

À LA MARGE

À LA MARGE

À LA MARGE:
RÉFLEXIONS SUR LES
TERRITOIRES TROUBLES
ENTRE ART CONTEMPORAIN
& DESIGN GRAPHIQUE

À LA MARGE

À LA MARGE

INTRODUCTION	4
UNE QUESTION DE CRÉDIBILITÉ: comment et pourquoi les graphistes se sont-ils rapprochés de l'art contemporain pour valoriser leur pratique?	9
POSTURES: étude du discours des graphistes	10
INSTITUTIONNALISATION: reproduction des schémas de médiation et de création dans l'art contemporain au service du design graphique	39
LES INSTITUTIONS D'ART CONTEMPORAIN: lieux d'expérimentation et de collaboration graphiques	57
UNE « SÉMIOTIQUE GRAPHIQUE » pour les institutions d'art contemporain	58
TRAVAILLER ENSEMBLE: processus de collaboration dans la conception d'une identité visuelle	103
CONCLUSION	137

INTRODUCTION

Depuis presque 6 ans, je suis étudiante en design graphique. J'ai pu faire deux diplômes dans deux écoles différentes, un DN MADE à l'ELMAD Auguste Renoir à Paris de 2018 à 2021, un DNA en équivalence à l'ÉSAD d'Amiens de 2021 à 2022, et désormais je clos ces longues études par un DNSEP qui prendra fin en 2024 dans le même établissement.

J'ai ainsi eu l'occasion de me confronter à plusieurs pédagogies dans l'apprentissage de cette discipline, et donc différentes visions, transmises par des professeur·es passionné·es ayant elleux mêmes eu des apprentissages certainement très variés qui les ont mené·es à affirmer une position en tant que professionnel·les du graphisme, mais également de l'apprentissage.

Si j'en viens à étudier le lien entre design graphique et art contemporain, c'est parce que, dès le début de mes études, je me suis questionnée sur ma pratique et celles des autres, celles dans lesquelles je pouvais me projeter, qui m'inspiraient professionnellement.

Je me souviens très bien d'un exercice lors ma deuxième année de DN MADE, où l'un de nos professeurs nous avait demandé de présenter notre définition du design graphique. Cet exercice devait initier mon travail de recherche pour le premier « *mémoire* » — le terme article est sûrement plus approprié — que je m'apprêtais à écrire. Naïvement, j'avais rassemblé des projets de graphistes qui me plaisaient visuellement, que je trouvais beaux, notamment le travail de Frédéric Teschner. Il me semblait que c'était du bon graphisme, mais je ne savais pas dire pourquoi. Mon discours candide face à ces projets n'a très certainement pas convaincu mon professeur, qui a très vite expliqué à l'ensemble de la classe que nous n'avions rien compris à l'exercice. Il n'était pas question de présenter de beaux projets simplement parce que nous étions sensible à leur esthétique, mais de comprendre plus loin les raisons qui ont poussé la designeuse à produire ces formes, à

comprendre l'histoire du design graphique qui précède ce que nous voyons maintenant.

Ces premières années d'études, de 2018 à 2021, m'ont particulièrement influencée et marquée dans la manière dont j'aborde actuellement le graphisme, et l'arrivée en équivalence en DNA m'a confrontée à d'autres réalités et possibilités de mener ma pratique. Avec du recul, je sais que mon jeune âge et mon envie de bien faire ont sûrement déformé ou exacerbé le discours de certaines de mes professeures, mais je me souviens avoir été particulièrement marqué par un discours de ce que doit et ne doit pas être le design graphique, et également qu'une pratique dite trop « *artistique* » était généralement méprisée ou alors très souvent remise en question.

Mon arrivée à l'ÉSAD d'Amiens en 2021 m'a poussé au contraire à m'émanciper d'une trop grande réflexion et intellectualisation sur mes projets qui parfois me bloquait dans la réalisation plastique, et de reconnaître également qu'un style graphique n'est pas ce qui nous définit ou stigmatise et qu'il n'y a pas nécessairement de bonnes ou de mauvaises manières de faire du design graphique. (Du moins, je ne suis pas obligée d'intellectualiser et raisonner tout ce que je fais dans les moindre détails pour que ce soit du bon design graphique.)

Été 2022, j'effectue un stage au FRAC Picardie. Je sais que j'ai très envie de travailler pour des institutions culturelles en général, et cette candidature spontanée m'emmène vers le terrain de l'art contemporain. J'y découvre les enjeux d'une telle structure, mais surtout je travaille en très grande autonomie car je suis la seule graphiste au sein de l'institution. Cette expérience, accumulée à toutes celles qui l'ont précédée, confirme chez moi l'envie de travailler à propos des limites de la pratique du design graphique, qui parfois arrivent sur le terrain de l'art contemporain de multiples manières.

À la marge: réflexions sur les territoires troubles entre art contemporain & design graphique fait référence au texte

de Michael Rock *Le graphiste-auteur*[†], dans lequel il utilise le terme «murky territories» pour définir ces terrains de rencontre. Ce mémoire est ainsi une tentative pour mieux comprendre ces visions si différentes et complexes qui me semblent prendre racine dans l'histoire du design graphique.

Il est composé de deux parties, chacune composée de deux chapitres qui exploreront les discours des graphistes et des pratiques se rapprochant de l'art contemporain, puis de l'étude de cas plus précise de la relation entre graphistes et institutions d'art contemporain.

*

**

À LA MARGE



UNE QUESTION DE CRÉDIBILITÉ

COMMENT ET POURQUOI
LES GRAPHISTES SE SONT-ILS RAPPROCHÉS
DE L'ART CONTEMPORAIN
POUR VALORISER LEUR PRATIQUE?

POSTURES: ÉTUDE DU DISCOURS DES GRAPHISTES

Pour commencer comme il se doit ce mémoire, il me semble important de faire l'analyse des discours. Le design graphique est une pratique que ses membres peinent à définir, et dont on finit très souvent par comparer à d'autres pratiques, notamment à l'art et parfois à l'art contemporain, que ce soit pour se positionner à contre-courant ou en phase avec elle. C'est comme s'il y avait toujours eu un conflit interne à définir ce que le design graphique est. Déjà en France il y a deux termes utilisés, celui de graphisme et celui de design graphique — qui s'avère être un anglicisme: «L'expression *graphic design* fait l'objet d'un consensus au plan mondial depuis plusieurs décennies: elle désigne une pratique créative dépendant de la commande, répondant à une fonction sociale, intrinsèquement liée à l'architecture et au design.»¹

«[...] ce vocable [graphisme] ne permet toujours pas, ou mal, de faire la distinction entre affichiste, illustration, graphisme.»²

Il y a comme une fracture au sein du design graphique, comme deux idéologies qui tentent tant bien que mal de se légitimer plus que l'autre.

Une quête de sens et une source de débat

Si l'on abordait la question d'une manière simpliste, le premier réflexe serait de se préoccuper du style graphique que ces visions arboreraient. Par exemple, un design ornemental contre un design moderniste. Un design empreint des traditions de l'art/artisanat contre un design qui tente de s'en défaire et de se trouver une forme d'universalisme. Seulement en réalité, cette dualité ne peut pas s'expliquer que par deux styles graphiques en opposition, elle est une dualité qui repose plutôt sur les discours.

¹ Wlassikof, Michel, *Histoire du graphisme en France*, Musée des Arts Décoratifs, 2021, p. 8.

² Idem, *Ibidem*, p. 8.

* Jan van Toorn, né le 9 mai 1932 à Tiel et mort le 13 novembre 2020 à Amsterdam, est un graphiste néerlandais. Ses œuvres les plus connues comprennent l'impression des calendriers Mart.Spruijt à Amsterdam, les affiches et les catalogues du Musée Van Abbe (1965-1994) à Eindhoven. Il conçoit des expositions mais il est également actif dans le domaine de l'éducation.

** Willem Hendrik Crouwel, dit Wim Crouwel, né le 21 novembre 1928 à Groningue aux Pays-Bas et mort le 19 septembre 2019 à Amsterdam, est un graphiste et typographe néerlandais.

p. 20-25 ← *img.*

Ces deux courants pourraient être illustrés par Jan Van Toorn* et Wim Crouwel** lors de leur débat en 1972³. Pour re-contextualiser, les deux graphistes sont à ce moment là de grandes figures influentes du design graphique néerlandais. Le premier s'illustre par une «conception du graphisme qu'il utilise comme un véritable outil critique»⁴, et «est un des principaux acteurs du débat sur la responsabilité sociale et culturelle des graphistes aux Pays-Bas et ailleurs.»⁵, tandis que le second a une pratique du design «marquée par la rigueur d'un héritage moderniste»⁶ dont le «travail est fondé à la fois sur les inépuisables ressources de la grille, matrice de toute composition, et sur l'exploitation constante de l'écrit en tant qu'élément plastique»⁷.

Wim Crouwel présente deux archétypes de graphiste :

- la première favorise une approche analytique pour arriver à un message le plus objectif possible, qui n'est pas tentée par l'expérimentation gratuite qui ne servirait que la nouveauté,
- la seconde est plus tentée par l'utilisation de moyens à la mode et n'hésite pas à expérimenter pour arriver à de nouveaux résultats.

Pour Crouwel, seulement la première peut être la plus professionnelle et ne se laisse pas absorber par un sens de la responsabilité envers la société. Jan Van Toorn part à peu près du même postulat mais selon lui le premier exemple que Crouwel décrit comme étant analytique s'avère plutôt être une technicienne dont la pratique est dérivée des sciences et de la technologie. Ce rapprochement que Van Toorn fait à la science me rappelle les propos de Michael Rock dans son texte *Le graphiste-auteur*⁸. Ce dernier explique que la littéra-

³ Crouwel, Wim et Van Toorn, Jan, «The Debate: The Legendary Contest Of Two Giants Of Graphic Design», *A PRINT magazine and Design Observer Best Book of the Year*, 2015.

⁴ Manaranche, Augustin, *Jan Van Toorn*, Index Grafik, www.indexgrafik.fr, 2014. (<http://indexgrafik.fr/jan-van-toorn/> dernière consultation : 20/11/2023).

⁵ Bruinsma, Max, «Je ne cherche pas, je trouve», *Étapes*, n°142, 2007, p. 36.

⁶ De Smet, Catherine, op. cit, *Wim Crouwel*, Index Grafik, www.indexgrafik.fr, 2014. (<http://indexgrafik.fr/wim-crouwel/> dernière consultation : 20/11/2023).

⁷ Idem, *Ibidem*.

⁸ Rock, Michael, *Le graphiste-auteur*, 1996, traduit par Stéphane Darricau et extrait de l'anthologie d'Helen Armstrong, *Le graphisme en textes*, 2009.

ture scientifique tend à s'anonymiser car plus « objective » mais dès lors qu'il y a plus de subjectivité ou du moins de « *controversialité* » dans un texte, le statut de l'auteurice et donc son nom reprend le dessus. On pourrait dire que la position fonctionnaliste de Wim Crowwel, issue de la culture du style international et des grands maîtres Suisse, serait de se rapprocher d'un idéal universel, objectif et neutre, qui semble impossible selon Van Toorn.

Dans la supposée neutralité de Wim Crowwel, il y a cette intention de ne pas prendre le dessus sur l'opinion du public récepteur. Il reproche également à certaines graphistes de trop se concentrer sur l'esthétique et l'expérimentation, qui seraient des préoccupations trop artistiques. Cette posture qu'il dénonce pourrait en quelque sorte effacer la dignité que peut apporter le statut de designèreuse :

« J'ai une grande affection pour l'artiste, mais je ne me réclamerai pas de ce terme - je n'ai pas autant de liberté qu'un artiste. Beaucoup de designers vivent avec le dilemme entre vouloir être un artiste visuel plutôt qu'un bon graphiste. »⁹

Van Toorn lui reproche de n'agir qu'avec un nombre d'outils limité, qu'il résume à son utilisation de la grille. La posture fonctionnaliste découle de cet usage restreint, et cette position ne permet pas au graphiste de s'attarder sur l'influence qu'il pourrait avoir sur le message.

« Les grilles sont extrêmement efficaces pour communiquer un message, mais c'est seulement un point de départ. Vous ne devriez pas en promouvoir leur usage comme l'unique solution pour arriver à une bonne communication dans le futur. »¹⁰

J'ai l'impression que Wim Crowwel tente de valoriser le graphisme grâce à ses propres règles et normes, que le seul moyen de réaliser un travail digne de respect est de se rapprocher d'une norme scientifique/technique et que le reste relève de l'amateurisme. Peut-être que cette logique résulte

« I have a great affection for the artist, but at the same time I do not claim to be one - I do not have much freedom as an artist. Many designers are living with the dilemma of wanting to be a visual artist rather than a good graphic designer »

« Grids are highly effective for conveying a message, but that is merely a starting point. You should not promote their use as the only solution for arriving at great communication for the future »

⁹ Crowwel, Wim, débat avec Jan Van Toorn p. 32, note complète à retrouver p. 11.

¹⁰ Van Toorn, Jan, débat avec Wim Crowwel p. 32, note complète à retrouver p. 11.

d'une quête de sens pour une pratique jeune (dans le sens où le graphisme comme on l'entend de nos jours, même s'il est originaire d'une histoire plus ancienne, est une pratique relativement récente et donc avec de nouveaux enjeux) qui peine à être pleinement définie et reconnue.

Bien évidemment, le design graphique comme tant d'autres disciplines est régi par des normes, par exemple de mise en page ou de typographie. Mais ces normes sont le fruit d'une expérimentation et d'une recherche menée individuellement ou collectivement. Elles sont importantes car elles parlent de l'histoire de notre discipline, mais il est également primordial de ne pas se censurer dans la recherche de nouveaux signes et de nouvelles manières de faire, qui permettent de faire avancer cette histoire si riche.

Le risque d'une normalisation du design graphique, c'est de figer la pratique dans le passé et de tomber dans le piège d'un universalisme idéal et utopique. Ce que représente le style International ou style Suisse par exemple, au-delà d'un style soi-disant objectif grâce à l'usage de la grille, d'une typographie sans empattement et d'une certaine régularité dans la mise en page, est de fait un discours occidental, qui ne peut prétendre être universel dans son fonctionnalisme.

Être auteurice

Pour évoquer le lien entre design graphique et l'art contemporain, il me semble essentiel de passer par la notion de « *graphisme d'auteur* ». Dans la partie précédente, je faisais référence à un article de Michael Rock, *Le graphiste-auteur*, datant de 1996, en plein essor de ce terme pour définir une pratique qui semblerait plus marginale et pouvant se rapprocher de l'art contemporain. Rock y explique que ce terme d'auteur est devenue « populaire dans certains cercles de la profession, n'en particulier ceux qui existent dans les limites de la création graphique »¹¹ et « suggère des connota-

tions séduisantes»¹². Cette notion ne découlerait pas directement de la littérature mais plutôt de la création en général : « Les définitions les plus anciennes ne sont d'ailleurs pas forcément associées au champs de la littérature, mais désignent plutôt "la personne à l'origine de l'existence de quelque chose". D'autres acceptions suggèrent des connotations autoritaires, voir patriarcales : "le père de toute vie", "n'importe quel inventeur, constructeur ou fondateur", "celui qui engendre", et "un chef, un commandant, un dirigeant". »¹³

Les graphistes se revendiquant autœurices peuvent faire passer leurs productions, qu'elles soient issues de la commande ou autoproduites, par le processus d'artification : « J'entends par "artification" l'ensemble des processus (cognitifs, sémantiques, institutionnels, juridiques, économiques, perceptifs...) aboutissant à faire franchir à un objet (œuvre) ou à une catégorie de personnes (artistes) la frontière entre non-art et art. »¹⁴

Ce phénomène d'artification n'est pas contradictoire avec le design graphique, comme il ne l'est pas pour la littérature, la photographie ou encore le cinéma. Il faudrait plutôt accepter et penser le design graphique comme une pratique appartenant à l'art, et ne pas avoir peur qu'elle puisse se rapprocher de l'art contemporain ou même y appartenir dans une certaine mesure. L'artification permet également une légitimation de l'autœurice et de sa création : « En outre, et surtout, la question de l'artification est antérieure à une problématique quelque peu différente, beaucoup plus familière à la sociologie : celle de l'élévation sur l'échelle hiérarchique interne aux différents domaines artistiques. Ce dernier phénomène relève non pas de l'artification mais de la problématique de la "légitimation", à laquelle s'est longtemps confinée la sociologie de

¹² Rock, Michael, *Le graphiste-auteur*, 1996, traduit par Stéphane Darricau et extrait de l'anthologie d'Helen Armstrong, *Le graphisme en textes*, 2009, p. 108.

¹³ Idem, *Ibidem*, p. 108.

¹⁴ Heinich, Nathalie, « La signature comme indicateur d'artification », *Sociétés et Représentations*, Éditions de la Sorbonne, vol. 25, n° 1, 2008, p. 99.

l'art à travers les thématiques de type arts mineurs/ arts majeurs, art savant/art populaire, etc. Or, il s'agit ici de dépasser cette problématique du positionnement au sein d'une même catégorie "l'art"), au profit d'une problématique plus ambitieuse: celle de la définition même des êtres, des choses, des actions amenés à endosser la qualification d'art ou d'artiste. Au Moyen Âge, lorsque les "imagiers" n'étaient encore que des artisans, la signature – lorsqu'elle figurait – relevait plutôt de la marque de fabrique ou de "tâcheron", comme on en trouvait sur les pierres des cathédrales. C'est seulement avec l'académisation de la peinture, constitutive de la professionnalisation de l'activité, que la signature devient sinon systématique, du moins plus fréquente»¹⁵

L'institutionnalisation du design graphique, notion sur laquelle je reviendrai dans le second temps de cette partie, a également permis de légitimer le «*graphisme d'auteur*» et de valoriser sa pratique, grâce au Signe en France par exemple. Néanmoins, il me semble important de rappeler que l'on ne peut pas seulement se proclamer auteurice pour l'être vraiment. Il ne suffit pas non plus que son graphisme soit compliqué ou soi-disant intellectualisé pour qu'il soit légitime: «Mais l'image prémonitoire, avancée par Katherine McCoy, de graphiste dépassant le cadre de la réponse à un cahier des charges et "adoptant le rôle auparavant réservé à l'art et à la littérature par la production d'un contenu supplémentaire et d'une critique consciente du message" a été bien souvent mal comprise. Plutôt que de travailler à inclure la théorie dans leurs méthodes de conception de nombreux graphistes soit-disant "déconstructionnistes" ont illustré de façon littérale l'image barthésienne d'un texte centré sur le lecteur — "un tissu de citations, issues de mille foyers de la culture" — en dispersant des fragments de citations à la surface de leurs couvertures de livres ou de leurs affiches "d'auteur"»¹⁶.

¹⁵ Idem, *Ibidem*, p. 99.

¹⁶ Rock, Michael, *Le graphiste-auteur*, 1996, traduit par Stéphane Darricau

Une graphiste autrice doit s'impliquer et s'affirmer dans ses prises de position, même si elle est au service de quelqu'une d'autre :

« Si le débat d'un graphisme d'auteur semble moins intense, il reste que l'implication du graphiste, l'affirmation de sa subjectivité dans le traitement d'un sujet font de sa démarche relevant bien autant de l'interprétation que d'un savoir faire. C'est dans la confrontation avec le monde de la création que se pose de la manière la plus aiguë cette question du rôle du graphiste, ou du moins est-ce le contexte sans doute le plus pertinent à poser. [...] La figure du graphiste et celle de l'artiste peuvent tour à tour se rapprocher, diverger ou se confondre »¹⁷

Il est également important de souligner que le « *graphisme d'auteur* » ne se définit pas seulement par une forme graphique particulière, comme l'on pourrait s'y méprendre :

« Le graphisme d'auteur défie souvent les définitions à cause de ses aspects variés et complexes et c'est ce que je dis dans le livre, ce n'est pas un style, ni un genre, mais plutôt comme un engagement. »¹⁸

C'est en cela qu'il se rapproche également de la culture de l'art contemporain, qui ne se définit pas non plus par des normes visuelles comme l'ont été les mouvements précédents : « On est dans une période attentiste : on peut utiliser plusieurs matériaux, plusieurs formes, l'artiste peut piocher partout et l'œuvre tient si l'artiste a quelque chose à dire. »¹⁹

Ce décloisonnement, parfois total, du design graphique est parfaitement représenté par le travail de Mathias

« Design authorship sometimes defies definition because of its multi-faceted aspects and that's why I state in the book that it is not a style, nor a genre, but it is really a kind of engagement. »

et extrait de l'anthologie d'Armstrong, Helen, *Le graphisme en textes*, 2009, p. 110.

¹⁷ Maillet, Sandrine et Sauvage, Anne-Marie, « Graphisme et création contemporaine en France dans les années 2000 », *Revue de la BNF*, Bibliothèque Nationale de France, 2013/1, n°43, p 2-4.

¹⁸ Dalla Mura, Maddalena et Mc Carthy, Steven, *The Designer as... Interview with Steven McCarthy*, 2013. (<https://graphic-design-exhibiting-curating.unibz.it/2013/11/16/the-designer-as-interview-with-steven-mccarthy/> dernière consultation: 20/11/2023)

¹⁹ Couturier, Élisabeth, « D'où vient l'art contemporain ? », *Sans oser le demander*, France Culture, 2021, 58 min.

Augustyniak et Michael Amzalag, plus connu sous le nom de M/M Paris. Le duo aime expliquer comment ils ont pu définir leur propre travail dans un Paris au début des années 1990 où tout était encore à créer, en se comparant d'une certaine manière aux Daft Punk qui ont pu inventer leur propre mode de fonctionnement²⁰:

«C'est-à-dire que le graphisme, quand on a commencé à travailler, c'était un métier qui n'avait pas vraiment l'aura qu'il a aujourd'hui. C'étaient des gens qui travaillaient surtout dans le domaine de la culture et qui faisaient de la communication culturelle.

