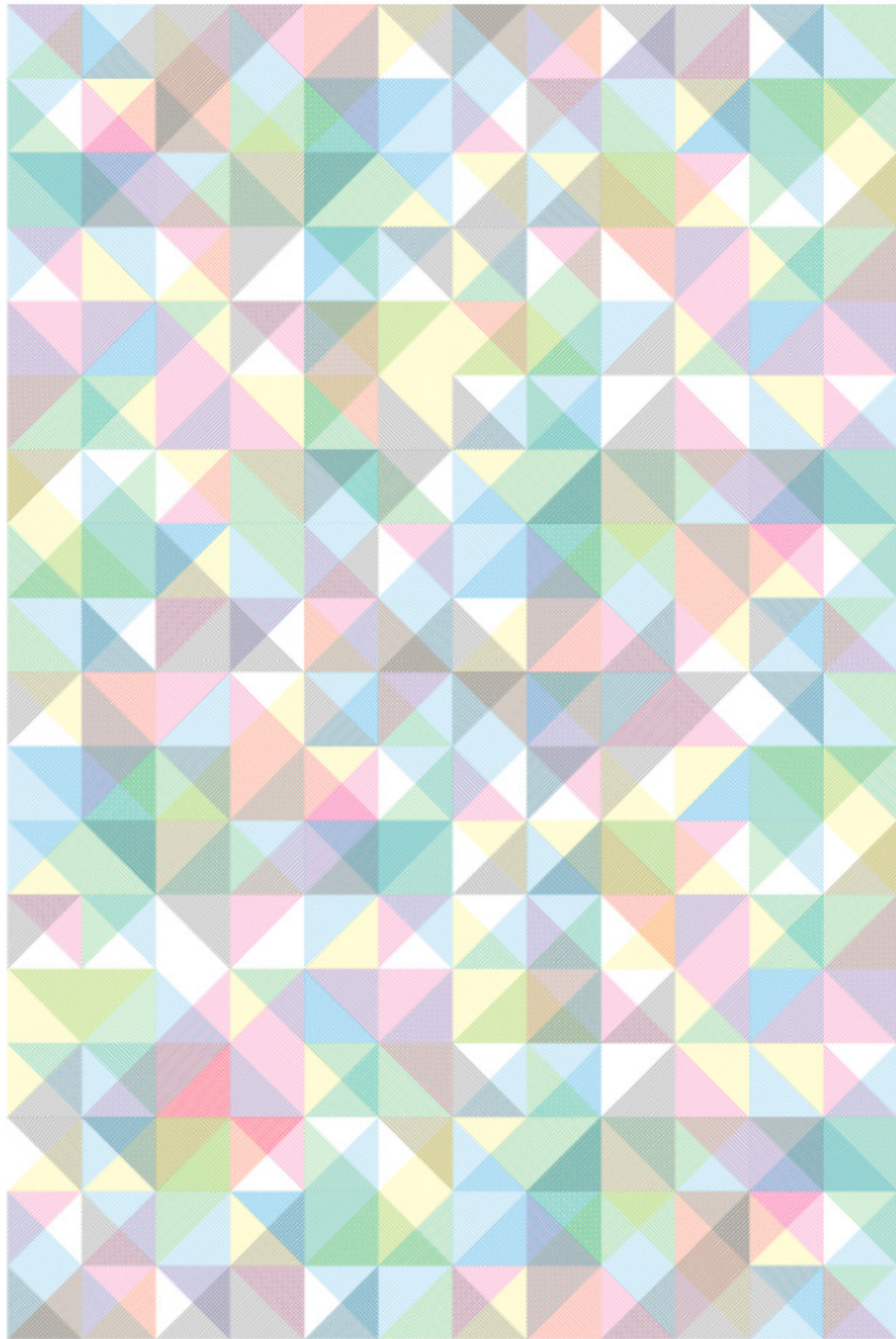
Typographes, designers, artistes contemporains, créateurs des médias numériques, auteurs et analystes apportent leurs contributions et réfléchissent à la notion de marge.