Quand je dis communication, c'est qu'ils ne prenaient pas même s'ils se disaient partie prenante de la culture, ils ne prenaient pas partie pour la culture, c'est-à-dire qu'ils ne se positionnaient pas comme auteurs.»²¹

«Avec Michael, ce qu'on a décidé de faire lorsqu'on s'est rencontrés, c'est de prendre la parole et de se donner les outils nécessaires et adéquats pour prendre cette parole.»²²

Un de leurs premiers projets, l'identité visuelle de l'École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs de Paris, est représentatif de leur état d'esprit à l'époque où ils tentent de définir leur pratique. Ces derniers ayant toujours eu une posture critique face à l'enseignement qu'ils ont reçu par le passé dans cette école, avaient proposé un caractère de titrage utilisé comme un caractère de labeur rendant la lecture et donc l'accès aux informations compliqués. Ce projet démontre leur capacité à transcender la commande et à introduire dans leur réponse graphique un aspect critique: «Porté par la mise en valeur de leur travail par Éric Troncy dans la revue Documents, ce geste est encore d'avantage "artialisé". Nous sommes ici entre l'art de commande et la posture d'avant-garde: en faisant des compte rendus

p. 26-31 ← *img.*

²⁰ Amzalag, Michael, Augustyniak, Mathias, *M/M, Dialogue, entretien avec Loran Stoskopf*, organisé par Télérama dans la salle Topor du Théâtre du Rond-Point, 2013, 50 min.

²¹ Idem, *Ibidem*.

²² Idem, *Ibidem*.

des griefs portés à l'endroit de leur travail ils apportent une démarche artistique visant à héroïser un acte de résistance vis-à-vis des institutions.»²³

L'exemple de M/M Paris soulève une autre problématique dans le « graphisme d'auteur », celle de sa définition mouvante en fonction des décennies :

« Cependant, il apparaît que cette étiquette du graphiste-auteur ne correspond pas vraiment au sens originel du terme qui recouvrait des pratiques plus politisées vingt an auparavant. Dans les années 1980, elle désigne un praticien qui, dans le cadre de la commande ou de manière spontanée, produit un point de vue politique sur le monde, via le médium du graphisme.»²⁴

Aujourd'hui, je pense que la définition se renouvelle encore dans les années 2010/20 avec un graphisme d'auteurice s'emparant à la fois de cet aspect politique et formellement expérimental, qui rend la pratique sûrement plus complète. Pour illustrer mon propos, j'aimerais prendre l'exemple de la collective Bye Bye Binary, qui se préoccupe des problématiques binaires dans la langue française pour proposer des alternatives inclusives via des caractères typographiques expérimentaux. Camille Circlude, membre fondateurice de la collective fait d'ailleurs paraître chez B42 un ouvrage intitulé *La typographie post-binaire au-delà de l'écriture inclusive* (2023) explorant les origines de l'écriture inclusive et non-binaires et démontrant « comment le champ du design typographique offre désormais un espace inédit permettant à l'écriture d'embrasser le vaste prisme des genres, au-delà de la binarité.»²⁵ Cette pratique s'avère selon moi résolument contemporaine, elle met en avant le travail de chercheurice qui peut mettre en place l'artiste et la graphiste.

p. 32-36 ← img.

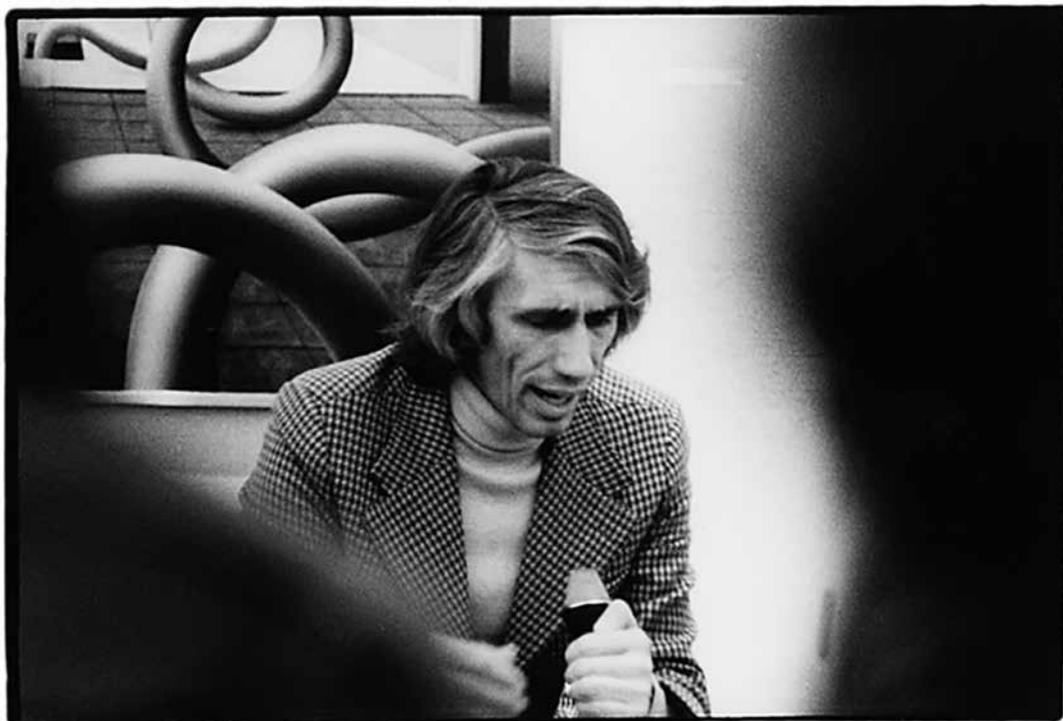
*
**

²³ Aucompte Yann, « Le graphisme sur le terrain de l'art contemporain : le cas de M/M (Paris) », *Marges*, 2019/2 (n° 29), p. 36.

²⁴ Idem, *Ibidem*, p. 36.

²⁵ Circlude, Camille, *La typographie post-binaire au-delà de l'écriture inclusive*, éditions B42, 2023.

AMWPCFE



atelier

4 oktober - 10 november 1974 stedelijk museum amsterdam

12

beeldje voor beeldje

een tentoonstelling over nederlandse animatiefilms



van abbemuseum eindhoven

edgar fernhout eindhoven

van 9 maart tot 8 april 1963

dagelijks geopend van 10-17 uur
zondag van 14-18 uur
dinsdag- en
donderdagavond van 20-22 uur

zondag maandag dinsdag woensdag donderdag vrijdag zaterdag

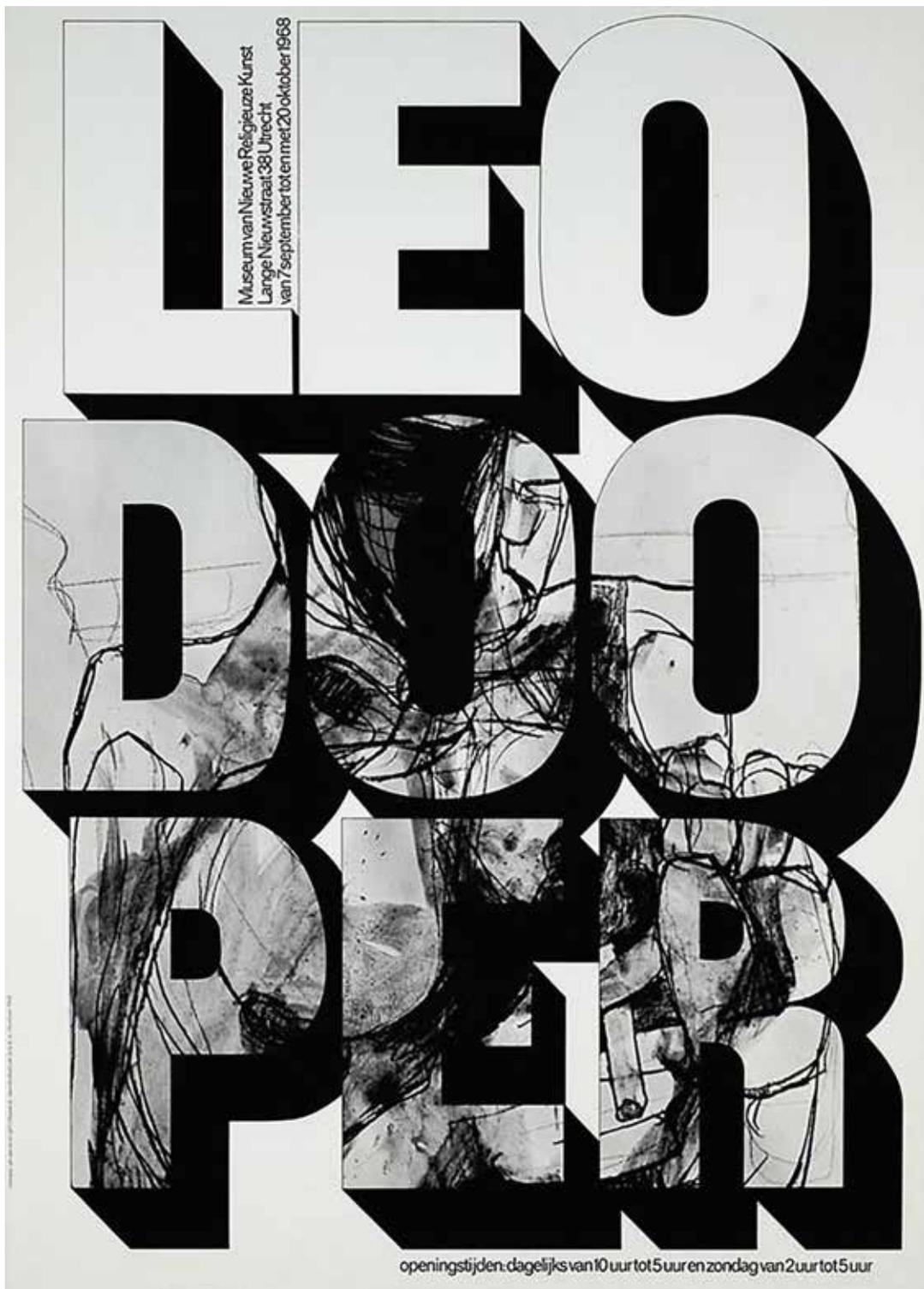
30 1 2 3 4 5 6

kalender negentientweeënzeventig-drieënzeventig

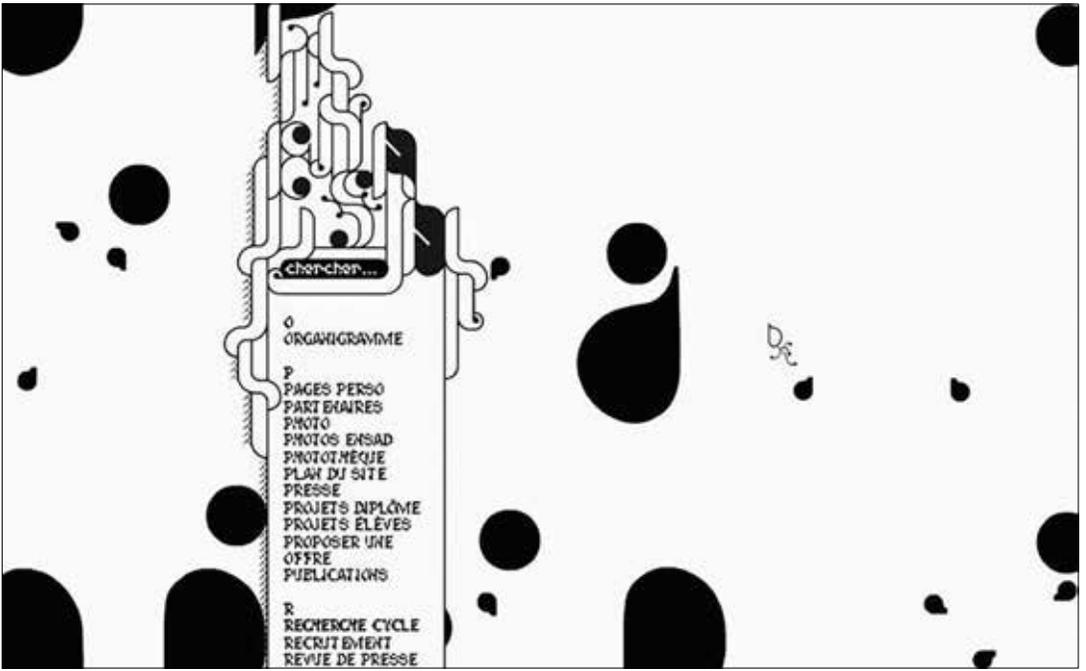


APRIL

MEI

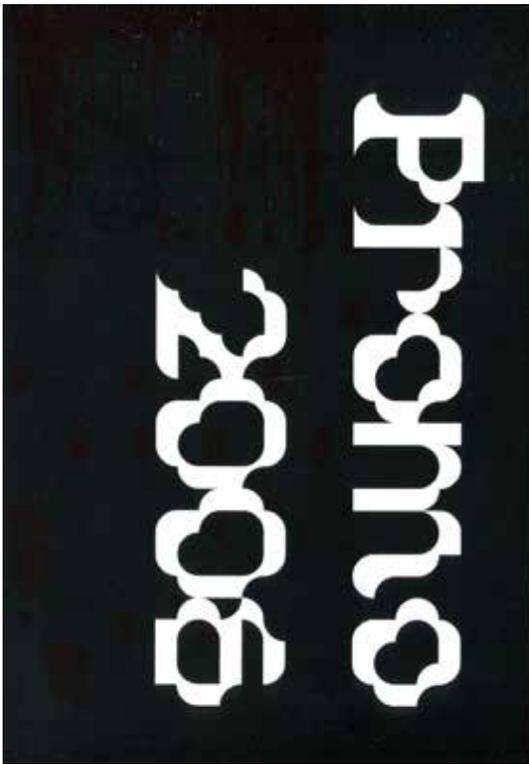




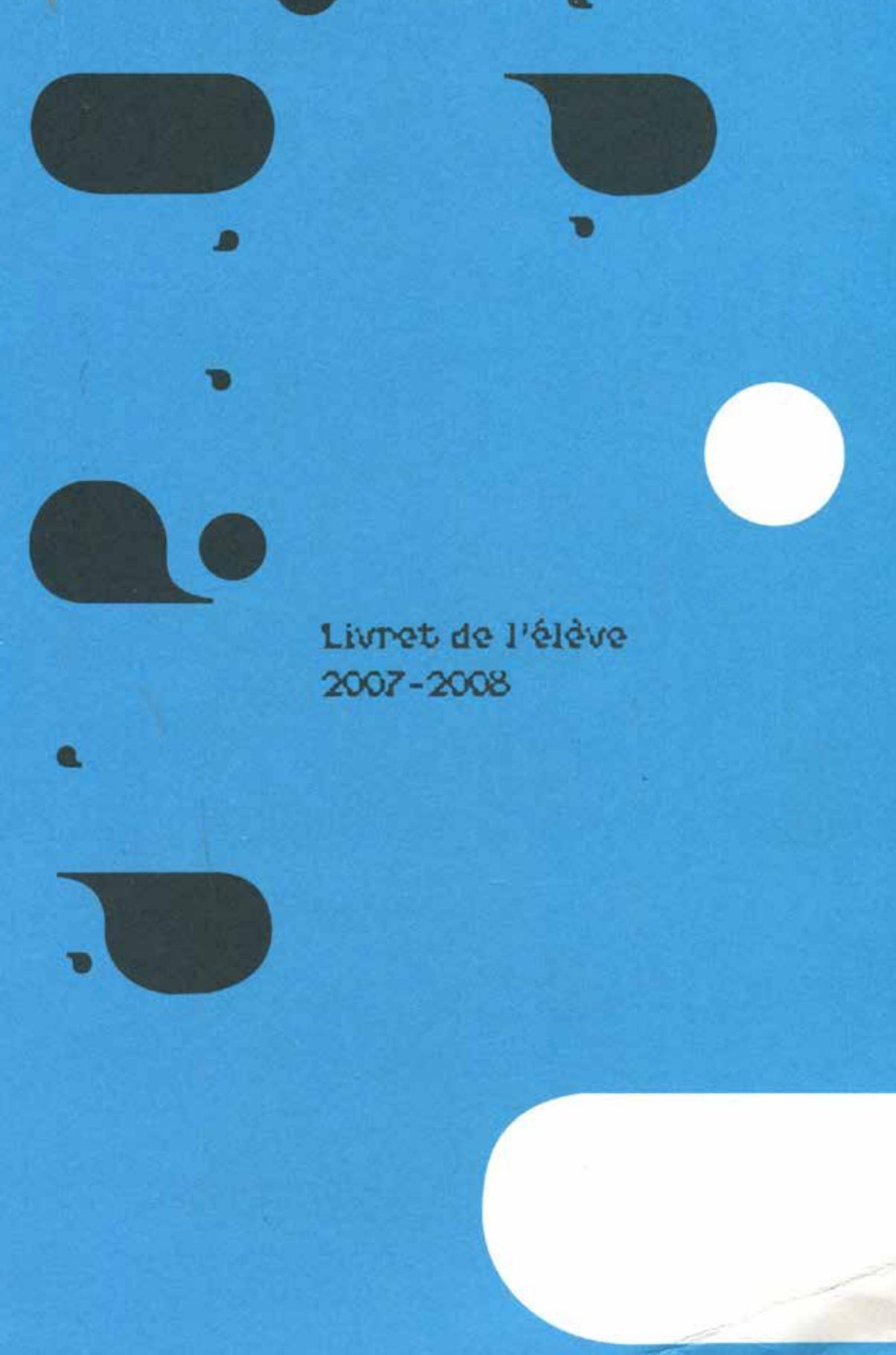


Rapport d'activité

2007



Recto et verso du carton d'invitation pour le défilé
 de la promotion 2006 du secteur vêtement de l'ENSAD (Paris). Conception graphique: M/M Paris.



Livret de l'élève
2007-2008



L'ESAD

HISTOIRE

L'École nationale supérieure de arts décoratifs (E.N.A.D.) est un établissement public à caractère administratif d'enseignement supérieur, placé sous

la tutelle du ministère de la Culture et de la Communication. Son origine remontent à la Fondation en 1766, par le peintre Jean-Jacques Bachelier, de l'École royale gratuite de dessin, pour développer les métiers relatifs aux arts et accroître ainsi la qualité des produits de l'industrie.

À partir des années 1900, l'École couvre de nouveaux domaines, en particulier les arts graphiques. Créé en 1932 un cabinet sous l'affiche publicitaire André-Jaffré, l'enseignement se recentre sous l'impulsion de son directeur Léon Chéreau autour de l'architecture intérieure. En 1963, son successeur, Jacques Sarrailh, fait appel à Roger Tallon, pour mettre en place ce qui s'appelle encore « institut des industries » et qui va s'engager comme le premier enseignement de France de design industriel. En 1966, Jean-Marie Oppenot se mêle à l'enseignement ainsi les arts graphiques qui deviendront la communication visuelle.

Après 1966, sous la direction de Michel Jourdain, de nombreuses disciplines prennent une nouvelle importance telles que d'autres applications : design d'intérieur, textile, photo, scénographie, vidéo, mobilier et anthropologie.

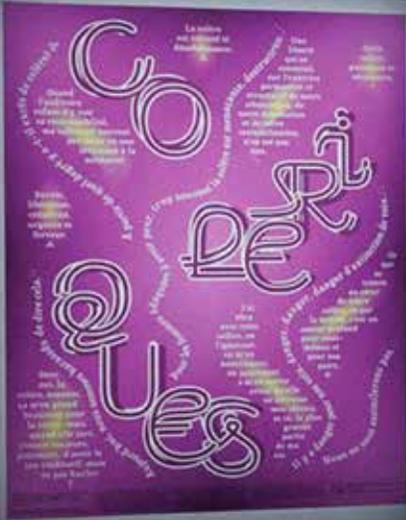
La pédagogie se fait plus réflexive et expérimentale. Entre 1990 et 2003, Richard Perazzi, scénographe et créateur de mobilier, dirige l'E.N.A.D. L'établissement accueille la révolution informatique et compte parmi les toutes premières écoles d'art à adopter la multimédia dans son enseignement. L'école renforce une étroite professionnalité à travers des contacts de spécialisation et développe son ouverture à l'international en reliant ses liens avec des établissements étrangers partenaires.

Depuis 2003, l'E.N.A.D. est dirigée par Patricia Reynaud, artiste, ancien directeur des Beaux-Arts de Rennes et de Clergy.

septembre	octobre	novembre
S. 1	S. 1	S. 1
B. 2	S. 1	S. 2
S. 3	M. 2	S. 3
M. 4	M. 3	D. 4
M. 5	J. 4	L. 5
J. 6	V. 5	M. 6
V. 7	S. 6	M. 7
S. 8	S. 7	J. 8
B. 9	L. 8	S. 9
S. 10	M. 9	S. 10
M. 11	M. 10	D. 11
M. 12	J. 11	L. 12
J. 13	V. 12	M. 13
V. 14	S. 13	M. 14
S. 15	D. 14	J. 15
B. 16	L. 15	V. 16
L. 17	M. 16	S. 17
M. 18	M. 17	D. 18
M. 19	J. 18	L. 19
J. 20	S. 19	M. 20
V. 21	D. 20	J. 21
S. 22	L. 21	V. 22
B. 23	M. 22	S. 23
S. 24	J. 23	D. 24
M. 25	V. 24	L. 25
M. 26	S. 25	M. 26
J. 27	D. 26	J. 27
V. 28	L. 27	V. 28
S. 29	M. 28	S. 29
D. 30	M. 29	D. 30

NAE : Fête de l'art et des cuisines

décembre	janvier	février
S. 1	M. 1	V. 1
D. 2	M. 2	S. 2
L. 3	J. 3	D. 3
M. 4	V. 4	L. 4
M. 5	D. 5	M. 5
J. 6	S. 6	M. 6
V. 7	L. 7	J. 7
S. 8	M. 8	V. 8
D. 9	J. 9	S. 9
L. 10	M. 9	D. 10
M. 11	V. 10	L. 11
M. 12	S. 11	M. 12
J. 13	D. 12	S. 13
V. 14	L. 13	J. 14
S. 15	M. 14	V. 15
D. 16	J. 15	S. 16
L. 17	V. 16	D. 17
M. 18	S. 17	L. 18
M. 19	D. 18	M. 19
J. 20	L. 19	M. 20
V. 21	S. 20	J. 21
S. 22	M. 21	V. 22
D. 23	J. 22	D. 23
L. 24	V. 23	L. 24
M. 25	D. 24	M. 25
M. 26	L. 25	S. 26
J. 27	M. 26	D. 27
V. 28	J. 27	L. 28
S. 29	S. 28	M. 29
D. 30	D. 29	J. 30
	L. 30	V. 31
	M. 31	



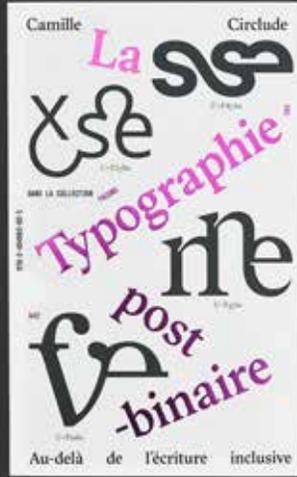






👉 Workshop NONO normo workshop, Maison Populaire de Montreuil (FR), 2021. Personnes représentant la collective: Eugénie Bidaut, Tiphaine*Félix Kazi-Tani, Roxanne Maillet, Hélix Sanyas, Reuss Maureen, Marouchka Payen, Clara Sambot. Photo: © Margot Montigny.