RENCONTRES INTERNATIONALES DE LURE
LA CHANCELLERIE, 04700 LURS
WWW.RENCONTRESDELURE.ORG

Les informations communiquées dans ce calendrier sont susceptibles d’être modifiées par les organisateurs.

Retrouvez l’actualité du design graphique tout au long de l’année sur le site www.graphismeenfrance.fr en vous abonnant aux flux RSS.

Vous organisez des événements et souhaitez bénéficier de la plateforme d’information du Cnap : demandez l’ouverture de votre espace sur info.cnap@culture.gouv.fr.



1 JEAN FRANÇOIS PORCHEZ Textes composés en Parisienne PTF, 1990-2006, et Parisienne PTF Plus, 1999-200.

2 RATP Norme signalétique multimodale, 2007.

3 RATP Panneaux utilissant le Parisienne PTF (room de la station et Informations voyageurs), 2009.

4 RATP Signalétique multimodale, panneaux de direction avec nomenclature, ligne 5, 2007 photographes: J. Denis et D. Pontille.

5 RATP Signalétique multimodale, fabrique d'un panneau atelier de maintenance de la signalétique RATP, Montreuil, 2007, photographes: J. Denis et D. Pontille.

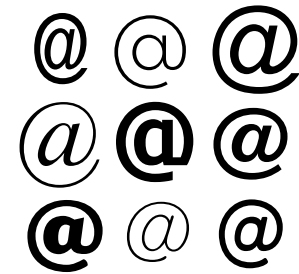
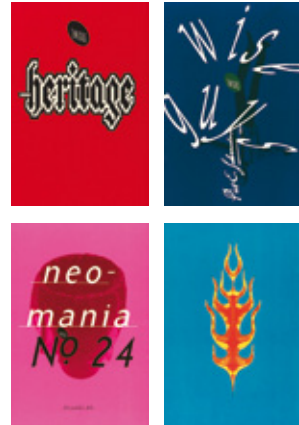
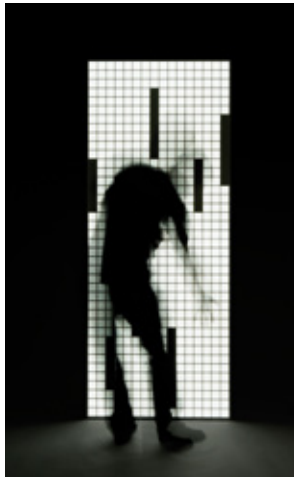
6 RATP Test de plaque utilisant le Parisienne PTF, 2009.

7 RATP Logo du Centre Pompidou, 1977.

8 RAY TOMLINSON Anabase, 1972.

9 JEAN WIDMER Logo du Centre Pompidou, 1977.

10 RICHARD - SEEN - MIRANDO Hand of Doom Bronx, New York, 1980 ©SEEN Studios 2000.



Merci aux graphistes qui ont répondu à l'interview: **SUPERSCRIPT!** Affiche de l'exposition «In Progress - Le design face au progrès», Grand-Hornu, Belgique, 2010.

➤ **ETIENNE MINEUR BERTRAND DUPLAT** Prototypage du livre qui disparaît, «Yves Saint Laurent», texte de Cyrano de Bergerac, éditions Volumiques, 2010.

➤ **PHILIPPE APELOIS** Affiche de l'exposition rétrospective «Yves Saint Laurent», Petit Palais, Paris-musee, photographie par Pierre Boulat, éditions Volumiques, 2010.

➤ **ERIK ADIGARD** Affiche «The Art of Politics», 2010.

➤ **RUDY MEYER** Affiche pour le festival Bleu sur scène, théâtre du Châtelet, 2006.

➤ **PIERRE BERNARD** Logotype du musée du Louvre, 1989 (restauré en 2010).

➤ **ANTOINE-MANUEL** Affiche «Jelly», encre sur papier, 2010, courtesy galerie Claire Gasteau.

➤ **PETER KNAPP** Double page du magazine «Elo», 1970.

➤ **LM COMMUNIQUER - LAURENCE MADRELLE JULIEN MARTIN** Identité visuelle de l'établissement public d'aménagement Orly-Rungis-Seine-Adonne, 2009.