👉 Exposition «Læ collective» Théâtre Breizh en co-production avec le CAC Breizh - Centre d'art contemporain, Breizh-sur-Orge (FR), 2023. Personnes représentant la collective: Axxenne, Camille*Circlude, Enzo Le Garrec, Eugénie Bidaut, Hélix Sanyas, Léna Salabert-Triby, Roxanne Maillet, Tif*Félix Kazi-Tani. Photo: © Axxenne.



MARGE

LA MARGE



À LA MARGE

À LA MARGE

À LA MARGE

INSTITUTIONNALISATION: REPRODUCTION DES SCHEMAS DE MEDIATION ET DE CREATION DANS L'ART CONTEMPORAIN AU SERVICE DU DESIGN GRAPHIQUE.

L'institutionnalisation du design graphique et la création d'expositions

Comme introduit succinctement dans la partie précédente, ce qui participe à la légitimation du design graphique et surtout du graphisme d'auteurice, c'est son institutionnalisation. Ce phénomène est passé par la création de lieux collectionnant et exposant le design graphique, bien que certaines graphistes tiennent encore un discours en opposition avec cette démarche.

Seulement, comme l'illustre bien Maddalena Dalla Mura, chercheuse en histoire du design du graphisme et des études muséales:

« Ces idées reposent sur une compréhension (erronée, de toute évidence) du design et de l'art selon laquelle ce dernier existerait seulement et uniquement pour les murs blancs d'une galerie alors que le design, lui, aurait sa place dans le "monde réel", celui de la rue, de la société de la vie »²⁶

Au contraire, il semblerait que cette institutionnalisation du design graphique ait permis de le placer au centre d'un débat public, ou du moins de rendre accessible une partie de ces travaux qui n'avaient pas l'habitude d'être conservés ou archivés. Aussi, il convient de rappeler que si je compare ici l'exposition du design graphique à celle de l'art contemporain, c'est qu'elle est clairement héritière de la culture du *White Cube**, caractéristique de ce dernier. Je m'attarderais dans cette partie sur des exemples d'institutions historiques françaises ayant permis la mise en place d'une collection et surtout d'une scène pour le design graphique, et prendrai chaque fois un exemple pour illustrer la reproduction de schémas de l'art contemporain.

*Dans les années 1970, il vise, par sa propreté et sa neutralité, à supprimer tout contexte autour de l'art que l'on y montre. Il s'est depuis généralisé à tel point qu'il est aujourd'hui considéré par les galeries et les musées comme l'espace d'exposition par excellence, ce qui ne va pas sans susciter des critiques : en s'apparentant à un laboratoire aseptisé, il participerait à isoler et stériliser l'art contemporain. (https://fr.wikipedia.org/wiki/Cube_blanc dernière consultation : 20/11/2023)

²⁶ Dalla Mura, Maddalena, « Le graphisme face au commissariat et au graphisme d'auteur », *Graphisme en France, Exposer le Design Graphique*, CNAP, 2018, p. 31.

• Le Centre de Création Industrielle

Le Centre de Création Industrielle est fondé en 1969 au sein de l'Union Centrale des Arts Décoratifs, puis est intégré au Centre Pompidou en 1972²⁷. Cette association démontre bien une affinité entre la création industrielle et donc du design avec l'art contemporain. Elle est la première institution française spécialement dédiée au design à organiser des expositions de design graphique, dès les années 1970 avec «The Push Pin Style». Lors de son emménagement au sein du Centre Pompidou, le CCI dispose d'un espace dédié à une galerie d'actualité, une galerie rétrospective, une salle de documentation d'actualité, ainsi qu'une bibliothèque et médiathèque spécialisée. En 1992, le CCI fusionne avec le Musée National d'Art Moderne, et ainsi l'une des seules institutions dédiées en partie au design graphique disparaît.²⁸

p. 49 ← img.

En 1977 est organisée l'exposition *L'imagerie politique* par Jean-Paul Gourévitch lors du transfert au Centre Pompidou à l'occasion de son ouverture. Elle y présentait l'impressionnante collection du commissaire à travers un accrochage assez simple, permettant une circulation libre à travers les différentes thématiques abordées. Les documents étaient présentés sur des cloisons mobiles blanches, sous vitrine, parfois rassemblée sur des affiches thématiques neutres, assez simplement :

«Ce n'était pas un système qui allait de "petit a" à "petit b", mais l'idée était malgré tout de circuler, comme dans tout genre d'exposition. Simplement j'avais souhaité que l'ensemble des codes soient sur des panneaux formant chacun une unité, mais en étant liés les uns aux autres.»²⁹

Néanmoins, il est intéressant de relever les répercus-

²⁷ Contributeurs à Wikipedia, «Centre de création industrielle», *Wikipédia, l'encyclopédie libre*, (https://fr.wikipedia.org/wiki/Centre_de_cr%C3%A9ation_industrielle dernière consultation: 20/11/2023)

²⁸ Web archive, *Histoire du centre pompidou: Chronologies, Centre de Création Industrielle*. (<https://web.archive.org/web/20070918125324/http://www.centrepompidou.fr/archives/chronologies/CCI.html> dernière consultation: 20/11/2023)

²⁹ Rusniok, Sophie, *Entretien avec Jean-Paul Gourévitch, commissaire associé de l'exposition "L'imagerie politique"*, Centre de Création Industrielle, 1977, 2015 (<https://histoiredesexpos.hypotheses.org/2201#more-2201> dernière consultation: 20/11/2023)

sions et les réactions qu'a provoquées cette exposition : « C'est vrai qu'il faut tout de même préciser qu'il y a eu un effet de sang. Dans un des panneaux de dénonciation il y avait une affiche de Moboutou représenté en pantin. Le directeur de l'ambassade du Zaïre à l'époque, m'a demandé son retrait immédiat. Je lui ai proposé de certes la retirer, mais d'y laisser un vide. Il est devenu fou furieux et m'a dit "oui, mais alors là on va dire que c'est une censure". Ce qui est le cas, de fait. Alors, j'ai hésité... et puis c'est moi qui ai cédé. On a remplacé cette affiche par une autre. Je n'en n'étais pas content, mais il me paraissait important de ne pas compromettre l'ouverture de Beaubourg pour une petite opération de censure qui aurait été certainement récupérée par des adversaires. Je ne voulais pas entrer dans un jeu politique de la sorte.»³⁰ (à propos d'«une lettre virulente à l'égard de l'exposition, reçue par la présidence de la République et transférée au ministère de la culture»)

Cet évènement rappelle bien des réactions provoquées par des expositions d'art contemporain, appelant à la censure et au boycott, et démontre un pouvoir subversif en présentant non pas des œuvres, mais des productions de design graphique au service de la politique, éloignées du domaine du graphisme d'auteur, car anonyme.

• La collection du CNAP

Créé en 1982, le Centre National des Arts Plastiques est une institution permettant le soutien à la création, la collection, car il gère, «pour le compte de l'état, le fonds national d'Art Contemporain»³¹ et la mise à disposition de ressources professionnelles. Le CNAP a très vite noué une relation particulière avec le design graphique.

Dans son article *Le CNAP, un commanditaire de design graphique*, Caroll Maréchal explique comment le centre a très vite été «attentif à la qualité graphique des objets de commu-

³⁰ Idem, *Ibidem*.

³¹ Le CNAP, *Présentation de la collection du CNAP* (<https://www.cnap.fr/collection-pret-et-depot/histoire-de-la-collection> , dernière consultation : 20/11/2023)

nication et de médiation qu'il émet»³². Cette envie de soigner sa communication graphique à permis de développer cette relation entre le CNAP et les actrices du design graphique français, avec la particularité de toujours être en phase avec l'actualité et la jeune génération (par exemple, via la publication annuelle de Graphisme en France dont la conception graphique est toujours réalisée par un jeune studio). De 2008 à 2018, c'est «environ 60 projets»³³ qui ont été réalisés grâce aux commandes graphiques du CNAP «auprès d'une soixantaine de graphistes (ou collectifs) différents»³⁴.

C'est en 2010 qu'une collection spécialement dédiée aux acquisitions de design graphique est ouverte. Cette décision quelque peu tardive résulte également d'un «contexte muséal singulier du point de vue du graphisme»³⁵ de la fusion entre le Mnam et le CCI en 1992, qui provoque la disparition de la CCI et donc du seul lieu représentant le graphisme en France.

En 2017, c'est le travail du «*Dessinateur de livres*» Philippe Millot pour les éditions Cent pages qui est accueilli au sein de la collection. La politique du CNAP étant d'acquies un ensemble permettant de comprendre le processus de création des objets de design graphique, plus de 350 objets sont rassemblés (comme des fers à dorer, des maquettes non massicotées, des livres finis...). Cette importante collecte d'un nouveau genre présente évidemment des enjeux de conservation, à la manière de l'art contemporain :

«L'art que les conservateurs de musée désignent comme "contemporain" est principalement l'art qui, par la nature de ses matériaux et procédés, les contraint à profondément modifier leur rôle et leur mode de travail»³⁶.

Il reste à déplorer que cette collection est néanmoins

³² Maréchal, Caroll, *Le Cnap, un commanditaire de design graphique*, le CNAP, 2018 (<https://www.cnap.fr/actualites/graphisme-en-france/recherche/le-centre-national-des-arts-plastiques-et-la-commande-de>, dernière consultation : 20/11/2023)

³³ Maréchal, Caroll, *10 ans de commandes graphiques (2008-2018)*, 2018 (<https://www.cnap.fr/actualites/graphisme-en-france/recherche/le-centre-national-des-arts-plastiques-et-la-commande-de>, dernière consultation : 20/11/2023)

³⁴ Idem, *Ibidem*.

³⁵ Idem, *Ibidem*.

³⁶ Millet, Catherine, *L'art contemporain. Histoire et géographie*. Flammarion, 2021, p. 28.

p. 50 ← img.

p. 51 ← img.

très peu accessible au grand public ainsi qu'aux professionnelles, puisqu'elle ne dispose pas d'espace d'exposition propre. Toutefois, les collections s'exposent parfois grâce à des partenaires, tel le Musée des Arts Décoratifs de Paris qui a récemment exposé le travail d'Étienne Robial³⁷.

• Le Signe et le Festival International d'affiches de Chaumont

p. 52 ← img.

Le Signe, créé en 2016, est un lieu d'exposition du design graphique ayant la particularité d'être reconnu depuis 2020 en tant que Centre d'art contemporain d'intérêt national. Il est un des lieux les plus établis dans la communauté des graphistes en France et notamment du graphisme d'auteurice, puisqu'il représente avant tout cette pratique.

Historiquement, la ville de Chaumont collectionne depuis 1906 des affiches et organise depuis 1990, le festival et le concours international d'affiches. La biennale quant à elle n'en est qu'à sa 4^e édition et coïncide avec l'ouverture du Signe. Bien que le centre soit récent, la ville développe depuis près de 30 ans une relation toute particulière avec la communauté du design graphique en France, mais aussi à l'international, qui en fait un lieu de rendez-vous incontournable.

L'évolution du festival vers le format de la biennale n'a rien d'anodin, il permet d'inscrire le Signe et la ville de Chaumont du côté de l'art contemporain. Dès sa première édition en 1895, la Biennale de Venise sert d'archétype et permet un phénomène d'internationalisation. Créé dans un contexte économique critique pour l'Italie, cet évènement, en se pérennisant, a su attirer un public local et étranger autour d'œuvres d'artistes internationaux. L'enjeu d'une biennale relève donc de sa répétition dans le temps, de présenter des œuvres actuelles certes, mais aussi de se pérenniser :

«[...] la biennale une fois créée ne peut s'accommoder du

³⁷ étienne + robial. *graphisme* (c) collection, de futuropolis à canal+, exposition des collections du CNAP au MAD, 10 novembre 2022 - 11 juin 2023 (<https://www.cnap.fr/etienne-robial-graphisme-collection-de-futuropolis-canal-au-mad> date de consultation : 20/11/2023)

caractère essentiellement éphémère de la mode qui a pu contribuer à sa création»³⁸.

En passant du statut de festival à biennale, le Signe rejoint la sphère de l'art contemporain. Cette ouverture sur le monde met en avant l'aspect diplomatique et politique d'une telle pratique, car elle permet de rendre accessible au-delà de la sphère privée le design graphique à un public international et local, une nouvelle étape dans la légitimation de la pratique.

Alors que la collection du Signe et que ses événements sont très majoritairement tournés autour du support de l'affiche, l'institution développe petit à petit une ouverture vers d'autres supports comme l'édition grâce au Prix Unique du livre* initié en 2023, et la biennale qui expose en plus des affiches quelques supports différents (numériques, vidéos, installations...). On pourra donc déplorer que le centre ne représente qu'une trop petite partie du graphisme en général, mais également du graphisme d'auteurice (peut-être que le centre reste trop attaché encore à une figure française emblématique de l'affichiste et qu'il cherche à le rendre plus contemporain)³⁹.

• Le Bel Ordinaire

Le Bel Ordinaire est un centre d'art contemporain créé en 2014 à Pau, à la fois dédié aux expositions d'art contemporain, mais également de design graphique. Lors d'un échange avec la directrice Florence de Mecquenem, celle-ci m'explique que le centre a été créé à destination des étudiant·es de l'École Supérieure d'Art et de Design Pyrénées dont le pôle design graphique se situe à Pau. Il présente une archive conséquente des résidences en design graphique ayant eu lieu au sein de l'institution, notamment avec Super Terrain, Sophie Cure, Pierre Di Sciullo, Eloïsa Perez pour n'en citer que quelques-unes.

*« Le Prix Unique du livre met en lumière une sélection de 20 ouvrages français parmi les plus singuliers. Édités durant ces trois dernières années, choisis, sans concertation, par quatre personnalités du monde de l'édition. Le prix unique du livre coïncide avec le quarantième anniversaire de la loi éponyme, dite loi Lang, mais signe aussi l'absence depuis plus d'une décennie du remarquable Concours des Plus Beaux Livres Français que nous espérons voir revenir. » (<https://www.centrenationaldugraphisme.fr/expositions/prix-unique-du-livre-premiere-edition> date de consultation : 20/11/2023)

³⁸ Lim, In-Young, « Les politiques des biennales d'art contemporain de 1990 à 2005 », *Marges, La revue du département Arts Plastiques de l'Université Paris 8*, N°5, juin 2006, p. 12.

³⁹ Le Signe, *Le projet*, (<https://www.centrenationaldugraphisme.fr/le-projet> dernière consultation : 20/11/2023)

La résidence pour le graphiste

Le phénomène de la résidence tend à se populariser dans le domaine du design graphique à travers des lieux spécialisés (comme Le Bel Ordinaire) ou bien historiques qui ouvrent leurs portes à notre pratique (comme la Villa Médicis).

La résidence est issue de la carte blanche, un dispositif destiné «à mettre en chantier, au sein du musée, un projet reposant sur une prémisses déterminée par l'institution, mais dont les paramètres sont pour l'essentiel établis par l'artiste» selon le groupe de recherche et réflexion en muséologie Collection et impératif évènementiel (CIÉCO)⁴⁰. Elle permet à une institution d'inviter des actrices extérieures à son équipe sur une période donnée pour développer un projet artistique qui est à la fois un soutien et incubateur à la création et à la recherche.

Dans le cadre du design graphique, ce phénomène peut prendre plusieurs formes distinctes: soit l'institution accueille les designers pour y développer un projet de recherche personnel, soit ils réalisent une exposition au sein de l'institution, dispositifs qui jusque là ont été expérimentés par les artistes contemporains, ou encore la réalisation de l'identité visuelle comme projet artistique. Les exemples de résidence sont nombreux, mais je me concentrerai ici sur celui du duo de Coline Sunier et Charles Mazé, graphistes et typographes depuis 2009, mais aussi enseignants, qui ont pu réaliser à la fois des projets d'identité visuelle et de recherche.

Leur travail de résidence à la Villa Médicis entre 2014 et 2015 s'inscrit dans une temporalité plus lointaine de 3 invitations en résidence de graphistes français reconnus dans les années 1990 (Catherine Zask, Jean-Marc Ballée et Philippe Apeloig). Comme ils le soulignent, la Villa Médicis «est avant tout une résidence de recherche et pas nécessairement de production»⁴¹. Cet exercice leur permet d'arriver

⁴⁰ Tintané-Ducharme, Cléa, *La figure de l'artiste-commissaire, de la carte blanche à l'exposition-œuvre*, UQAM, 2019, p. 31.

⁴¹ Chacogne, Thierry, Sunier Coline et Mazé, Charles, «Une résidence», *Revue Faire*, 

p. 54 ← img.

avec un dossier d'hypothèses correspondant à leur thématique de travail récurrente (le vernaculaire, la collecte typographique et formelle, les écritures-autographes...), mais également de se laisser surprendre par le contexte local romain. Le duo dirige sa recherche autour du « rapport entre des écritures vernaculaires et les écritures qui émanent du pouvoir, dans l'espace public. »⁴² En ressort un ouvrage, *Come vanno le cose?* recueillant près de 1512 inscriptions sauvages, proches des graffiti au sens antique du terme. Ce travail de recherche leur a permis d'approfondir des thématiques déjà abordées dans de précédents projets (l'identité visuelle de l'École d'art de Valence et de Grenoble ou bien pour le *Dossier Fernand Baudin*⁴³). Pour une graphiste, cet espace de recherche est précieux car il permet de développer une posture et un socle de réflexions fertiles pour les prochaines créations.

p. 55 ← img.

Un des projets phares du duo est mené au CAC Brétigny, à Brétigny-sur-Orge, et n'est autre que leur identité visuelle. L'exercice n'est pas nouveau pour le centre : l'ancien directeur Pierre Bal-Blanc est un des premiers (sinon le premier) à inviter des graphistes en résidence au même titre que des artistes pour réaliser leur identité visuelle. Coline Sunier et Charles Mazé prennent le relais de ce projet mené de 2003 à 2015 avec l'arrivée de la nouvelle directrice Céline Poulin en 2016, dans une « confiance, une autonomie qui est donnée à [leur] travail »⁴⁴. Ils développent donc pour cette identité, deux caractères typographiques opposés et complémentaires, le LARA ABCC et le BALI, tous deux nommés d'après des RER reliant Paris à Brétigny. Riches de leurs expériences passées et de la réflexion autour du vernaculaire et de la collecte, ils décident de composer le LARA à partir de signes issus du contexte local de Brétigny, mais égale-

Regarder le graphisme, N°8, 20 pages, 2018, p. 5.

⁴² Idem, *ibidem*, p. 5.

⁴³ *Prix Fernand Baudin 2012 / Dossier Fernand Baudin*, Coline Sunier et Charles Mazé, 272 pages, 2013.

⁴⁴ Chacogne, Thierry, Sunier Coline et Mazé, Charles, « Une résidence », *Revue Faire, Regarder le graphisme*, N°8, 2018, p. 9.

ment du territoire plus vaste de l'Essonne, mais puisent également dans les productions et recherches des artistes pour en recueillir d'autres signes. Certaines lettres, comme le B, font même référence à l'ancienne identité visuelle de Vier5. Ce projet typographique, presque infini de nature s'accompagne donc du BALI sur les supports de communication: « Nous avons besoin d'une typographie capable de retranscrire tout type de source. »⁴⁵

Enfin, ces éléments typographiques s'inscrivent sur des supports blancs pour la plupart, permettant de créer comme un espace d'exposition propre au projet LARA.

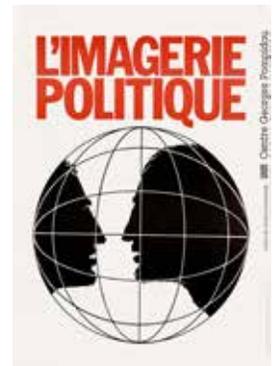
À travers ces exemples se déploie un schéma idéal pour la création graphique, un vivier qui permet à la fois la légitimation de la pratique, mais surtout une confiance de la part de la cliente, ici représentée par l'institution. La résidence met en place un système de collaboration qui laisse une liberté artistique et intellectuelle aux graphistes qui met en valeur la notion de temps. À une époque où la pratique du graphisme est de plus en plus automatisée, les étapes de productions tendent à s'accélérer. Ces initiatives issues d'une culture de l'art contemporain ralentissent le processus de production et permettent donc une valorisation du design graphique en respectant le travail de ses adeptes.

*
**



👉 Vue de l'exposition *L'imagerie politique*, CCI, 1977 (Paris).
 Photo: ©Bibliothèque Kandinsky, MNAM-CCI, Centre Pompidou.

👉 Affiche de l'exposition *L'imagerie politique*, CCI, 1977 (Paris).
 Conception graphique: Petronio & Butcher.





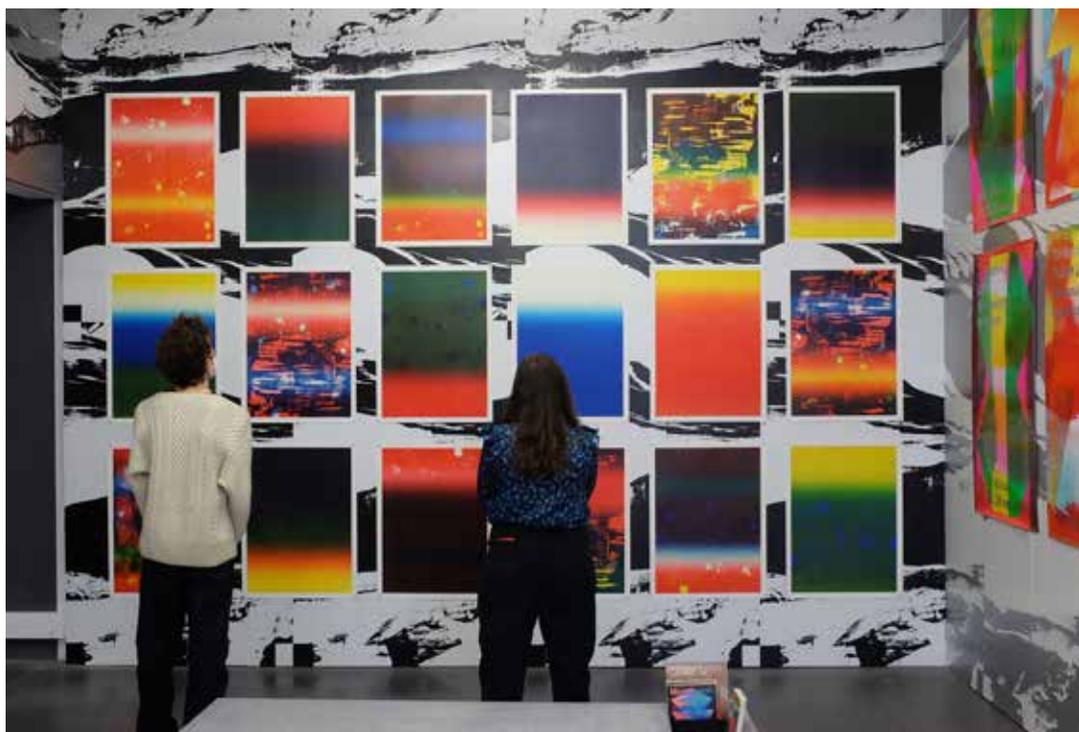




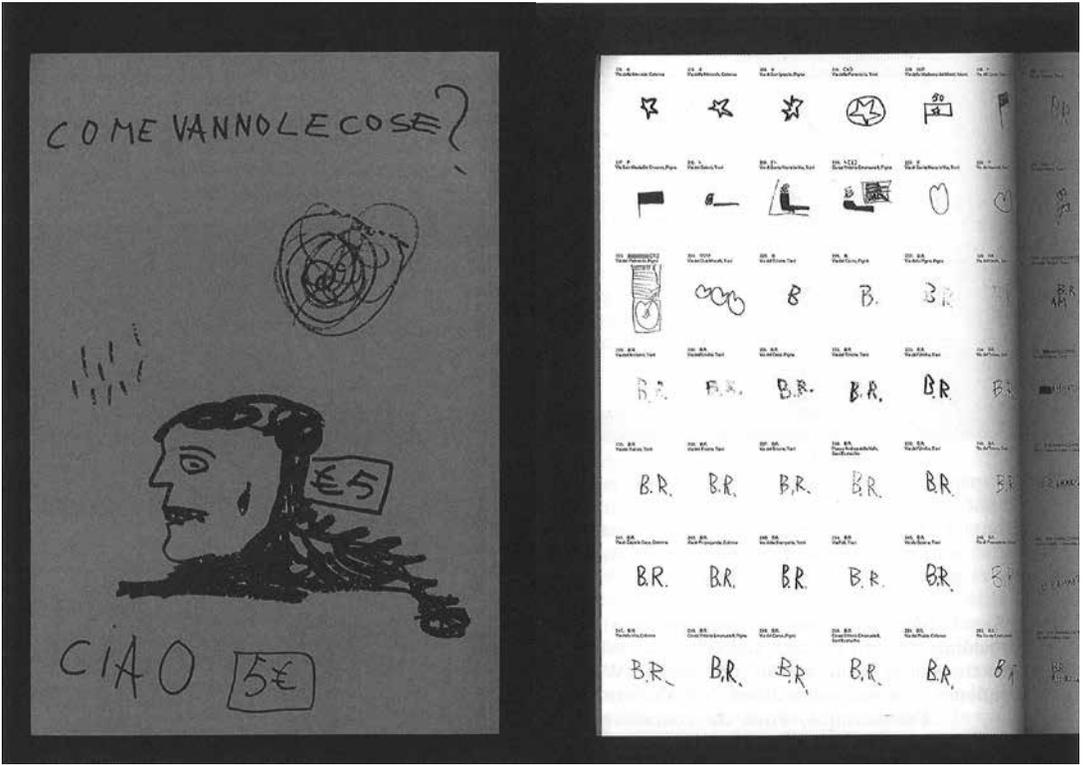
👉 Façade du centre le Signe (Chaumont). Photo: © Guillaume Ducreux.

👉 Vue de l'exposition du concours d'affiche, biennale de design graphique Chaumont 2023. Photo: © Ville de Chaumont.





👉 Super Terrain en résidence de production pour l'exposition *Noir Néon* au Bel Ordinaire (Pau), 2021. Photo: © Le Bel Ordinaire.



a corna ~~corn~~ corna ^{di} DUCÀ DELL
 cornatura CORNE Capota ^{di} corna ^{di} corna e
 e cornuti cornato chulo CULLO C
 IN CVLO uà aldiano CIVDEI CIV
 VERCIA que' rco facchino CHI-VOL-FU





**LES
INSTITUTIONS
D'ART
CONTEMPORAIN**

**LIEUX D'EXPÉRIMENTATION
ET DE COLLABORATION GRAPHIQUES**

UNE « SÉMIOTIQUE GRAPHIQUE » POUR LES INSTITUTIONS D'ART CONTEMPORAIN

Lieux de rencontres littérales entre l'art contemporain et le design graphique, les centres, musées, espaces municipaux d'art contemporain sont des institutions permettant l'émergence d'une scène artistique et graphique. L'exercice de l'identité visuelle, si commun à notre pratique, peut prendre dans ces espaces une dimension tout autre, comme évoqué précédemment avec l'exemple de la résidence mise en place par le CAC Brétigny. L'identité visuelle d'un tel lieu est en quelque sorte une prolongation de sa programmation artistique, elle « permet à un lieu d'exister hors de ses murs: à travers elle, il [le centre d'art] s'invite dans les boîtes aux lettres, sur les écrans d'ordinateur, dans l'espace public, dans d'autres murs aussi »⁴⁶.

Mais comment rendre compte graphiquement de lieux aussi complexes, comment évoquer l'art contemporain dans une identité visuelle? Depuis les années 1960, une « *sémiotique graphique* » de l'art contemporain s'est développée, des codes et des normes ont été instaurés, mais aussi transgressés. De nombreux graphistes se sont voués à l'exercice, tentant chacune d'apporter une réponse idéale aux lieux qui présentent tous des spécificités singulières tant bien dans les missions, que l'architecture ou encore la nature des collections.

Je m'attarderais principalement dans cette partie à l'étude du paysage français, bien qu'il ait été influencé par une vision du graphisme ayant dépassé les frontières. Les institutions citées seront seulement publiques et non privées, car ce sont des lieux de diffusion et de production de design graphique à destination d'un public local et non pas d'une sphère privée à des fins spéculatives. Leurs identités permettent d'être une vitrine du savoir-faire français en termes de design graphique.

Ce chapitre est construit en parallèle de mon exercice de cartographie *Regards croisés*, travail d'édition présentant un large panel d'identités visuelles d'institutions d'art contemporain françaises, passées ou actuelles. Cette collection d'images m'a permis de mieux cerner les différentes stratégies adoptées et de mieux appréhender les tenants et les aboutissants de tels projets.

La norme et ses origines: l'histoire du style Suisse en relation avec la pensée constructiviste.

Si le travail du designer graphique néerlandais Wim Crouwel, que je présenterai par la suite, a été d'une grande influence pour de nombreuses identités visuelles d'institution d'art contemporain, il convient de revenir sur ses propres influences. Il est nécessaire de saisir quelle histoire du graphisme porte ses productions, c'est-à-dire celle du style Suisse, également appelé style International. Pour le comprendre et surtout comprendre comment et pourquoi celui-ci a pu être adopté pour des institutions d'art contemporain, il faut évoquer l'histoire du constructivisme et de l'art concret Suisse.

Les origines de l'idéologie portée par le style Suisse remontent aux années 1920, dans un contexte politique européen particulier, où le conflit entre art et artisanat est déclenché «sous l'effet de la conscience esthétique d'une mutation socio-économique irréversible et essentielle [...]»⁴⁷ À ce moment-là, plusieurs courants artistiques projettent une ambition commune d'une rupture avec les codes des mouvements qui les ont précédés: le dadaïsme, le surréalisme et le constructivisme en Union soviétique. Mais ce dernier, au-delà de mettre en œuvre une remise en cause radicale de la société, propose un point de vue fonctionnaliste, pour une «esthétisation de la vie»⁴⁸. Cette conception peut se voir également dans la manière dont László Moholy-Nagy définit le

p. 77 ← img.

⁴⁷ Gravel, Julie, *Le développement du style international vu comme une manifestation de l'application des principes de l'art concret suisse*, UQAM, 2006, p.17.

⁴⁸ Goupil, Sylvie «Avant-gardes et dérivés de la modernité: quelques pistes de réflexion», *Possibles*, volume 20, n° 1, 1996, p.26-36.

constructivisme: il ne se restreint pas au cadre classique de l'art, mais il s'étend au design industriel, aux maisons, aux objets, aux formes. Ce courant artistique est de manière inhérente socialiste et donc politique⁴⁹. Il se dessine ainsi une nouvelle manière de vivre et de penser la société dans tous ses aspects, qui touche aussi bien dans l'art que le design.

Esthétiquement, le constructivisme met en place un vocabulaire visuel épuré et efficace, à travers des formes géométriques, l'usage de la photographie, un choix typographique limité et une «rigueur rationaliste de la composition»⁵⁰, des éléments que l'on retrouvera par la suite dans le style International. Cette esthétique caractéristique, est reprise par l'art concret dans les années 1930, qui se défendra d'être qualifié d'abstrait, car il est uniquement question de la forme et non pas de ce qu'elle pourrait représenter: «Peinture concrète et non abstraite, parce que rien n'est plus concret, plus réel qu'une ligne, qu'une couleur, qu'une surface»⁵¹, explique l'artiste et architecte néerlandais Theo van Doesbourg, fondateur du mouvement De Stijl.

Par ailleurs, bien que l'art concret se développe particulièrement en Suisse, la pensée constructiviste fait également écho aux Pays-Bas avec De Stijl, puis en Allemagne avec le Bauhaus. Ces mouvements sont intimement liés par la même idéologie et volonté de renoncer à l'individualité de l'artiste, mais également par le décloisonnement entre l'art, l'artisanat et l'industrie. Cette vision renforce donc leur caractère fonctionnaliste qui sera la base du style International.

C'est donc dans les années 1950 que le style Suisse s'instaure, représenté par les designers Max Bill, Josef Müller-Brockman, Emil Ruder ou encore Karl Gestner. L'usage de la grille, de la photographie tendant à faire oublier la subjectivité de point de vue du photographe à la

⁴⁹ Moholy-Nagy, Sibyl, *Moholy-Nagy: Experiment in Totality*, Harper & Brothers, 1950.

⁵⁰ Gravel, Julie, *Le développement du style international vu comme une manifestation de l'application des principes de l'art concret suisse*, UQAM, 2006, p. 21.

⁵¹ Van Doesburg, Theo, *Manifeste de l'art concret*, cité par Michel Seuphor dans *L'Art abstrait*, vol. 1, p. 10.

p. 78 ← img.

p. 79 ← img.

p. 80-83 ← img.

manière d'Alexandre Rodtchenko, les choix typographiques limités grâce à l'Helvetica, l'Univers ou l'Akzidenz Grotesk, sont les piliers de cette esthétique standardisée qui emprunte donc à l'art concret ; à la seule différence que, contrairement aux peintres, les graphistes partent d'une idée pour créer et employer ces formes.

Le travail de Wim Crouwel, qui débute à peu près à la même période (il finit ses études en 1949⁵²), est donc imprégné de toute cette histoire. Il déclarera lors d'un entretien⁵³ qu'il fut influencé par l'architecture moderniste, mais également par Otto Treumann, ayant lui-même reçu les leçons de son professeur Hajo Rose dérivé des cours de Joost Schmidt au Bauhaus⁵⁴.

L'influence de Wim Crouwel et Total Design

En 1963, Wim Crouwel signe l'une des identités visuelles les plus connues pour un Musée d'art contemporain, celle du Stedelijk Museum à Amsterdam, en collaboration avec le nouveau directeur et conservateur Edy de Wilde. Dans *Wim Crouwel: A Graphic Odissey*⁵⁵ de Tony Brook et Adrian Shaughnessy, le designer raconte l'histoire de cette collaboration.

Celle-ci commence quelques années plus tôt au Van Abbemuseum, aux alentours de 1955. Wim Crouwel est alors à ce moment un jeune designer et professeur, il expérimente son processus créatif. Pour l'exposition *Hiroshima* en 1957, Crouwel met en place les prémices de ce qui sera ensuite adopté au Stedelijk Museum, un mot image, accompagné d'une couleur, choix inspirés par le contenu présenté dans l'exposition :

« J'ai regardé le travail présenté à chaque exposition pour laquelle je devais créer une affiche, et j'en ai déduit

p. 84 ← img.

⁵² Brook, Tony, Shaughnessy, Adrian, *Wim Crouwel: A Graphic Odissey*, BNN (édition japonaise), 2012, p. 86.

⁵³ Idem, *ibidem*, p. 87.

⁵⁴ Toon, Lauwen et Treuman, Otto, *Otto Treumann – Graphic Design in the Netherlands*, 010 Publishers, 2001, p. 27.

⁵⁵ Brook, Tony, Shaughnessy, Adrian, *Wim Crouwel: A Graphic Odissey*, BNN (édition japonaise), 2012, 174 pages.

«I looked at the work in each exhibition that I have to design a poster for, and I drew a «sideways» influence from the subject matter. For instance, the Hiroshima exhibition consisted of paintings and drawings about the horror of Hiroshima by a Japanese artist. So I thought I should make it bright orange, or red, with very heavy black type to give an impression of the horror of the bombing of Hiroshima. I used one word to make an image - so that's how this poster came out.»

p. 85 ← *img.*

«[...] who was his own typographer and his own graphic designer who worked like a painter.»

p. 86-87 ← *img.*

un champ d'influence depuis le sujet. Par exemple, l'exposition Hiroshima était composée de peintures et dessins à propos des horreurs d'Hiroshima vues par des artistes japonais. Alors j'ai pensé que je pourrai faire l'affiche dans un orange vif, ou rouge, accompagné d'une typographie massive et très noire pour donner l'impression de l'horreur des bombardements. J'ai utilisé un mot pour faire une image — c'est ainsi que cette affiche est née.»⁵⁶

Néanmoins, il considère cette période comme un moment d'expérimentation, et l'usage strict de la grille n'est mis en place qu'à partir du moment où il commence à travailler au Stedelijk. Quand il prend ses fonctions avec Edy de Wilde, ce dernier reprend le poste de directeur de Willem Sandberg alors que Crouwel reprend la fonction de designer dont l'ancien directeur disposait également. Les choix formels se font ainsi en opposition au prédécesseur «[...] qui était son propre typographe et designer graphique qui travaillent comme un peintre.»⁵⁷

Avec l'accord d'Edy de Wilde, Crouwel met en place un système dont il est le seul à définir les règles — les propriétés de la grille, les rapports de dimensions entre documents, le choix typographique sans empattements... Un système qui pour lui relève d'une certaine praticité, un ordre permettant d'aligner, ranger, ordonner les informations de telle manière à ce que chaque document se ressemble et se différencie dans certains détails de mise en page. Le principe du mot image est également une constante, le contenu de l'exposition n'est jamais montré sur les affiches et l'ensemble graphique fait figure d'une traduction conceptuelle des œuvres à découvrir.

La stratégie est de passer par le texte plutôt que l'image, dans une volonté de ne pas prendre le dessus sur les œuvres, ou du moins de ne pas tenter de les interpréter. Depuis le départ de Sandberg, les ambitions du Stedelijk prennent de

⁵⁶ Brook, Tony, Shaughnessy, Adrian, *Wim Crouwel: A Graphic Odissey*, BNN (édition japonaise), 2012, p. 89

⁵⁷ Idem, *ibidem*, p. 89

l'ampleur: il y'a plus d'expositions, plus d'artistes, plus de commissaires d'exposition⁵⁸, donc plus d'individus différents, mais pour autant c'est l'image du musée qui doit prévaloir sur l'ensemble; à l'image des initiales SM surplombant les éléments de communication.

Bien que le choix d'utiliser un caractère sans empattements (dans ce cas précis l'Univers) soit bien évidemment issu de la culture du graphisme Suisse, il peut-être vu également comme un dispositif évoquant le *White Cube*: un moyen neutre de présenter un contenu avec distance en tentant d'influencer le moins possible la perception du public.

Ce travail est donc tributaire de la culture du style International. Il semble logique à l'époque d'adopter une telle stratégie de communication, car cette approche du graphisme s'est littéralement construite avec une pensée artistique décloisonnée, qui a irrigué tous les champs de la création; les messages produits par les graphistes et les artistes se font écho. Dans les années 1960 qui marquent l'émergence de l'art contemporain, la scène artistique est encore proche d'une pensée moderniste ayant marqué le monde de l'art des années 1920 à 1950.

Cependant, malgré l'évolution de la scène artistique vers d'autres sphères, cette stratégie graphique semble avoir été pendant longtemps décisive et influente dans le domaine. En France, presque 20 ans plus tard en 1984, l'identité visuelle du Capc à Bordeaux est reprise par Total Design, dont Wim Crouwel est un des fondateurs. À ce moment-là, la collaboration avec le Stedelijk Museum s'est terminée par le remplacement de De Wilde par Wim Beeren, ancien directeur du Boijmans Museum, dont Crouwel reprend les fonctions. Cette fois-ci, Crouwel délègue la question de la communication à 8vo⁵⁹. Ce projet avec Total Design lui permet de s'attarder une nouvelle fois sur l'exercice d'une identité visuelle d'une institution d'art contemporain, cette fois-ci française.

⁵⁸ Mertz, Paul, «Wim Crouwel», *dutch graphic roots*, dutchgraphicroots.nl, 2008 (<https://www.dutchgraphicroots.nl/en/wim-crouwel/> dernière consultation: 21/11/2023)

⁵⁹ Idem, *Ibidem*.

**De Total Design à Spassky Fischer:
adoption du style International comme norme.**

p. 88 ← *img.*

Total Design intervient à la suite du travail de Michel Aphenbero, qui avait mis en place en 1977 une identité visuelle assez radicale, mais également quelque peu amatrice, notamment grâce à l'utilisation exclusive d'un seul caractère de machine à écrire, le «light italic» d'IBM. L'institution menée à l'époque par le directeur Jean-Louis Froment et son équipe est encore au stade de construction, et cherche à se définir.

p. 89 ← *img.*

Total Design adopte une stratégie similaire à ce qui a été fait pour le Stedelijk Museum en scandant comme leitmotiv «Notre logo c'est l'Univers». Déjà à l'époque d'Aphenbero, Jean-Louis Froment ne souhaite pas faire figurer de logo, mais «[...] que l'ensemble du travail du CAPC “fasse logo”»⁶⁰. L'élément typographique est encore une fois central dans l'identité, le choix de l'Univers, créé par Adrian Frutiger, dépasse cette fois-ci le simple statut de dispositif et devient marqueur de l'identité au même titre qu'un logotype: «Le logo invisible et présent partout, fondu dans l'idée de cette catch-phrase mégalo, ambiguë, ouverte, énoncée à même le papier à lettres, enveloppe, T-shirt, va infuser, irriguer l'ensemble du travail du capcMusée.»⁶¹

La stratégie adoptée semble quelque peu datée par rapport à l'histoire du graphisme européen, plus de 20 ans séparent les identités du SM et du Capc et la scène artistique n'est plus comparable à celle de l'époque. Dans les années 1980, la scène new-yorkaise s'impose, l'art contemporain est transgressif, urbain, contestataire, politique, il s'empare du corps, celui de l'artiste, l'art est de nouveau personifié et non plus neutre et sans auteur·rice. Cette décennie, selon les mots d'Anne Bony est «inclassable, paradoxale, heurtée, porteuse d'espérance — le socialisme, la chute du mur de Berlin mettant un terme à la guerre froide — et

⁶⁰ Aphenbero, Michel, «CAPC: “Notre logo c'est l'Univers”», *Étapes, Art contemporain*, n°245, 2018, p. 108.

⁶¹ Idem, *Ibidem*, p. 108.

génératrice de drames endémiques — le sida, l'intégrisme, la nouvelle pauvreté [...]»⁶². Il est donc étonnant de voir à travers l'identité visuelle du Capc une stratégie tout à fait moderniste dans une époque où l'enjeu artistique relève justement du post-modernisme.

La France semble ainsi en retard, et pour cause: le décloisonnement entre art et design, si caractéristique du développement du graphisme en Europe entre les années 1920 et 1950, ne s'est opéré que bien plus tard sur notre territoire qui n'a perçu l'influence du Bauhaus que dans les années 1970 à travers le projet de l'Institut de l'environnement à Paris, d'où naîtra le collectif Grapus⁶³.

Si dans le cas du CAPC, le choix d'une posture moderniste semble quand même encore un peu contextualisée, du moins par rapport à l'héritage artistique de Crouwel, il semblerait que par la suite les identités visuelles de centre d'art ayant adopté la même stratégie ont été plus dans une logique de «l'esthétique par défaut». Ce concept est exploré par Anthony Measure dans le cadre précis des publications scientifiques dans l'article *À défaut d'esthétique: plaidoyer pour un design graphique de publications de recherche*⁶⁴, mais les conclusions peuvent être transposées aux identités visuelles d'institution d'art contemporain (même si l'exemple qu'il prend est plus extrême). Il y développe le problème suivant:

«Alors que la recherche n'existe pas sans transmissions des savoirs, la plupart des publications (revues, essais, affiches, etc.) se signalent à nous par une apparente absence de réflexion formelle, par un "défaut d'esthétique".»⁶⁵

Le problème résiderait dans le fait que la forme pourrait prendre le dessus sur le discours, alors qu'Anthony Measure tente d'expliquer que le design graphique pour-

⁶² Bony, Anne, *Les années 80 d'Anne Bony*, Éditions du Regard, 1995, p. 9.

⁶³ Ponant, Pierre, «CAPC: "Notre logo c'est l'Univers"», *Étapes, Art contemporain*, n°245, 2018, p. 104.

⁶⁴ Measure, Anthony, «À défaut d'esthétique: plaidoyer pour un design graphique des publications de recherche», *Sciences du Design*, n°8, 2018.

⁶⁵ Idem, *Ibidem*, p. 69.

rait permettre de «dépasser l'opposition entre forme et contenu»⁶⁶. Il dénonce également l'usage de template, de formes préconçues comme l'usage du Times New Roman en tant qu'élément typographique présumé neutre (ce qui fait même contresens, car il avait été dessiné spécifiquement pour un encombrement minimal dans les journaux et non pas pour du traitement de texte comme il est largement utilisé, par défaut, aujourd'hui). Et bien dans le cadre de l'art contemporain, le système mis en place par Crouwel est devenu une esthétique par défaut pour les autres institutions, l'usage de typographies sans empattements, mais également de la photographie, de la grille, bref de tous les éléments qualifiant le style International.