➤ **MICHEL LEPEITTOIDIER** Affiche pour le musée Nicéphore-Népoc de Chalon-sur-Saône, 2010.

➤ **NO DESIGN LAB - JEAN-LOUIS FRECHIN VROS PETREVSKI** Porte-écran programmable, «Wolove», carte blanche du Via 2008.

➤ **TER-BENKE/BEHAGE** Affiche pour le théâtre de La Colline, 2009.

➤ **LORAN STOSSKOPE** Direction artistique et conception graphique des «Wallpaper City Guides», Phaidon, 2006.

Merci également à Marie Brunau/Presse Papier, Thierry Chancogne, Mathias Schaezler, M/M (Paris) et Karlin van der Heiden.

➤ **MARGARET CALVERT JOCK KINNEIR** Panneau de signalisation, 1965, photographie: Luke Hayes, collection du Design Museum, Londres.

➤ **RUDY VANDERLANS** Couvertures de la revue «Enigma» n°34 (1990), 17 (1991), 24 (1992) et 26 (1993), illustration: Rick Valicenti collection du MoMA, New York.

➤ **TOULOUSE-LAUTREC** Les Ambassadeurs, Aristide Bruant dans son cabaret à Paris, 1892, photographie: Luke Hayes, collection de la Bibliothèque nationale de France, Paris.

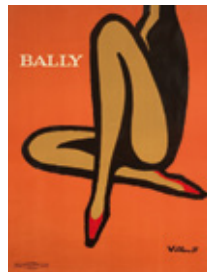
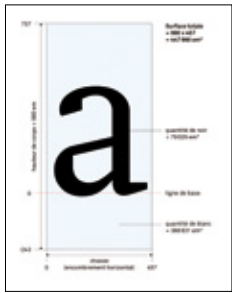
➤ **RAY TOMLINSON** «Arabes», 1971, collection du MoMA, New York.

➤ **M/M (PARIS)** Livre catalogue de l'exposition «Translation», texte Fondation Centre for Contemporary Art, Grèce, 2006, collection de la Bibliothèque nationale de France, Paris.

➤ **TRACT DE MAI 68** Début d'une lutte prolongée, 1968, collection de la Bibliothèque nationale de France, Paris.

➤ **IRMA BOOM** Livre, «Sheila Hicks: Moving as Metaphor», Yale University Press, 2006, collection du MoMA, New York.

➤ **EXPERIMENTAL JETSET** Deux affiches pour «Het Koude Kind», De Theatercompagnie, 2006, collection du MoMA, New York.



1 MICHAL BATORY
Affiche pour le Mois du graphisme d'Écritrolles, 2010.

2 CAROLINE FAREZ
Détail du projet de recherche «superficie typographique», 2010.

3 FANETTE MELLIER
Vue de l'exposition «livre à vous : exposition des travaux graphiques de Fanette Mellier au Service culture) de la Ville de Gentilly», 2009.

4 FLAVIA COCCHI
Affiche, Animation, Mudac (Musée de Design et d'arts appliqués contemporains), Lausanne, 2007.

5 ROGER EXCOFFON
Couverture d'un spécimen de caractères, fonderie Olive, 1964.

6 LAURENZ BRUNNER
Affiche pour Les Plus Beaux Livres suisse, 2010.

7 ROGER EXCOFFON
Portrait du typographe, vers 1964, archives Martine Excoffon-Rosar.

8 JULES CHERET
Affiche pour Les Folies-Bergères avec la Loie Fuller, 1893 © Les Arts décoratifs, Photographie Jean Thollance.

9 SAGMEISTER INC.
Livres, tubes, Design : Roy Rub et Seth Labenz; concept : Inger-Norde-Koehler et Stefan Sagmeister; production : Laurence Ng, 2010.

10 FUTURA
Annonce de la Fonderie Baser pour le Futura, 1934 © London Transport Museum, Göttrumsprache, Juillet 1929.

11 ANNA KATRINA ZINKESEN
Motor Show, 1934 © London Transport Museum, Photographie British Centre for Art.

12 BERNARD VILMOT
Affiche pour Bally, 1967 © ADAP, 2010.