Cette esthétique renvoie également au dispositif du *White Cube* et au Minimalisme — émergeant tous deux dans les années 1960 — comme une théorie globale, à la fois littéraire et métaphorique. Comme si les œuvres, contenu des expositions, étaient incompatibles avec quelconque contexte donné, incompatible avec un graphisme autre que fonctionnaliste et dit International. Brian O'Deherthy explique : «Aujourd'hui, nous avons atteint un point où ce n'est pas l'art que nous voyons d'abord, mais l'espace.»⁶⁷.

Le *White cube* est devenue un espace sacralisé, renvoyant à une «division entre l'esprit et le corps fondatrice de la philosophie occidentale qui valorise le produit de l'esprit — en général associé au masculin — et met au ban ce qui relève du corps — le domaine des femmes.»⁶⁸

Ces conclusions peuvent être transposées au style International: ce mouvement graphique peut s'apparenter à un dispositif d'exposition, qui valorise l'information dans son autonomie. Le graphiste fonctionnaliste produit un graphisme qui valorise le produit de l'esprit, plus honorable pour représenter et communiquer l'art contemporain.

⁶⁶ Masure, Anthony, «À défaut d'esthétique: plaidoyer pour un design graphique des publications de recherche», *Sciences du Design*, n°8, 2018, p. 69.

⁶⁷ O'deherthy, Bryan, *White cube. L'espace de la galerie et son idéologie*, JRP Ringier, 2008, p. 36.

⁶⁸ Alfonsi, Isabelle, *Pour une esthétique de l'émancipation*, B42, Collection Culture, 2019, p. 51.

Pour revenir sur la question du féminin abordée par Isabelle Alfonsi, celle-ci explique dans son ouvrage *Pour une esthétique de l'émancipation* :

« Cette époque voit aussi la généralisation de l'écrin neutre du *White Cube*, invention simultanée à celle du minimalisme, qui a largement favorisé une lecture formelle et masculine de l'art contemporain. »⁶⁹

La vision *White Cube* minimaliste exclut à la fois les femmes de la production artistique (on ne retient désormais plus que les noms de Sol Lewitt, Carl Andre, Dan Flavin et de Donald Judd, mais plus ceux de Simone Forti et Yvonne Reiner par exemple⁷⁰), mais également leur perception et lecture des œuvres qui nous sont présentées. La pensée minimaliste découle elle aussi de l'héritage fonctionnaliste du Bauhaus, « qui semble s'exercer à l'exclusion des femmes »⁷¹. Adopter une telle stratégie de communication à notre époque, c'est s'inscrire dans cet héritage moderniste certes riche historiquement, mais c'est également perpétuer le cliché d'une communication peu inclusive (sans même parler de la prévalence d'un point de vue occidental et latin alors que depuis longtemps l'art contemporain s'est déployé en dehors de l'Europe et des États-Unis).

On peut retrouver cette dynamique de création chez le studio Spassky Fischer par exemple, qui représente une large part du marché des identités visuelles des institutions culturelles. Iels réalisent pour le MAC VAL et le CAPC des identités plutôt similaires.

Dans le cas du MAC VAL, le discours que porte le studio et la forme que prend l'identité semblent dissonants. La première intention était de faire référence aux affiches des anciennes fêtes de village et des lettres imprimées en bois⁷². Comme dans beaucoup de leurs projets, Spassky Fischer utilisent alors un caractère typographique « *urague* », dans

p. 90 ← img.

⁶⁹ Idem, *Ibidem*, p. 49.

⁷⁰ Idem, *Ibidem*, p. 49.

⁷¹ Idem, *Ibidem*, p. 50.

⁷² Bouige, Caroline, « Systèmes d'énonciation », *Étapes, Usages typographiques*, n°269, 2022, p. 103.

le sens où un seul caractère est utilisé pour l'ensemble de la communication (ici, le Times Gothic de Hugo Anglade), afin «*D'évacuer*» la question de la typographie : «*Ce n'est pas le choix de la fonte qui prime. L'usage quasi systématique de Neue Haas nous permet justement d'évacuer cette question pour nous concentrer sur d'autres priorités telles que la relation avec le commanditaire.*»⁷³

Seulement, de par l'exigence de leur système typographique, semblable à l'exigence de Crouwel, l'aspect vernaculaire se retrouve limité et ne transparait pas aux yeux du public. L'intention énoncée ne correspond pas à l'image créée. Même si le caractère typographique fait bel et bien référence aux caractères en bois, il semblerait que le discours ne suffise pas et que le message se noie dans les références du studio. Dans les affiches suivantes, le nom du MAC VAL est placardé en blanc et en grand, pour répondre au problème de visibilité de l'institution, ce qui peut rappeler la manière dont les lettres SM étaient mises en avant pour le Stedelijk Museum.

L'héritage moderniste est encore fort dans le paysage des identités visuelles pour les lieux d'art contemporain ; on peut le retrouver dans celle du Frac Picardie réalisée par Felix Müller, du centre d'art contemporain la Galerie à Noisy-le-Sec ou encore le Frac Sud à Marseille par Marie Proyart et Jean-Marie Courant de Catalogue Général. Le but ici n'est pas de pointer du doigt le travail des designers en leur reprochant un manque de réflexion par rapport aux identités réalisées, qui sont sans aucun doute le fruit d'une collaboration sérieuse entre les institutions et elleux-mêmes, mais plutôt de relever le sens de tels choix et de questionner ce qu'ils représentent.

Bien évidemment, d'autres stratégies ont été adoptées pour d'autres lieux grâce au travail de graphistes, mais également la volonté des directrices des institutions ayant une approche résolument différente.

p. 92 ← *img.*

p. 91 ← *img.*

Transgression formelle

L'identité visuelle d'une institution d'art contemporain peut également être un projet expérimental, remettant en question les limites du design graphique. L'exemple de l'identité visuelle en résidence du duo Vier5⁷⁴ pour le CAC Brétigny illustre bien la transgression formelle et typographique et l'évolutivité qu'un système d'identité muséale peut revêtir. Marco Fiedler et Achim Reichert fondent Vier5 en 2002. Originaires d'Allemagne, ils décident de s'installer en France, à Paris plus exactement. Dans son article *Graphisme d'inutilité ludique (pourquoi j'aime le travail de Vier5)*, Catherine de Smet nous présente la «*posture inhabituelle*» du duo, qui se revendique d'un héritage moderniste et dont le travail est «fondé sur une notion classique du design ("classique" s'appliquant, dans ce contexte, à la tradition instaurée par le XX^e siècle)⁷⁵.» Pourtant, bien que se réclamant de cet héritage, Vier5 fait également en sorte de ne pas s'y limiter pour ainsi proposer une méthode qui leur est propre.

Pendant près d'une dizaine d'années, ils explorent pour le CAC Brétigny les limites de la lisibilité à travers leurs expérimentations typographiques :

«Cependant pour Vier5, après le psychédélisme, Neville Bordy, Emigre, David Carson ou M/M, la lisibilité ne constitue plus l'enjeu majeur de la création de caractères qui doit en revanche s'adapter aux exigences présentes⁷⁶.

Chaque support de communication est alors un terrain de jeu pour les graphistes, qui développent à la fois une identité propre au lieu, mais également une recherche de l'extrême. Par exemple l'affiche de l'exposition *La monnaie vivante* en 2006 est en réalité une affiche réutilisée et surtout réimprimée pour 3 évènements du CACB, et propose donc une image surchargée issue d'un processus accidentel et aléatoire. La posture est radicale, l'identité que Vier5 met

p. 94 ← img.

⁷⁴ De Smet, Catherine, « Graphisme d'inutilité ludique (pourquoi j'aime le travail de Vier5) », *Pour une critique du design graphique, Dix-huit essais*, B42, 216 pages, 2012, p. 119-125.

⁷⁵ Idem, *Ibidem*, p. 119.

⁷⁶ Idem, *Ibidem*, p. 120.

en place dépasse les attentes classiques d'une institution. Même si l'exercice de la résidence s'est reproduit (au CAC Brétigny, mais aussi au CAC Chanot) et que par conséquent il a été permis à d'autres graphistes de s'épanouir dans un cadre assez libre de collaboration, très peu d'exemples de la sorte sont comparables au travail de Vier5.

p. 95 ← img.

On peut voir dans la mise en place de la nouvelle identité visuelle du Palais de Tokyo une énergie similaire avec l'intervention de l'artiste Thomas Hirschhorn en collaboration avec le studio graphique du centre, mais il ne semble pas que le projet artistique soit de la même ampleur. Cette nouvelle charte, quelque peu détonante avec la précédente mise en place par Helmo, m'a fait me poser plusieurs questions, notamment sur l'origine d'une telle réalisation (étant donné que le contexte autour de cette nouvelle identité était très flou et qu'il n'y avait aucune prise de parole pour la présenter). Lors d'un échange avec Willy Carda, responsable du studio graphique du Palais de Tokyo, ce dernier m'explique les intentions derrière le projet :

« Il [Guillaume Désanges] propose une vision assez radicale du lieu, le décrivant comme un lieu de “permaculture institutionnelle” : c'est-à-dire l'application des préceptes de la permaculture à une institution culturelle. Il envisage le lieu comme une “terre” riche, mais sensible, qu'il faut utiliser et aménager en tenant compte du renouvellement des sols, de la polyculture et des systèmes de jachère. Cette métaphore de la gestion raisonnée des sols comme des systèmes de production des œuvres est très proche des problématiques des labels bio : produire localement, éviter le gaspillage, éviter la surproduction, recourir au réemploi, mettre en place une gestion raisonnée des ressources... voilà quelques-unes des valeurs portées par Guillaume Désanges et sa permaculture institutionnelle. »⁷⁷

En résulte la création de plusieurs principes graphiques, et non pas d'une charte à proprement parler : la

couleur (par le choix du noir et blanc uniquement), la typographie (n'importe laquelle tant qu'elle est utilisée en gras car «*tout est important*») et l'aspect DIY. Il semblerait que le Palais soit venu à adopter un système transgressif, car il désobéissait déjà depuis quelque temps à la charte mise en place par Helmo (mais je reviendrai sur les enjeux d'une telle collaboration dans le chapitre suivant). Cette identité visuelle répond donc à la fois à un message incarné par un nouveau directeur, mais elle permet également au studio graphique interne de s'appropriier son identité, ses outils et de se détacher de toute entrave.

Aussi, le choix de travailler avec Thomas Hirschhorn n'est pas anodin. Ayant lui-même reçu une formation de design graphique à la Schule für Gestaltung de Zurich, il s'est très rapidement résigné par rapport au métier de graphiste: «J'ai lâché l'idée d'être graphiste quand j'ai compris que les graphistes étaient commis de quelqu'un d'autre»⁷⁸.

Quand ce dernier tente de travailler avec Grapus, qui lors de ses études représentait un idéal de posture politique, il perçoit l'organisation du studio comme celle d'une agence de publicité, malgré la nature des commandes. Il renonce alors au métier de graphiste pour devenir un artiste s'armanant des outils du graphiste.

Alors, comment expliquer cette collaboration? On peut déjà émettre l'hypothèse que le Palais de Tokyo, étant lui-même une institution d'art contemporain, l'exercice était sûrement plus proche des valeurs de l'artiste ou du moins de son univers, quand bien même le centre d'art reste un commanditaire comme un autre. Du point de vue de l'institution, on peut percevoir comme une réticence à travailler avec des professionnelles du design graphique et de leur laisser l'opportunité de décrocher les pratiques et de proposer des solutions en phase avec l'institution. Depuis près de 20 ans, le Palais de Tokyo possède au sein de ses murs un studio de design graphique mené par Willy

Carda, qui jusqu'alors avait comme mission d'appliquer la charte mise en place par d'autres graphistes. Cette configuration n'est pas unique, elle existe également au Whitney Museum de New York, où Experimental Jetset a mis en place la charte graphique et dont l'application à part la suite été déléguée aux graphistes du musée. Ces derniers témoignent auprès de Spassky Fischer⁷⁹ comment ils ont pu faire l'expérimentation de la mise en place d'une charte à la manière des artistes minimalistes et conceptuels comme Sol Lewitt, en tenant compte du protocole que les graphistes internes auront à appliquer. Il s'agit donc d'une véritable collaboration, qui parle de l'art contemporain, mais qui a conscience des tenants et des aboutissants d'une telle commande. Ce à quoi probablement, le Palais de Tokyo ne s'est pas vraiment résolu du temps de la collaboration avec Helmo et Julien Lelièvre.

Dans ce cas précis donc, si la notion de transgressivité est centrale à l'identité, l'est-elle plus dans sa réalisation graphique ou bien dans le simple fait de se mettre en totale opposition à ce qui l'a précédé ?

Ne faire qu'une avec la collection

Alors que bon nombre d'institutions font le choix de ne pas faire d'identité visuelle en lien avec la nature des œuvres qui constitue leur fond (car trop diversifié) d'autres, plus spécifiques, en font leur atout. C'est le cas du Frac Picardie qui détient l'une des plus importantes collections en dessin contemporain de France et d'Europe.⁸⁰

La première charte graphique mise en place par Felix Müller introduit un logotype mettant en avant cette notion de dessin contemporain à la fois graphiquement, grâce à la ligne partant de la traverse du f, et textuellement, avec la mention «des mondes dessinés». Plus tard, la mention disparaît et la ligne s'ondule, comme pour mieux sug-

⁷⁹ Bruet, Manon, Petitjean, Thomas, «Un travail quotidien: le Mucem», *Revue Faire*, n°15, 2018.

⁸⁰ Les Frac, *Frac Picardie*, (<https://lesfrac.com/frac/frac-picardie-hauts-de-france/> dernière consultation: 21/11/2023.)

gérer l'idée du dessin sans pour autant la verbaliser. Seulement, l'ensemble de l'identité visuelle renvoie elle aussi à une « *esthétique par défaut* » comme expliqué précédemment, un choix influencé par la demande initiale : « Le Fonds régional d'art contemporain de Picardie souhaitait de la simplicité. L'identité visuelle doit pouvoir fonctionner dans divers contextes, tout en conservant son originalité et en restant extensible. Les divers outils de communication doivent pouvoir être conçus avec des investissements en temps et coûts minimaux. »⁸¹

Le Frac revêt donc pendant plus de dix ans une identité visuelle presque invisible, allant de pair avec sa situation, celle d'une institution à l'histoire complexe au sein même de la structure, fermée au public local et isolée géographiquement.

L'arrivée en 2020 du nouveau directeur Pascal Neveux marque un tournant au sein de la structure, ainsi que la création d'une nouvelle identité visuelle par le duo The Shelf Company en 2023. Iels proposent un système résolument plus coloré, tranchant avec le blanc des anciennes affiches, en imposant un pantone d'une gamme pastel comme marqueur de la saison ou de l'exposition. La thématique du dessin est elle aussi reprise, non pas tellement dans le logotype, mais dans l'illustration centrale. Un dessin semble se composer sous nos yeux, reprenant le principe des points numérotés à relier. Cette stratégie de communication plutôt ludique peut rappeler le travail de Fanette Mellier pour le Frac MECA.

p. 93 ← *img.*

p. 96 ← *img.*

La thématique du jeu

Pour plusieurs institutions d'art contemporain, le champ lexical du jeu revient régulièrement. La thématique du jeu est une stratégie graphique adoptée par plusieurs graphistes dans la réalisation d'identités visuelles, comme on peut le retrouver au Frac MECA avec Fanette Mellier, dans le travail de Léa

⁸¹ Müller, Felix, *Fonds régional d'art contemporain de Picardie, principes de base*, www.felixmuller.com, 2010 (<http://www.felixmuller.com/index.php?id=190> dernière consultation 21/11/2023)

p. 97 ← *img.*

p. 98-99 ← *img.*

Audouze et Margot Duvivier pour la tôlerie et le Frac Champagne-Ardenne ou encore l'ancienne identité du Palais de Tokyo créée par Helmo. Willy Carda me témoigne des intentions derrière le caractère bubbliisé de l'identité de 2012: «Leur proposition d'identité graphique répondait à nos préoccupations du moment: proposer une identité grand public, ludique, qui permette de sortir des codes de l'art contemporain quand on le souhaite. [...] Cette esthétique du rond, du cercle, de l'union, était parfaite pour symboliser la notion d'accueil et d'ouverture que l'on souhaitait imager avec cette réouverture.»⁸²

Pour signifier l'accessibilité d'un lieu, qui souvent souffre d'une image trop élitiste, certaines graphistes choisissent de revenir à des codes de l'enfance, comme pour simplifier le propos trop complexe d'un centre d'art. Il ne semble pas que dans ces cas de figure, ce langage soit à la destination du jeune public, mais plutôt au grand public. Ces identités, aussi colorées et accueillantes soient-elles, peuvent nous faire poser des questions sur la manière dont on s'adresse à un public, moins concerné par l'art contemporain ou issu de milieux moins favorisés, comme on s'adresse à des enfants. Le ton adopté pourrait apparaître comme infantilisant, mais la plupart du temps la maîtrise graphique sauve une fausse bonne idée, maladroite, mais souvent bienveillante. L'art contemporain souffrira toujours de préjugés et ne pourra jamais parler à tout le monde, mais ce n'est pas un drame non plus. Si un centre d'art souhaite parler à un public plus grand, certes il peut adapter sa communication visuelle, mais accueillir un public plus local, moins au fait de l'actualité et la culture de l'art contemporain, réside bien plus dans les missions que juste la communication visuelle de ce dernier.

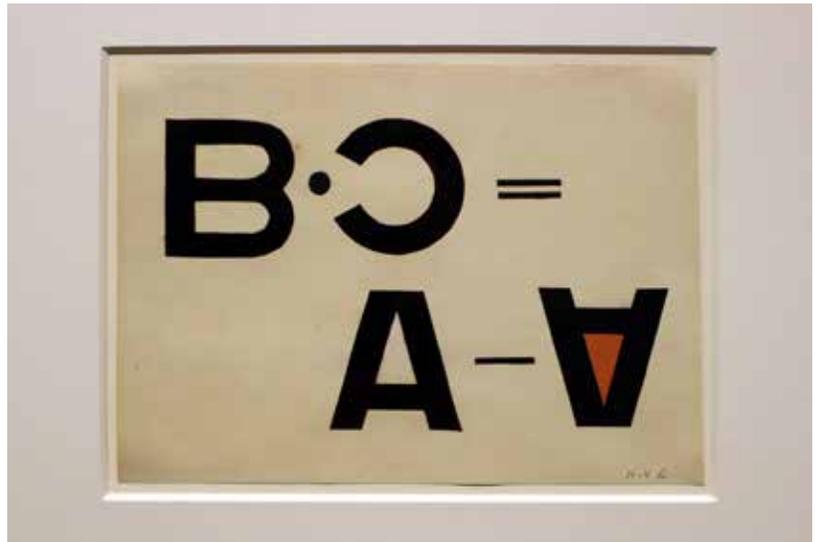
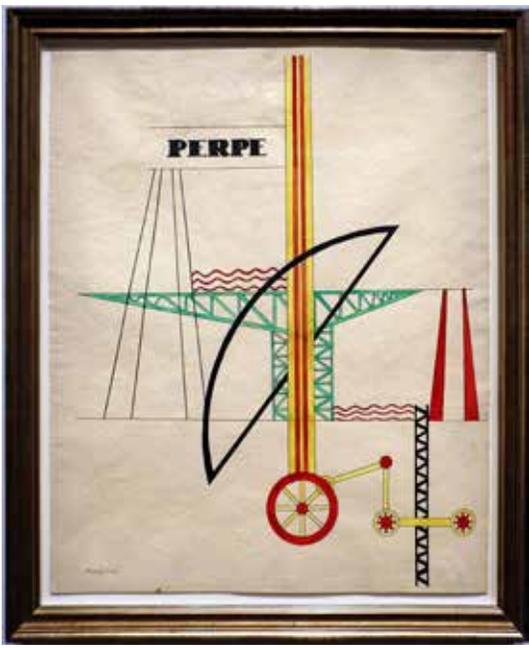
Par exemple dans le cas de La Galerie à Noisy-le-Sec, l'ancienne identité visuelle créée par Marie Proyart limitait l'impact du centre: des affiches avec très peu d'images

p. 132-135 ← img.

et beaucoup de contenu textuel, des couleurs sûrement un peu trop ternes, qui rendaient une communication dans la retenue. En 2019, l'atelier Pierre Pierre propose à contrepied une identité faisant la part belle à l'image, adoptant un duo de pantone singulier pour chaque évènement. La stratégie graphique ne relève pas de l'univers du jeu, néanmoins l'appel du visuel fonctionne. Le centre d'art met également l'accent sur les missions qu'il mène sur le public local de Noisy-le-Sec, de ce fait des outils sont créés comme le journal pour enfant, qui adopte le même langage graphique que pour le reste de l'identité avec une véritable réflexion dans le contenu et la forme qu'il peut adopter. Les documents à destination du jeune public sont donc traités sur le même piédestal que l'ensemble de la communication. Ainsi, au lieu d'abaisser toute la communication à un même niveau infantilisant sous la contrainte d'un public dont on pense qu'il ne pourrait pas comprendre l'art contemporain, on sublime l'ensemble pour permettre à tous documents d'être mis en valeur pour n'importe quel public.

*

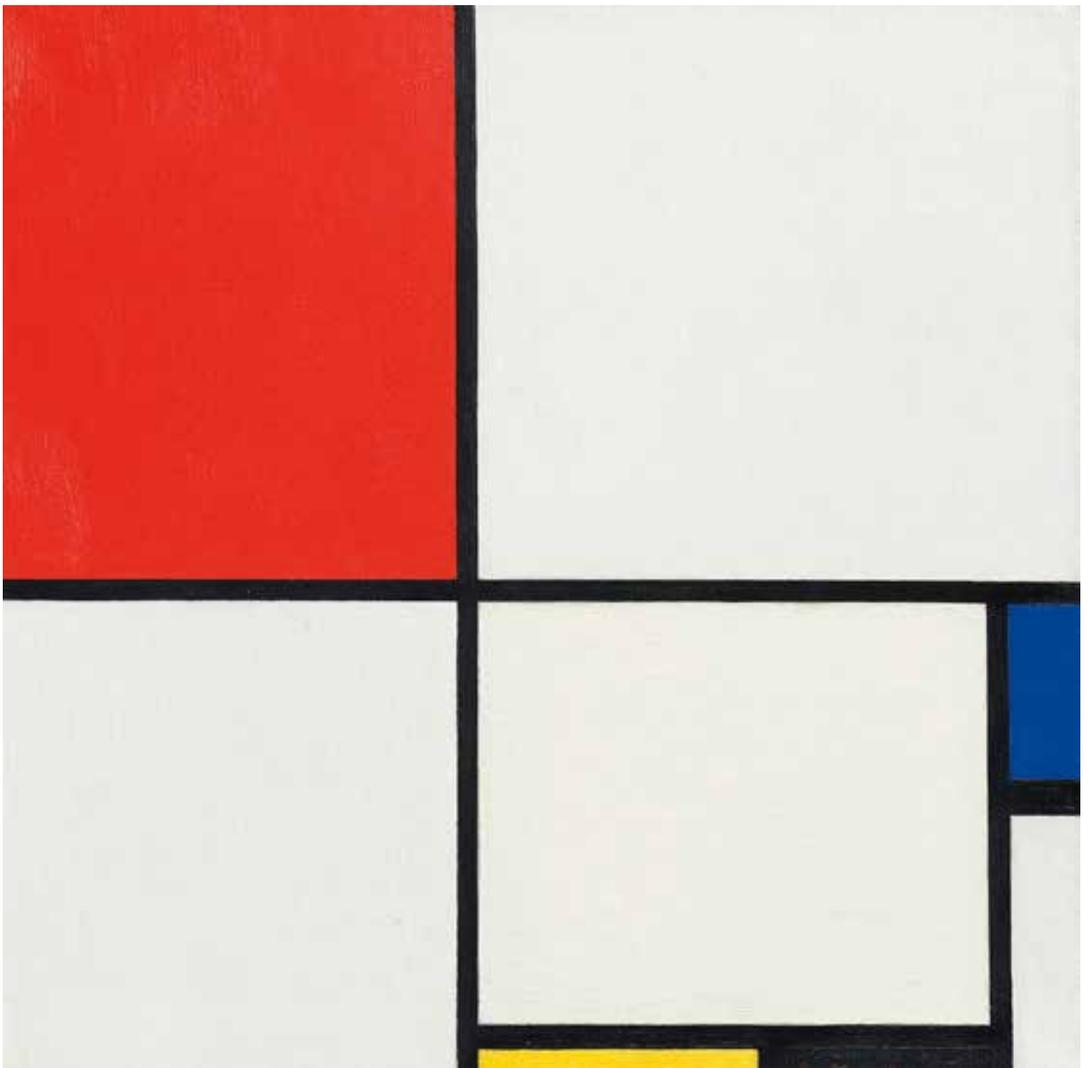
**



Œuvres issues du mouvement constructiviste:

👉 László Moholy-Nagy, *perpe*, 1919. Photo: © Wikipédia.

👉 László Moholy-Nagy, *collage typographique*, 1922. Photo: © Wikipédia.



17 30

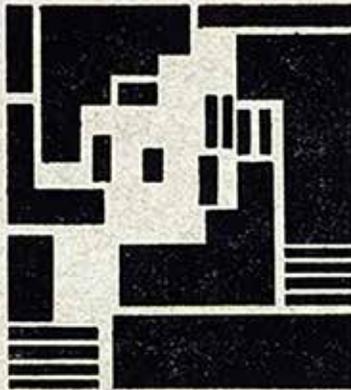
ND DE STIJL

VIERDE JAARGANG 1921

ANTHOLOGIE-BONSET

INTERNATIONAAL MAANDBLAD
VOOR NIEUWE KUNST WETEN-
SCHAAP EN KULTUUR REDACTIE
THEO VAN DOESBURG

DE STIJL



MAANDBLAD GEWIJD AAN
DE MODERNE BEELDENDE
VAKKEN EN KULTUUR
RED. THEO VAN DOESBURG



kunstgewerbemuseum zürich

USA baut

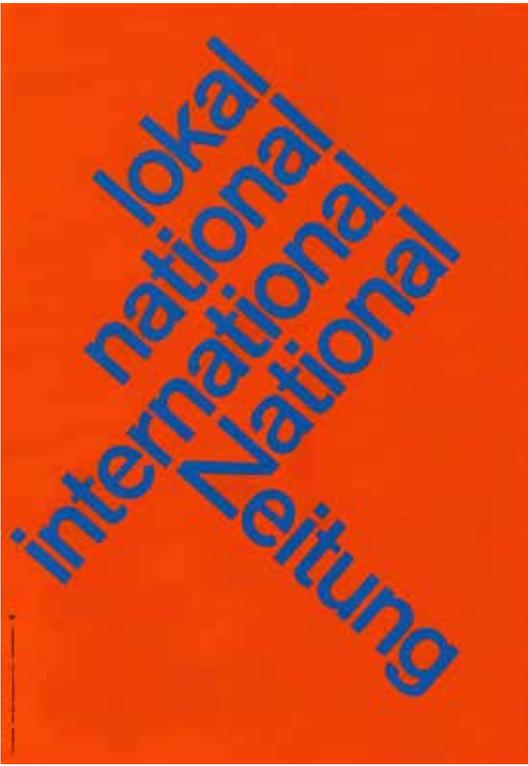
9. september – 7. oktober 1945

Automobil—Club der Schweiz

schützt das Kind !



© 1953, Müller-Brockmann



stedelijk van abbemuseum eindhoven

dagelijks geopend
van 10-17 uur
zon- en feestdagen
van 13-17 uur
dinsdag- en
donderdagavond
van 20-22 uur

hiroshima

panelen van iri maruki en toshiko akamatsu

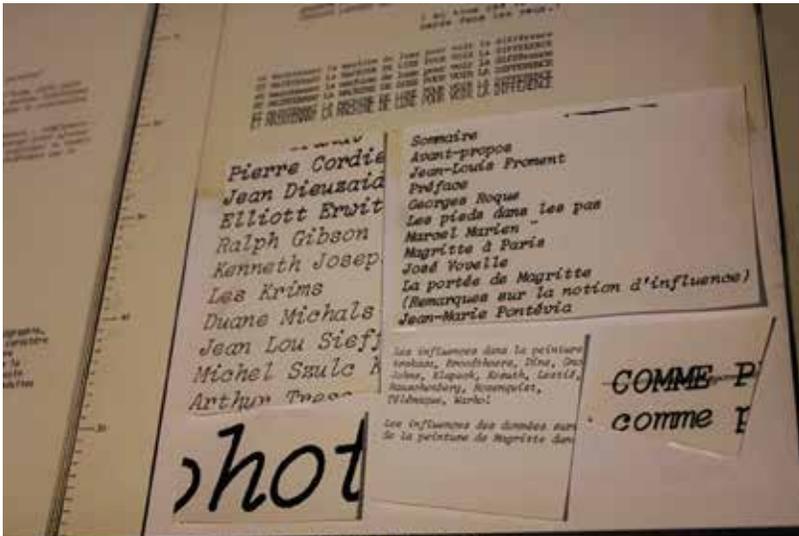
30 maart tot
15 april 1957

afbeelding: foto: p. 11









Ensemble de documents relatant la confection de la première identité visuelle du capc à Bordeaux, circa 1970., présentés lors de l'exposition *Nos identités visuelles Bordeaux-Paris Paris-Bordeaux* (Jean Widmer - Pierre Bernard - Daphné Duijvelshoff - Michel Apheresero - Zak Kyes), 2017. Conception graphique: Michel Apheresero. Photos: © Hervé Padrino.



👉 Ensemble de documents relatant la confection de la seconde identité visuelle du capc à Bordeaux, circa 1985., présentés lors de l'exposition *Nos identités visuelles Bordeaux-Paris Paris-Bordeaux* (Jean Widmer - Pierre Bernard - Daphné Duijvelshoff - Michel Aphenbero - Zak Kyes), 2017. Conception graphique: Total Design. Photos: © Hervé Padrino.







Frac Picardie
Hauts-de-France

Exposition
du 08 avril
au 03 juin
2023

Au Frac Picardie

Équipe Aleksandra
Zlotnik Males,
& Sarah Fritz

Exposition
du 08 avril
au 20 mai
2023

**À la
Maison de
la Culture
d'Amiens**

Sania Mourad

**Le prisme
du
féminin**

Commissariat:
Isana P.A. Nives

*machines, ovocytes,
fils, potions*

FRAC Picardie - Hauts-de-France - 1 rue de la République - 80000 Amiens - Tél. 03 20 20 20 20 - www.frac-picardie.fr

Frac Picardie
Hauts-de-France

Exposition
collective
du 12 avril
au 30 juin
2023

**Printemps
silencieux**

*Damien Demuhali
Zohier Gerner
Zine Korbouan
Arantxa Oñativier
Sarahalle Perla
Sorayna Pechova
Zuzana Rejz
Clément Verger*

**À la Maison
de l'Architecture
Hauts-de-France**

FRAC Picardie - Hauts-de-France - 1 rue de la République - 80000 Amiens - Tél. 03 20 20 20 20 - www.frac-picardie.fr

Frac Picardie
Hauts-de-France

Exposition
du 20 janvier
au 25 mars
2023

Pirouettes

*Baptiste Meyniel,
Jean-Simon Roch,
Marion Pinaffo
& Raphaël Pluvinage*

FRAC Picardie - Hauts-de-France - 1 rue de la République - 80000 Amiens - Tél. 03 20 20 20 20 - www.frac-picardie.fr

Frac Picardie
Hauts-de-France

Programmation
culturelle

**de juin
à déc**

23

**40^e
anniversaire
des Frac**

FRAC Picardie - Hauts-de-France - 1 rue de la République - 80000 Amiens - Tél. 03 20 20 20 20 - www.frac-picardie.fr



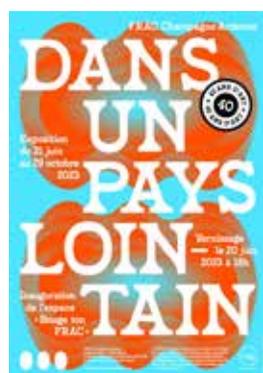
👉 Affiche pour l'exposition *La monnaie vivante*, au Cabch (Brétigny-sur-Orge), 2006
Conception graphique: Vier5.

👉 Affiche pour l'exposition *Here or elsewhere*, de l'artiste Roman Ondak au Cabch (Brétigny-sur-Orge), 2006.
Conception graphique: Vier5.



👉 Diverses affiches dévoilant la nouvelle charte graphique du Palais de Tokyo, 2023.
 Conception graphique: Willy Carda, Thomas Hirschorn et le studio graphique du Palais de Tokyo.
 Photos: © Palais de Tokyo.





👉 Divers documents de communication pour la Tôlerie à Clermont-Ferrand, 2021. Conception graphique: Léa Audouze et Margot Duvivier. Photo: © Léa Audouze.

Palais de Tokyo **PALAIS**
2012

13, avenue de Président Wilson
 75016 Paris - France
 Tél. +33 (0)1 47 23 54 01
 www.palaisdetokyo.com

Le Palais de Tokyo
 bénéficie du soutien
 du Tokyo Art Club,
 Fonds de soutien
 du Palais de Tokyo,
 les Amis du Palais
 de Tokyo.

DE **TOKYO**

Bienvenue!

Horaires
 Accès aux publics
 de midi à 21h
 tous les jours sauf
 le lundi.

Accès
 Métro ligne
 Des 32, 42, 63,
 72, 89, 92, 93
 RER C, Aéro

artem PAYSAN MUSEE

PALAIS

13, avenue de Président Wilson
 75016 Paris - France
 Tél. +33 (0)1 47 23 54 01
 www.palaisdetokyo.com

Horaires
 Accès aux publics
 de midi à 21h
 tous les jours sauf
 le lundi.

Accès
 Métro ligne
 Des 32, 42, 63,
 72, 89, 92, 93
 RER C, Aéro

Palais de Tokyo 2012, bienvenue!

Le Palais de Tokyo
 bénéficie du soutien
 du Tokyo Art Club,
 Fonds de soutien
 du Palais de Tokyo,
 les Amis du Palais
 de Tokyo.

DE **TOKYO**



E A LA MARGE

A LA MARGE

A LA MARGE

À LA MARGE

À LA MARGE

À LA MARGE

ATI

MARCELA

MARCELA

TRAVAILLER ENSEMBLE : PROCESSUS DE COLLABORATION DANS LA CONCEPTION D'UNE IDENTITÉ VISUELLE.

Puisque nous avons pu étudier dans le chapitre précédent plusieurs stratégies utilisées pour la création d'identités visuelles pour des institutions d'art contemporain, il me semble juste d'aborder de manière plus concrète les enjeux d'une telle collaboration. Ce dernier chapitre abordera donc le processus de création d'un tel projet pour trois institutions différentes : le Crédac à Ivry-sur-Seine, la Galerie à Noisy-le-Sec et le Palais de Tokyo à Paris. Pour chacune de ces institutions, j'ai pu mener une enquête de terrain grâce à des entretiens qui seront donc la base de ma réflexion :

- Avec Elsa Aupetit et Martin Plagnol, duo de graphistes autrement connu sous le nom de Kiösk pour le Crédac⁸³
- Avec Ana Mendoza, chargée de communication au Crédac⁸⁴
- Avec Pierre Pautler, Kévin Lartaud et Guillaume Tourscher, membres de l'Atelier Pierre Pierre pour la Galerie⁸⁵
- Avec Marie Dernoncourt, ancienne chargée de communication à la Galerie⁸⁶
- Et enfin avec Willy Carda, responsable du studio de design graphique du Palais de Tokyo.⁸⁷

Avant d'entrer dans le cœur du sujet, je tiens néanmoins à souligner le fait que ces témoignages ne reflètent bien évidemment qu'une réalité partielle de ce que peut être la réalisation d'une identité visuelle. La plupart de ces exemples sont des cas de figure idéaux de la relation entre graphistes et commanditaire, et mis à part le Palais de Tokyo, les institutions

⁸³ Aupetit, Elsa, Plagnol, Martin, *Entretien à propos de l'identité visuelle du Crédac*, retranscription d'un enregistrement audio, 1er mai 2023.

⁸⁴ Mendoza, Ana, *Entretien à propos de l'identité visuelle du Crédac*, retranscription d'un enregistrement audio, 19 mai 2023

⁸⁵ Pautler, Pierre, Lartaud, Kévin et Tourscher, Guillaume, *Entretien à propos de l'identité visuelle de la Galerie*, retranscription d'un enregistrement audio, 6 juin 2023

⁸⁶ Dernoncourt, Marie, *Entretien à propos des identités visuelle de la Galerie*, retranscription d'un enregistrement audio, 5 juillet 2023.

⁸⁷ Carda, Willy, *Entretien à propos de la nouvelle identité visuelle du Palais de Tokyo*, par mail, 16 août 2023.

présentées ici sont relativement petites, ce qui facilite la communication et permet un cadre sûrement plus libre pour les graphistes que dans des institutions à plus grandes échelles.

La naissance d'une collaboration

Quand une institution d'art contemporain souhaite faire peau neuve, un appel d'offres a généralement lieu, c'est-à-dire qu'elle annonce publiquement la procédure d'appel d'entreprises, pour répondre à son besoin. Celui-ci peut être ouvert ou restreint, ainsi l'institution peut déjà s'adresser à des candidates qu'elle aurait sélectionnés au préalable.

L'appel d'offres peut contenir un bon nombre de pièces techniques: le règlement de la consultation, un cahier des clauses particulières qui présente les prestations attendues, un acte d'engagement, une charte pour l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes et la lutte contre la discrimination... Ces pièces administratives sont ensuite accompagnées d'annexes décrivant la nature de l'appel d'offres, les intentions de la directrice et de l'institution en général... Par exemple, dans le cadre de l'appel d'offres ouvert du Palais de Tokyo en 2022, le nouveau directeur Guillaume Désanges rédige un manifeste intitulé *Petit traité de permaculture institutionnelle. Pour un site de création contemporaine vivant et productif*⁸⁸, qui lui permet d'instaurer un nouveau discours qu'il souhaite insuffler dans l'ensemble de son institution et donc également dans l'identité. Au-delà d'un simple brief, les graphistes souhaitant y répondre peuvent se référer au discours de l'institution. Enfin, les graphistes ont également accès à une liste de pièces à réaliser grâce à des éléments fournis par l'institution.

Cette première phase est appelée phase concours, et dans le meilleur des cas les graphistes répondant à l'appel d'offres sont rémunérés, ou du moins ils reçoivent une compensation pour le travail effectué. Ensuite, une fois l'institution fixée sur un choix, elle désigne les graphistes choi-

p. 121 ← img.

sièges qui s'engagent dans la phase de réalisation de l'identité. Si dans la plupart des cas l'appel d'offres suit son cours et se déroule jusqu'à la finalisation d'un projet d'identité grâce à ce processus, il peut également advenir que celui-ci n'aboutisse pas, ou alors qu'il soit « faussé » pour de multiples raisons. Il peut arriver par exemple que la direction d'une institution choisisse elle-même des graphistes qui n'auraient pas participé à l'appel d'offres initialement... Dans ce cas de figure, une collaboration sereine peut s'avérer complexe car les graphistes sont misés dans une position inconfortable qui n'est pas forcément propice à un travail épanoui.

La création d'une identité visuelle pour une institution publique d'art contemporain peut également prendre place dans le cadre du 1% artistique, s'il y a construction ou reconstruction du bâtiment. Ce dispositif permet d'allouer « 1% du montant HT pour la réalisation d'une œuvre intégrée à l'architecture »⁸⁹, cadre dans lequel la signalétique d'un lieu et par extension son identité visuelle peuvent être réalisées. Par exemple, dans le cas du FRAC PACA, qui déménage en 2013 dans un nouveau bâtiment dessiné par Kengo Kuma, Marie Proyard et Jean-Marie Courant de Catalogue Général bénéficient de cette mesure. Ce dispositif peut également insuffler une démarche particulière chez les graphistes, qui se pencheront plus sur l'architecture du lieu comme origine et inspiration pour leurs recherches.

Dans le cas d'une refonte d'identité, l'origine d'un tel projet peut-être multiple. Très souvent, l'identité est renouvelée à la suite d'un changement de direction. Dès lors, les missions de l'établissement peuvent changer en fonction de celui qui l'a dirigé. Willy Carda témoigne, notamment au sujet du Palais de Tokyo, comment depuis sa prise de poste il y a à peu près 20 ans, chaque changement de direction révèle un nouveau lieu :

« Le palais change de présidence tous les 6/7 ans, cette prérogative modifie considérablement la dynamique

du lieu. Pour être juste, il faudrait parler des Palais de Tokyo au pluriel. Chaque palais est finalement une redécouverte parce que la direction et ses équipes changent, mais également de nouvelles missions apparaissent, de nouveaux axes de communication à chaque présidence.»

Une nouvelle direction n'implique pas forcément un changement des équipes, mais elle permet d'insuffler un vent nouveau dans l'institution, et elle est également un prétexte pour que ses membres puissent faire part des constats d'une identité visuelle qui ne serait plus adaptée au lieu. En ce qui concerne la Galerie, Marie Dernoncourt témoigne, à propos du choix de Marie Proyart pour l'identité de 2012 :

«Je sais qu'il a été... Enfin il a été très discuté avec l'équipe de la galerie. Et puis moi quand je suis arrivée j'ai compris que l'équipe n'aimait pas forcément trop le travail qui était fait. Parce qu'il était trop difficile en fait. [...] Je pense que ça a peut-être renforcé une barrière entre le public et les élus.»

Bien qu'une identité visuelle ne reflète pas uniquement l'ouverture ou non d'un centre d'art envers son public, on sent que malgré la qualité graphique d'un travail, si l'équipe n'est pas convaincue du dispositif, alors elle aura du mal à le porter : «Mais c'est toujours ça la problématique. C'est un travail qui est très reconnu, je pense, dans l'histoire du graphisme, qui est très regardé en fait. Mais qui d'un autre côté, pour le coup, le job de communiquer auprès de tous les publics, il n'est pas complètement reconnu» conclut Marie Dernoncourt. Bien évidemment, les changements de municipalité, la manière dont les missions envers le public sont menées par les membres du centre, et sûrement d'autres facteurs, influence la perception d'un centre d'art par le public, mais l'identité visuelle est aussi un faire valoir, un moyen de communiquer fièrement autour d'une institution. Et si cette identité est réalisée grâce à une bonne relation entre commanditaire et graphiste, celle-ci peut accompagner l'évolution de l'institution.

Parfois, il n'y a pas de raison particulière, une identité visuelle finit souvent par s'essouffler au bout d'un certain temps, non pas parce que son système ne fonctionne plus, mais parce qu'il semble bon pour l'institution et les graphistes d'achever cette collaboration, pour permettre à chacune de se lancer vers un nouveau projet. C'est le cas du Crédac par exemple, où Elsa Aupetit et Martin Plagnol précisent le contexte dans lequel la directrice Claire le Restif fait appel au studio Kiösk :

« Ils nous ont dit que [...] le motif du départ de Mathias Schweizer était que... ça faisait quinze ans qu'il la faisait. En accord avec Claire, en fait, ils disaient "je passe la main à d'autres graphistes". »

Lors de cette première phase du concours, les graphistes tâtonnent encore un peu, et proposent un système sans bien connaître l'institution. Pour Elsa Aupetit et Martin Plagnol par exemple, celle-ci s'est déroulée à distance. Le duo habitait à l'époque à Lyon, loin de la région parisienne où se trouve le Crédac, lorsque Claire le Restif les appelle pour répondre au projet. Cette distance et cette première appropriation du brief donné, qui demandaient principalement de repartir sur l'idée d'un caractère typographique sur mesure comme l'avait fait Mathias Schweizer, les amènent à réaliser une intention de principe de caractère sans être typographes. Elsa Aupetit confie :

« C'est toujours un peu bizarre les phases de concours. Parce que finalement tu présentes quelque chose... Il y a des choses que tu sais que tu veux conserver. [...] Enfin il y a des choses qui ne semblent pas tomber trop loin de l'arbre. Comme il y avait toute cette histoire de caractère et qu'on n'est pas dessinateur, on n'avait pas forcément le caractère avec lequel on voulait travailler. [...] En tous cas, moi j'ai trouvé ça complexe, parce que forcément, tu composes tous tes supports avec un caractère inexistant. »

Mais ces premières intentions, plus ou moins maîtrisées, mènent ensuite vers un travail plus impliqué une fois

p. 122-123 ← img.

p. 124-125 ← img.

le choix des graphistes fait. Dès lors, la collaboration peut véritablement commencer.

Monter un projet ensemble

Si de prime abord les graphistes sélectionnés ne connaissent pas bien l'institution pour laquelle iels vont travailler, une fois la collaboration officialisée, ces dernières se retrouvent propulsées dans une phase de travail qui les plonge dans la singularité et les besoins de l'établissement. Dans le cadre d'un appel d'offres, près d'un an peut se dérouler de la phase concours à la sortie des premiers éléments. Pendant ce laps de temps il faut donc proposer un système cohérent, une charte graphique rassemblant les différents éléments dont l'institution aura besoin, ou du moins ce dont elle pense qu'elle aura besoin.

Seulement les premiers supports qui devront être produits pour le public et sur lesquels le système va devoir se construire ne sont pas forcément les plus évidents. Elsa Aupetit explique pour le Crédac :

« Il y avait un cahier des charges, c'est vrai, au départ, des envies. [...] Il y avait plein de choses qui n'étaient pas listées au départ, ou prévues, et qui se sont ajoutées. [...] Le truc avec l'identité, c'est que c'est un peu bizarre comme typologie de projet. Tu dois penser un système qui marche, mais tu ne l'as pas encore vraiment expérimenté. Et c'est quand tu commences à l'expérimenter que tu peux l'ajuster, pour qu'il soit vraiment adapté à ta manière de travailler, à la manière de travailler de l'équipe pour laquelle tu fais ça. »

Si le studio Kiösk met donc au point leur proposition de caractère avec l'aide de Maxime Fittes, iels doivent également établir les premiers documents qu'ils doivent réaliser, c'est à dire la programmation de l'exposition « *manifeste* » *La vie des tables*, à l'occasion de la réouverture du centre après 4/5 mois de fermeture dû au confinement du printemps 2020. Le programme pensé en plusieurs volets doit donc présenter une exposition réunissant bon nombre d'artistes, mais également

p. 132 ← img.

leur identité visuelle. Le cadre de l'exposition collective se pose également pour l'Atelier Pierre Pierre :

« Je pense que le point de départ, c'est la toute première expo bleue et verte [le dandy des gadoues, de septembre à décembre 2019], c'était une expo très collective, très collective avec beaucoup d'artistes différents. C'est la première expo sur laquelle on a travaillé, même sur laquelle on a réfléchi l'identité. Et en fait vu qu'on a commencé par ce cas particulier, ça nous a fait poser plein de questions sur quelles solutions on pouvait trouver pour communiquer, quel type d'image on avait. » Dans ces deux cas de figure, le cadre de l'exposition collective les amène à tester les limites, mais aussi les possibilités du système qu'ils avaient imaginé.

Dans les petits centres d'arts, ces aller-retour peuvent s'effectuer avec l'ensemble de l'équipe et non pas seulement la direction et la chargée de communication, comme c'est le cas pour l'Atelier Pierre-Pierre :

« En fait, c'est une toute petite équipe la Galerie. Il y a très peu de gens qui travaillent. Je ne sais pas combien ils sont au total, 6, 7 ? Et Marc [Bembekoff] et son équipe ont eu l'intelligence dès le départ d'inclure tout le monde. » Cette configuration, particulière à l'échelle de la Galerie, permet une collaboration sur mesure et également d'être au plus proche de la réalité du fonctionnement d'un centre d'art contemporain. Dans une plus grande institution, la hiérarchie peut parfois bloquer certaines décisions ou du moins les ralentir. Pierre Pautler confie :

« Parce qu'on a fait des expériences avec de beaucoup plus grosses institutions que ce soit le Grand Palais, le Jeu de Paume, c'est exceptionnel en termes de... ça se passe très bien aussi, mais parfois, la surhierarchy fait qu'il y a toujours quelqu'un qui va trouver quelque chose qui ne va pas et qui freine un peu les choses. »

La proximité avec les équipes permet donc la création d'une identité qui peut s'adapter efficacement aux attentes de l'institution. Dans le cadre du Palais de Tokyo, Willy

Carda est responsable du studio interne, une configuration particulière dont il témoigne ainsi :

« La proximité avec l'ensemble de mes collègues et des artistes est évidemment une force car les choses peuvent évoluer en temps réel, on peut se saisir des problématiques très fines d'une exposition ou d'un artiste. On est dans le sur-mesure. [...] Ce qui change au palais c'est cette volonté d'entretenir une surprise renouvelée. Entretenir une flamme d'étonnement. »

La mise en place d'une identité visuelle pour ce genre d'institution ne semble pas fixe comme on pourrait le concevoir pour une entreprise, le principe de la charte graphique est détourné, du moins il ne répond pas aux spécificités d'un tel projet. La conversation est un aspect clé pour accompagner ces demandes aux mieux comme me le témoigne Martin Plagnol avec le Crédac :

« C'est vrai que nous, cette identité, j'ai l'impression que c'est vraiment [...] une leçon sur une histoire de relation, en fait, et dans le relationnel, dans le travail, qui fait que les formes elles peuvent exister parce qu'on a certaines conversations, parce qu'on a un certain rapport avec nos commanditaires. »

En plus de l'institution et des graphistes, la municipalité peut s'ajouter en tant que troisième actrice dans la réalisation de l'identité, car les centres d'arts sont généralement subventionnés de la ville dans laquelle ils se trouvent. Seulement les élus sont la plupart du temps assez éloignés de la réalité du monde de l'art contemporain et du graphisme, ce qui peut entraîner certaines difficultés. Déjà, l'orientation politique de la municipalité peut avoir un impact sur la perception d'un centre d'art, comme Marie Dernoncourt, l'ancienne chargée de communication, explique pour la Galerie : « Parce qu'aussi à un moment il y a eu les élections municipales. C'est hyper important pour les lieux comme la Galerie. Ça a eu lieu en 2020, donc un an après [la nouvelle identité]. Et du coup la ville est passée de la droite à la gauche. [...] On a senti que la culture pour tous et toutes a été énormément mise en avant. »

La mise en place d'une nouvelle identité avec Pierre-Pierre a donc accompagné le centre d'art dans une mutation vertueuse et une ouverture au public. Au début de la création de l'identité sous l'ancienne municipalité des conflits ont lieu: «Parce que c'est vrai qu'on a déjà eu des retours de la mairie qui essaient de nous faire tomber, qui essaient de nous faire changer l'identité parce qu'ils trouvaient ça élitiste», explique Pierre Pautler. À force de travail, l'identité telle qu'ils l'imaginent est bien créée et la municipalité change lors des élections de 2020. Marie Dernoncourt affirme:

«Et donc du coup, il y a eu aussi à ce moment-là un nouveau public local qui n'était pas venu depuis des années, qui est revenu ou qui n'était jamais venu. Et dans ce public, il y a un public qui est venu et qui a dit à Marc notamment "Vous savez, moi ça fait 10 ans que je ne suis pas venue à la Galerie, je ne voulais plus y mettre un pied. Et là, je suis très content d'être là." Donc on ne peut pas dire que c'est directement lié à ça [la nouvelle identité], mais je pense que ça fait partie des choses qui participent à cette ouverture.»

Ensuite, le choix d'avoir un site internet dédié uniquement au centre d'art et non pas juste un espace dédié sur le site de la ville peut-être un sujet de débat entre la municipalité. Marie Dernoncourt témoigne d'un exemple au CAC Chanut: «Mais typiquement à Clamart c'est municipal [...]. Le site c'était la ville pendant super longtemps. En fait c'est que très récemment qu'il y a un site internet, malheureusement il est arrivé à la fin, mais en tous cas, le travail qui a été mené, je trouvais ça assez intéressant, parce que je crois que c'est vraiment pendant le covid [...] qu'elle a réussi [la directrice Madeleine Mathé] à montrer qu'il fallait réserver une partie du budget artistique à la création d'un site.»

Ce qui pourrait apparaître ici comme un détail ne l'est pas, un site internet dédié au centre d'art permet à celui-ci d'accomplir ses missions d'archivage et de diffusion, ainsi en mettant en place l'identité visuelle les graphistes s'occupent

également de ce sujet et crée un système cohérent de l'imprimé au numérique. Enfin la municipalité peut également intervenir dans la phase d'impression, car le centre d'art s'il est dépendant de la ville dépend également de ses marchés d'impression, ce qui est le cas pour la Galerie: «On est obligé de s'intégrer dans le marché d'impression de la ville, c'est des problématiques assez importantes. C'est-à-dire qu'il faut trouver des graphistes qui sont okay pour pas forcément avoir la main complètement sur l'objet final. Parce que même si on va accompagner l'impression, derrière, ce n'est pas forcément des imprimeurs avec qui ils peuvent avoir l'habitude de travailler dans de beaux objets, dans des livres, etc.» explique Marie Dernoncourt. Ces conditions poussent les graphistes à faire des compromis dans les projets qu'ils mettent en œuvre, mais également à se dépasser créativement avec les moyens qui leur sont accordés. Ces marchés font part d'une réalité économique de la commande, comme l'atteste Elsa Aupetit du Studio Kiösk:

«Ce qui est difficile avec l'identité aussi, c'est la question des formats. Finalement souvent, on retombe sur des formats DIN aussi pour des raisons économiques.»

Martin Plagnol renchérit:

«Il y a un peu ce truc de comment faire d'un objet pauvre et avec peu d'argent, un objet riche finalement qui dit beaucoup de chose.»

Un dialogue de confiance doit s'instaurer également avec ces actrices au même niveau que le dialogue entre commanditaire et graphiste. Il est nécessaire d'assurer une création forte et épanouie, assumée dans ses choix qui pourra permettre au centre d'art de revêtir l'image qui lui correspond le plus.

Enfin, lorsque les graphistes mettent en place l'identité visuelle, ils ont également un regard sur les créations qui les ont précédées, pas uniquement dans l'institution pour laquelle ils travaillent, mais pour un paysage graphique plus global, en France comme à l'étranger. Par exemple pour Pierre-Pierre, c'est le travail de Maximage, Abäke et Spassky

Fischer qui revient, surtout pour les profils colorimétriques. Quand ils parlent d'Abäke, ils soulèvent un point intéressant: «Mais en fait, je me souviens qu'eux, ils avaient aussi une approche très décomplexée en tous cas, d'avoir une vraie pratique en tant qu'auteur en graphisme, de se réapproprier les œuvres et de ne pas forcément laisser les œuvres telles quelles sans les touchers.»

Se référer au travail des autres leur permet de relever une pratique particulière avec les œuvres, sur comment se les réapproprier en tant que graphiste. Regarder ce qui existe leur permet à la fois de créer et de savoir comment se placer, mais aussi de mieux anticiper le résultat une fois un support imprimé: «Mais même au-delà de ça, de regarder ce qui se fait, pour nos clients c'est intéressant à un moment dans la discussion, de leur dire «Nous on a imaginé ça, regardez ça, ça existe déjà, ça a tel rendu», raconte Kévin Pautler. Pour le studio Kiösk, les références ne sont pas indiquées précisément, le processus est plus flou, mais le regard qu'ils ont eu s'est porté sur des collections personnelles:

«Mais oui forcément on a regardé et puis on a même été influencés par des choses plus anciennes, puisqu'on collectionne des éphémères depuis le début de nos études en graphisme.»

Cette consultation leur permet de trouver le bon ton à adopter: «Je pense que c'était plutôt une histoire de tonalité à donner. Peut-être d'impertinence aussi qu'on voulait.»

J'aimerais pouvoir conclure cette sous partie de manière précise, seulement, dans le cadre d'une collaboration entre institutions d'art contemporain et graphiste le processus de création d'une identité visuelle n'a pas vraiment de fin. Il est difficile de percevoir dans les entretiens menés un moment clé où la charte graphique est définitivement fixée. Et c'est bien en cela que réside tout l'enjeu de ce processus de travail. L'identité créée n'est pas fixe, mais elle évolue au fur et à mesure des demandes et des cas de figure uniques aux besoins d'une institution.

Une collaboration sur le long terme

La charte graphique d'une institution d'art contemporain est donc en perpétuel mouvement et la discussion avec les différentes actrices de la communication crée la nécessité de nouvelles réponses pour de nouveaux besoins.

Dans les centres d'art contemporain, la plupart du temps, les expositions concernent des artistes vivants. La mise en place de la communication d'une nouvelle exposition peut donc se faire avec eux, et la discussion s'ouvre donc à eux également. Dans un premier temps, il faut leur présenter les principes graphiques, parfois plus radicaux que d'autres qui s'appliqueront à leurs œuvres. Par exemple, Pierre-Pierre doit expliquer et décider à chaque nouvelle collaboration le choix de la bichromie. Kévin Lartaud décrit le processus de réunion dans leur atelier :

p. 134 ← *img.*

«Aujourd'hui, déjà souvent, les artistes font leur réunion ici. Donc déjà, ils voient un peu un mur et une ambiance. Et je pense qu'aujourd'hui c'est vraiment ancré dans l'institution que l'identité, c'est ça. Et franchement tous les artistes se prêtent au jeu.»

Ce cadre de proximité invoque une autre manière de travailler, plus ouverte, qui permet aussi aux artistes de présenter leur pratique sous un œil nouveau. Alors que les institutions plus classiques tendent vers une communication fonctionnaliste, comme au Centre Pompidou où l'affiche se résume à une image de l'œuvre de l'artiste accompagnée du titre de l'exposition en noir puis en un plus petit corps les informations complémentaires, ici, le procédé de Pierre-Pierre permet de faire parler l'image, mais également de donner un nouvel espace aux artistes pour montrer autre chose qu'une œuvre finie :

«Et en fait, le fait de leur dire qu'on n'est pas obligé de montrer leurs œuvres, mais que ça peut aussi être effectivement des images qui les inspirent, qui les ont aidés dans le processus de conception de l'œuvre, je pense que ça les a un peu permis de se détacher du traitement d'image qu'on faisait.»

Le Palais de Tokyo, bien qu'étant une institution à plus grande échelle, opte pour une formule originale mettant les artistes au cœur de la communication, explique Willy Carda: « D'ailleurs, pour impliquer les artistes au plus près de cette démarche, nous avons mis en place en amont de chaque exposition une journée d'atelier créatif pendant laquelle nous essayons de co-crée en live avec les curateurs et parfois les artistes eux-mêmes, sans forme prédéfinie, les débats sont ouverts et débouchent souvent sur des idées surprenantes, entre collages artistiques et esthétiques fanzines. »

Pour le studio Kiösk et le Crédac, le processus est un peu plus particulier puisque leur système est moins radical, les formats sont donc en quelque sorte plus malléables. Ainsi le dialogue se fait encore une fois avec les artistes, lorsqu'ils sont vivantes, au Crédac ou bien par échange en visioconférence, ou alors avec le commissaire d'exposition lorsque l'artiste est décédée, comme ce fut le cas pour l'exposition de Derek Jarman dont Claire le Restif était la commissaire. Dans un premier temps, l'artiste rencontre Ana Mendoza, chargée de communication au Crédac: « On commence à chaque fois par le fameux programme. [...] Donc comme je disais, ça a été vraiment un échange entre... plutôt d'abord entre l'artiste et moi. Je lui explique comment fonctionne le programme et qu'est-ce qu'on va faire. Et on essaie de trouver [...] une idée. Et ensuite, c'est Kiösk qui s'occupe de faire ça graphiquement au mieux, une idée qui va refléter ce qu'on verra dans l'exposition », explique-t-elle.

Lors de mon entretien avec Kiösk, un cas de figure m'interpelle plus que les autres, celui de l'exposition de Simon Boudvin, *GRAIN*. Le dépliant qu'ils me présentent se différencie particulièrement des autres car il revêt une série photographique plein pot de différentes vues d'une Twingo. Elsa Aupetit me raconte:

« Et ensuite il y a eu l'expo de Simon Boudvin, où là lui était beaucoup plus directif. Parce qu'aussi il a une pratique qui touche beaucoup plus au graphisme [...]. »

Martin Plagnol ajoute :

«Donc en fait on a fait un rendez-vous avec lui. Il nous a dit “il me faudrait plusieurs photos. Et si je faisais une série de photo de la Twingo qui va être démontée dans le Crédac?” On a dit super, et puis c'était fait.»

La collaboration s'étend jusqu'à permettre une proposition de l'artiste au sein même des supports de communication du centre d'art, qui ici revêt littéralement l'intention première de Claire le Restif dans le fait que tous ces supports imprimés puissent devenir de nouveaux espaces d'expositions qui poussent les murs du Crédac. Cette décision n'atrophie pas pour autant l'identité visuelle mise en place par Kiösk, mais dévoile plutôt la versatilité qu'elle peut arborer comme l'explique Ana Mendoza :

«C'est eux qui ont fait cette proposition et qui, à la fois, respectent le travail de l'artiste, à la fois respectent leur travail à eux parce que c'est l'occasion pour eux de faire quelque chose d'un petit peu différent.»

Dans l'exercice de l'identité visuelle d'une institution d'art contemporain, toute la tension réside dans le fait de proposer un système ouvert au dialogue : «Mais du coup, c'est vrai que l'identité dépend beaucoup du dialogue finalement que tu as avec ton commanditaire. Et beaucoup de l'attitude que nous, on a de se confronter à chaque fois au sujet, d'essayer de comprendre qui est l'artiste, qu'est ce qu'il fait, d'avoir des discussions avec... [...] Ça ne peut pas être standardisé», conclut Martin Plagnol.

Néanmoins, malgré une collaboration rapprochée entre commanditaire et graphiste, des outils sont mis en place pour permettre une certaine autonomie à l'institution. Tous les éléments de communication ne sont donc pas produits par les graphistes, mais également par la chargée de communication. Par exemple pour Ana, le travail de programme avec Kiösk lui permet d'enchaîner sur des supports qu'elle complète elle-même et qu'elle me présente comme les gabarits du dossier de presse ou des documents pour le Bureau de publics. Elle revient également sur la collection

d'images sélectionnées par Kiösk qu'elle peut utiliser :
« Il y a vraiment une typologie comme ça d'images.
Et Kiösk ne les fait pas pour nous, évidemment. Ils nous
ont fourni un ensemble de gabarits que nous on suit
et qui nous permettent d'être autonomes là-dessus. »
Dans la mise en place de l'identité visuelle, pour que le sys-
tème puisse être emparé par des personnes dont le travail
n'est pas celui de graphiste, il est important créer des outils
pratiques et automatisés : « Donc c'est extrêmement utile et
extrêmement rapide pour s'en servir. Même quand on n'est
pas spécialiste d'Indesign. [...] Ils sont très carrés Kiösk. On
reconnaît l'identité tout de suite », témoigne Ana Mendoza.

C'est ainsi que l'identité visuelle existe, qu'elle prend
place dans l'institution, mais aussi dans la ville dans laquelle
elle se trouve. Cette collaboration, peut s'étaler sur le long
terme, parfois près d'une quinzaine d'années lors desquelles
l'identité sera diffusée aux amateurrices d'art, au public
local, aux professionnelles de l'art contemporain, mais aussi
ceux du graphisme.

Accueil et réception du projet

La réception d'un tel projet est souvent difficile à percevoir
pour les graphistes qui le mettent en place. Lorsque je pose
la question au studio Kiösk, iels peinent un peu à répondre :
« Nous on l'a perçu par le biais de notre réseau de graphisme,
plutôt bien. De toute façon on n'a pas tellement fait atten-
tion s'il y'avait des critiques négatives. [...] On n'a pas eu de
retour [du public]. Il y a juste quand on va au vernissage, ou
quand on les voit après [le Crédac], et ils nous disent "Ah les
affiches tout le monde les veut !" » témoigne Martin Plagnol,
tandis que Elsa Aupetit rajoute « Ça, on ne sait pas qui est
tout le monde. » Leur réalité étant au final assez éloigné de
celle de l'institution, il vaut mieux demander à ceux qui y
travaillent directement pour mieux savoir comment l'iden-
tité est perçue. Ainsi Ana Mendoza témoigne avec enthousiasme
l'accueil de l'identité du Crédac par le public :
« C'est très rapidement identifiable. En toute honnêteté,

je vois beaucoup de gens avec le tote bag et c'est que clairement il plaît. Les gens savent qu'il s'agit du Crédac aussi. Immédiatement, elle est extrêmement efficace. Et on reçoit énormément de compliments pour les programmes, les affiches, etc. En disant que le support est très beau, que c'est très bien pensé. C'est hyper chouette.»

En lui demandant si elle trouve que cette identité comprend bien les besoins de l'art contemporain, elle répond :

«Qui sait très bien dans quoi elle s'inscrit. Je trouve vraiment qu'il y a à chaque fois un soin qui est pris à essayer de cocher toutes les cases nécessaires.

C'est-à-dire de produire un symbole, un support qui soit directement identifiable, visible, où l'information passe clairement. Et aussi que ce soit beau, et qu'il y ait une raison pour laquelle c'est travaillé de telle manière.»

Pour la Galerie, comme expliquée plus tôt dans le paragraphe sur la municipalité, cette nouvelle identité a permis de s'ouvrir à nouveau aux habitantes de Noisy-le-Sec. Marie Dernoncourt revient sur cet impact politique :

«[...] la volonté que ce soit sous Émilie Renard ou Marc [Bembekoff], c'est de vraiment considérer les personnes qui font l'identité visuelle comme des artistes [...], ils sont présentés à la ville comme des artistes. [...] Et c'est là où je trouve ça intéressant justement de travailler sur le sujet sur lequel tu travailles, parce qu'on ne parle pas juste de mise en page en fait, on parle d'un travail artistique, esthétique, et qui peut avoir un impact politique.

Et ça, le fait de les considérer vraiment comme des artistes, et de les présenter, les inviter en tant que tel, je ne sais pas si tout le monde le voit comme ça.»

La manière même dont on invite et accueille des graphistes à réaliser l'identité visuelle d'un centre d'art contemporain a un impact sur la production qui en résulte. Le fait de les considérer en tant qu'artistes, particulier certes de leur statut de graphiste, leur permet d'accéder à une légitimation que j'évoquais plus tôt dans ce mémoire et donc de l'assu-

rance et des convictions dans les choix graphiques proposés.

Cette vision du travail des graphistes comme un travail artistique permet sûrement aux identités visuelles «*D'être*» art contemporain. En posant à Ana Mendoza comme question «*En quoi l'identité visuelle du Crédac fait art contemporain?*», elle répond:

«*Je vais faire une réponse très bête en numéro 1, mais je dirais que c'est beau. Mais oui, il y a... quelque chose de la séduction, je trouve dans tous ces objets. Que ce soit dans le choix des couleurs, dans une typo qui est aussi... On sent qu'il y a un effort, qu'il y a une recherche, qu'il y a une pensée. [...] Ce qui pour moi la fait basculer dans l'art contemporain [...] je trouve qu'il y a quand même une espèce de retenue, un petit peu. Dans ce qu'il montrait, il n'y a pas de gratuité.*»

Selon elle, l'identité visuelle pour une telle institution, dans son ensemble, peut s'avérer être une véritable œuvre lorsque je lui demande si elle peut en parler en ces termes:

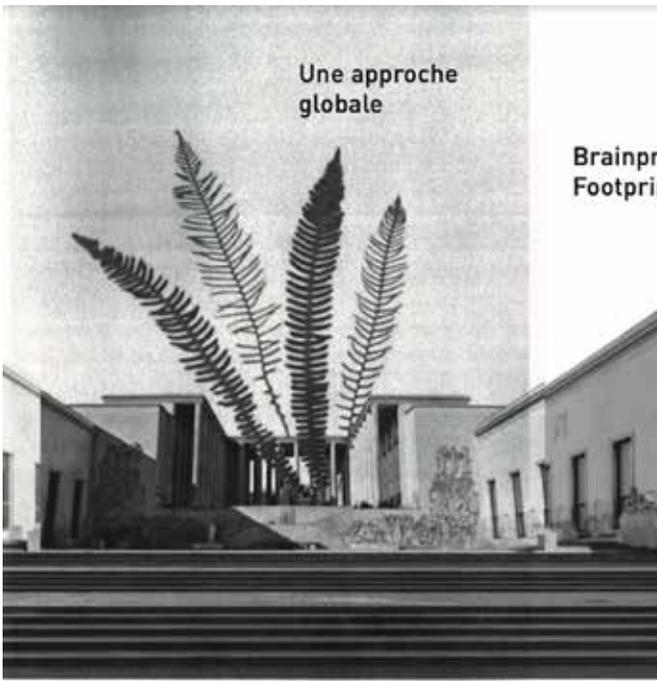
«*La totalité du travail, complètement! Je trouve que chaque programme, tel qu'eux mettent le soin d'y penser, de l'aborder, etc., oui c'est une œuvre en soi. [...]*

C'est-à-dire que c'est particulier parce que... une "œuvre d'art" qui est au service d'un autre projet aussi.

Mais le aussi est important.»

Ainsi, une telle vision apportée par une professionnelle de l'art contemporain pourrait nous apporter à nous graphistes, une nouvelle manière de considérer le travail que nous pouvons accomplir dans certains cadres précis, en nous ouvrant aux espaces marginaux de la création graphique et en nous y épanouissant.

*
**



Une approche globale

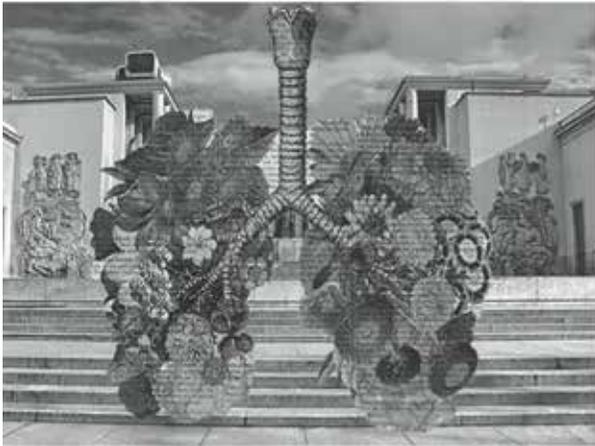
Brainprint & Footprint

Nécessités

II

L'ESPRIT

Production conscientisée



(Bio)diversité des formes

III

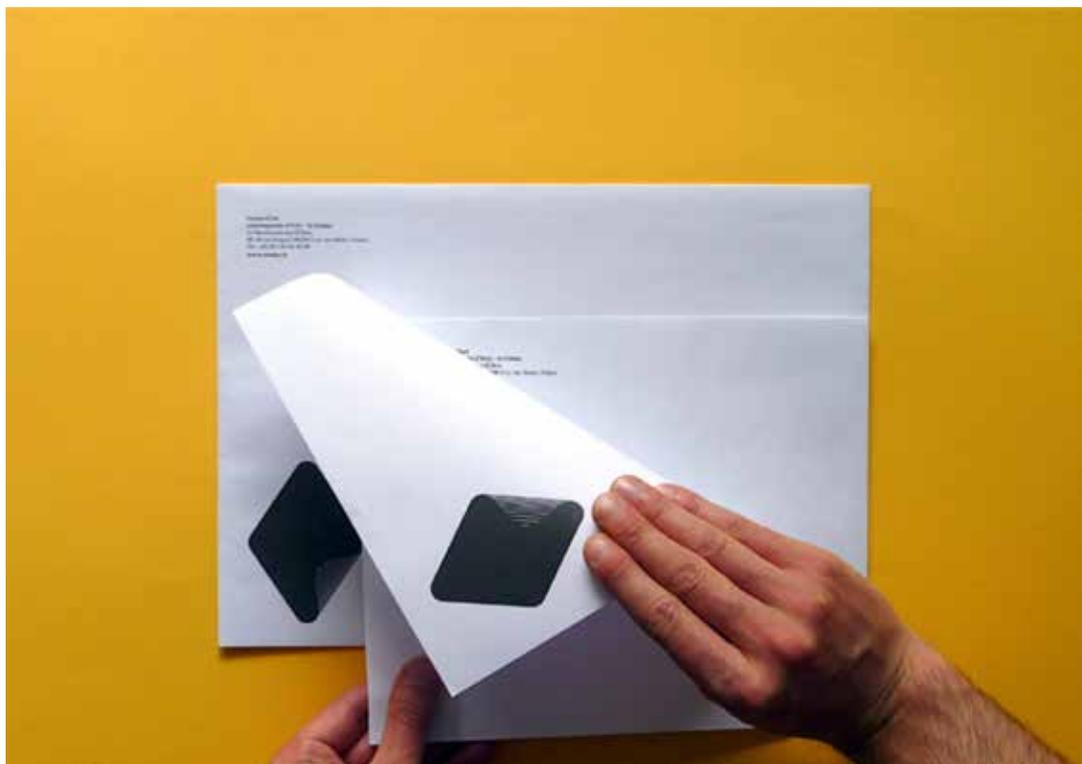
4 PILIERS DE LA PERMACULTURE INSTITUTIONNELLE

Circuit court

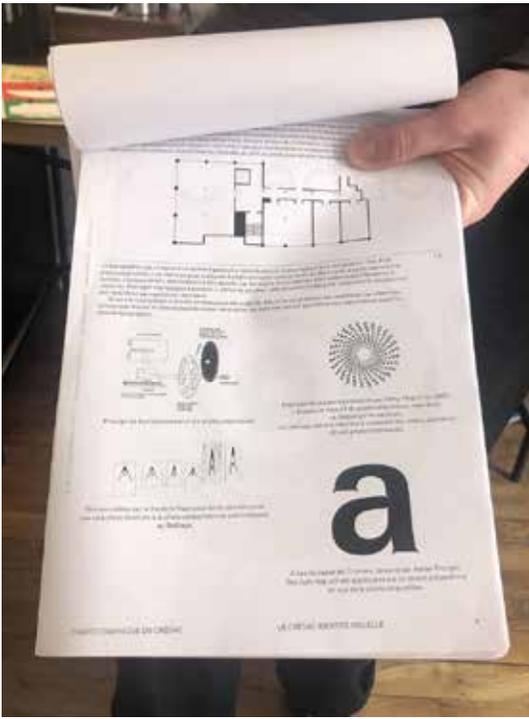
Ecosystème

Zonage









👉 Extrait de la charte graphique du Crédac expliquant le choix du dessin typographique en référence à des dessins d'Adrian Frutiger. Conception graphique: Kiösk. Photo: © Emma Kildea.

• 29.09. – 13.12.2020

**LA VIE
DES TABLES** • Exposition collective

• 14.10. – 15.11.2020

**GETA
BRĂTESCU** • Crédakino

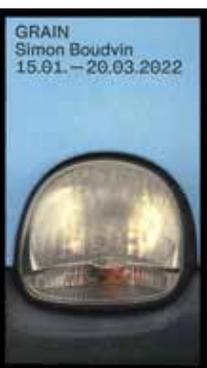
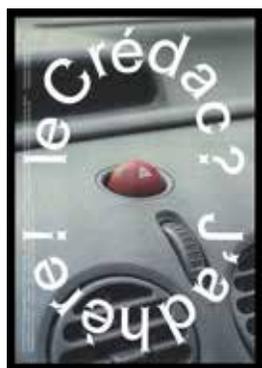
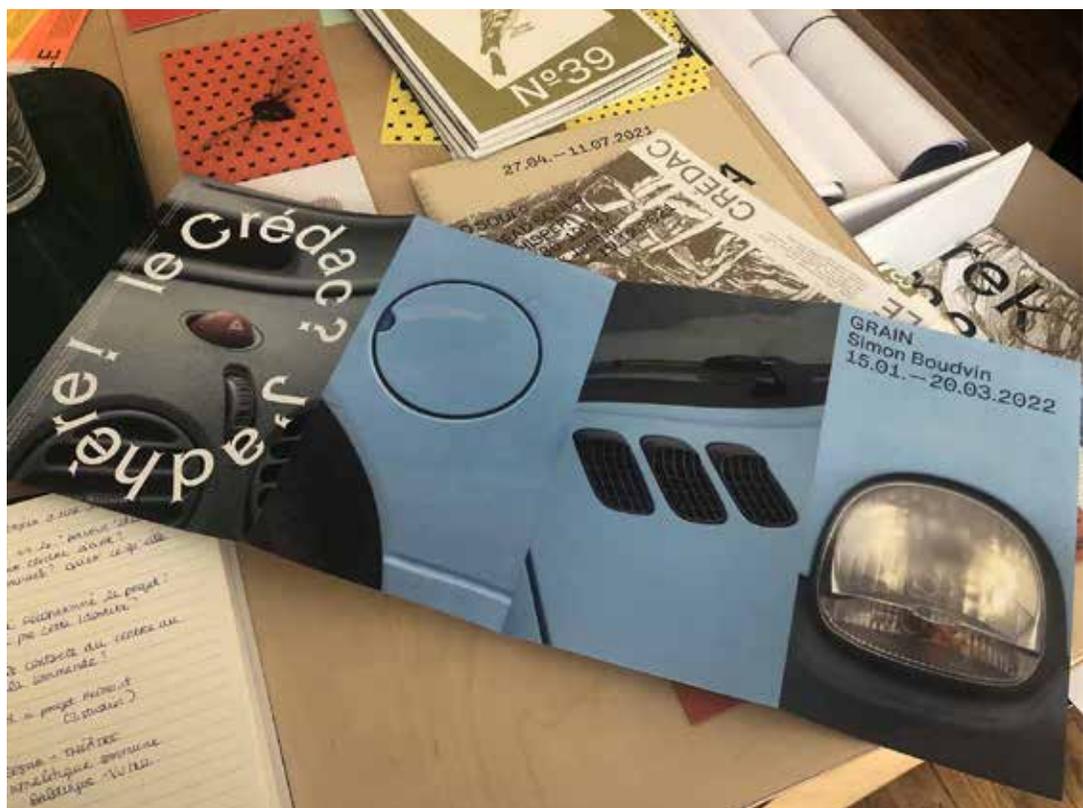


• 18.11. – 13.12.2020

**JEAN-
CHARLES
HUE** • Crédakino

**LOUIDGI BELTRAME MARIA
LAET**

LE CRÉDAC



BUREAU DES PUBLICS

EN PARALLÈLE

VERNISSAGE
Samedi 15 janvier 2022, de 16h à 20h

Lancement de la publication dans tous les langues
 Exposition subventionnée par le CRÉDAC

CRÉDAKINO

ÉVÈNEMENTS

EXPOSITION

Tout commence par un feu, une étincelle, un objet.
 Une impression qui s'inscrit dans le temps.
 Une œuvre d'art qui se crée, se construit, se transforme.
 Une œuvre qui se crée, se construit, se transforme.
 Une œuvre qui se crée, se construit, se transforme.

Pour connaître les activités de soutien d'un
 et participer à la vie de nos Amis, contactez-nous
 au CRÉDAC

LE CRÉDAC

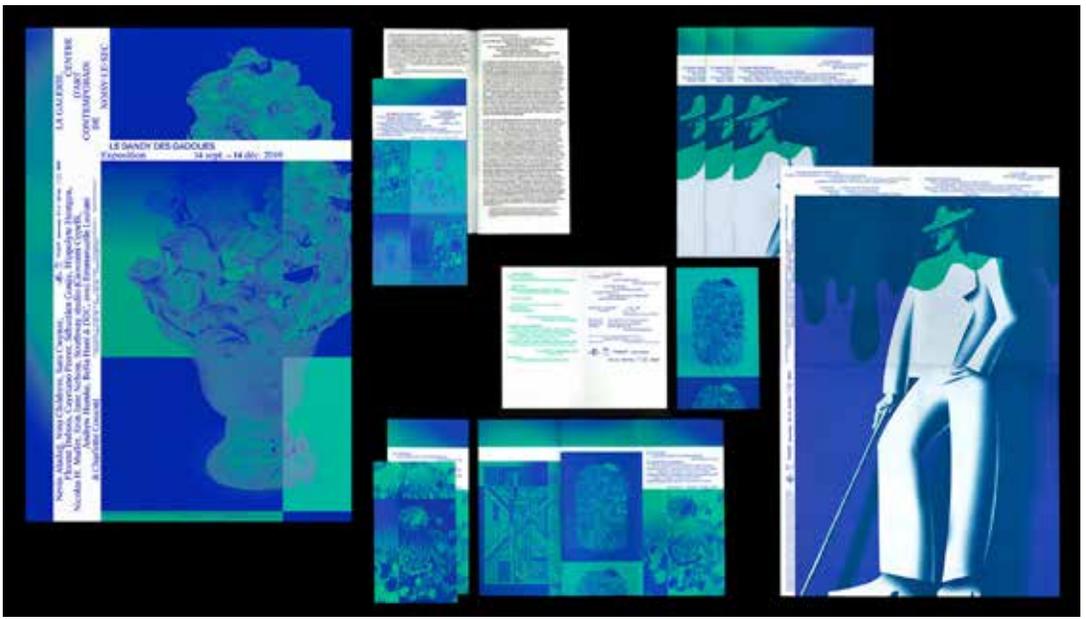




Références de l'atelier Pierre-Pierre:

 Ouvrage *Color Library – Research into Color Reproduction and Printing*, 2018.
Conception graphique: Maximage. Photos: © Daniel Aires.

 Divers documents de communication pour le Mucem (Marseille), circa 2018.
Conception graphique: Spassky Fischer. Photos: © Spassky Fischer.



UROLOGIES

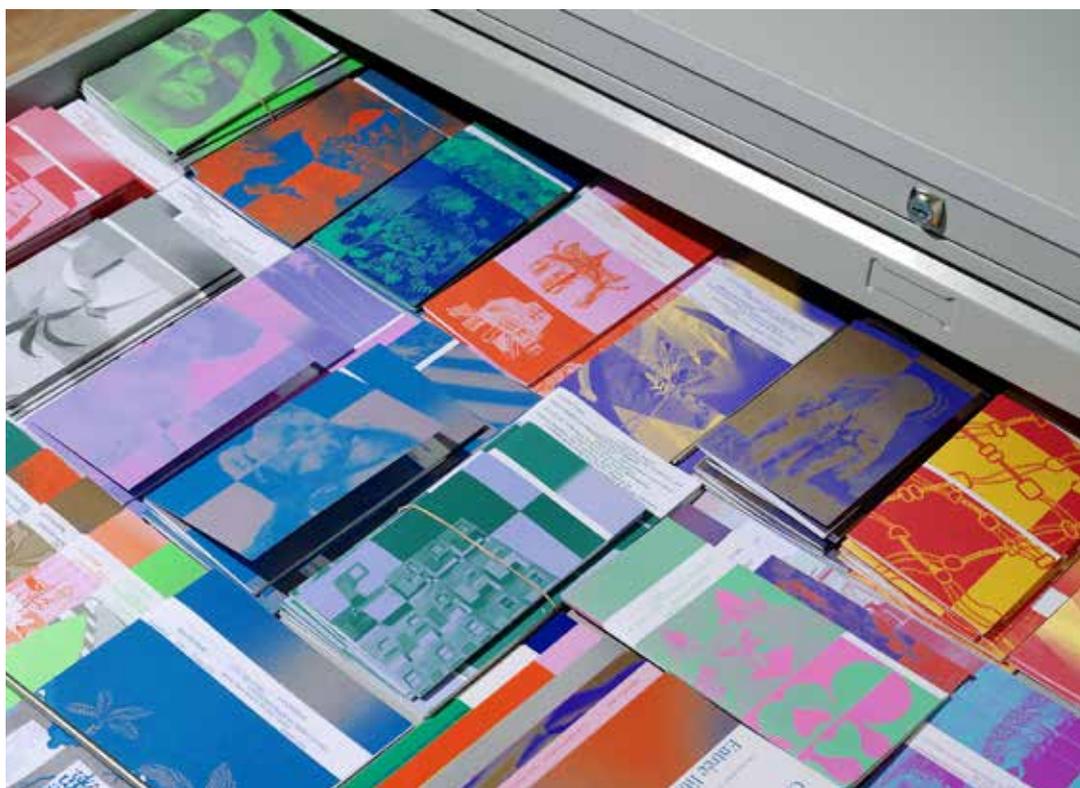


Commissariat général à l'égalité territoriale
Mars 2020

ONTÉMPORAIN

21 mars 2020





ST
LA
MARGE

MARGE

À L

CONCLUSION

Me voici parvenue au terme de cette étude des relations entre design graphique et art contemporain. À travers ces exemples, il est désormais plus facile d'appréhender les contextes historique et pratique qui relient ces deux disciplines. Il est important de comprendre que celles-ci ne sont pas contradictoires. C'est un terrain de rencontre qui permet aux graphistes de développer une pratique singulière. Cela ne dénature en rien leur statut de designèreuse, et il est désormais temps de s'affranchir des stéréotypes qui entachent les graphistes ayant une pratique à la limite des arts. Au même titre que la photographie, le cinéma, ou encore la littérature, le design graphique est une discipline inhérente à l'art, dont les praticiennes et leurs projets peuvent se rapprocher quelques fois d'une pratique semblable à celle de l'artiste contemporaine.

Bien sûr, l'étendue des relations entre design graphique et art contemporain est plus grande encore que ce que j'ai pu explorer lors de ce mémoire. On peut notamment penser à des démarches de collaboration plus singulières, comme avec le livre d'artiste, par exemple.

À travers ce travail d'écriture et de recherche, j'ai certes répondu à certaines de mes questions, mais d'autres restent encore en suspens, dont une en particulier : qu'est-ce que c'est vraiment que le « *graphisme d'auteur* » ? Dans un second temps, dans le cadre de mon projet de DNSEP, j'aimerais continuer à investiguer cette notion et surtout la rendre plus compréhensible et à la portée de toutes. Le but serait de créer un dispositif d'exposition pédagogique à destination des étudiantes en design graphique autour de la notion du « *graphisme d'auteur* » à travers des études de cas de projets contemporains, et pourquoi pas introduire une nouvelle définition plus inclusive de cette démarche, pour un graphisme d'auteuriçe.

BIBLIOGRAPHIE & DEBOGRAPHIE



Alfonsi, Isabelle, *Pour une esthétique de l'émancipation*, B42, Collection Culture, 2019, 160 pages.

Amzalag, Michael, Augustyniak, Mathias, *M/M, Dialogue, entretien avec Loran Stoskopf*, organisé par Télérama dans la salle Topor du Théâtre du Rond-Point, 2013, 50 min.

Aphesbero, Michel, et Ponant, Pierre, «CAPC: "Notre logo c'est l'Univers"», *Étapes, Art contemporain*, n°245, 2018.

Aucompte Yann, «Le graphisme sur le terrain de l'art contemporain: le cas de M/M (Paris)», *Marges*, 2019/2 (n° 29).



Bony, Anne, *Les années 80 d'Anne Bony*, Éditions du Regard, 1995, 696 pages.

Bouige, Caroline, «Systèmes d'énonciation», *Étapes, Usages typographiques*, n°269, 2022.

Brook, Tony, Shaughnessy, Adrian, Wim Crowwel: *A Graphic Odyssey*, BNN (édition japonaise), 2012, 174 pages.

Bruet, Manon, Petitjean, Thomas, «Un travail quotidien: le Mucem», *Revue Faire*, n°15, 2018.

Bruinsma, Max, «Je ne cherche pas, je trouve», *Étapes*, n°142, 2007.



Chacogne, Thierry, Sunier Coline et Mazé, Charles, «Une résidence», *Revue Faire, Regarder le graphisme*, N°8, 2018, 20 pages.

Le CNAP, Présentation de la collection du CNAP, (<https://www.cnap.fr/collection-pret-et-depot/histoire-de-la-collection> dernière consultation: 20/11/2023).

Couturier, Élisabeth, «D'où vient l'art contemporain?», *Sans oser le demander*, France Culture, 2021, 58 min.

Crowwel, Wim et Van Toorn, Jan, «The Debate: The Legendary Contest Of Two Giants Of Graphic Design», *A PRINT magazine and Design Observer Best Book of the Year*, 2015.



Dalla Mura, Maddalena et Mc Carthy, Steven, *The Designer as... Interview with Steven McCarthy*, 2013, (<https://graphic-design-exhibiting-curating.unibz.it/2013/11/16/the-designer-as-interview-with-steven-mccarthy/> dernière consultation 20/11/2023)

Dalla Mura, Maddalena, «Le graphisme face au commissariat et au graphisme d'auteur», *Graphisme en France, Exposer le Design Graphique*, CNAP, 2018.

Désanges, Guillaume, *Petit traité de permaculture institutionnelle. Pour un site de création contemporaine vivant et productif*, Palais de Tokyo, 2022.



Fourrier, Arnaud, «Thomas Hirschhorn, designer graphique pour lui-même», *Étapes, Art contemporain*, n°245, 2018.

Les Frac, *Frac Picardie*, (<https://lesfrac.com/frac/frac-picardie-hauts-de-france/> dernière consultation 21/11/2023)



Goupil, Sylvie «Avant-gardes et dérives de la modernité: quelques pistes de réflexion», *Possibles*, volume 20, n° 1, 1996.

Gravel, Julie, *Le développement du style international vu comme une manifestation de l'application des principes de l'art concret suisse*, UQAM, 2006.



Heinich, Nathalie, «La signature comme indicateur d'artification», *Sociétés et Représentations*, Éditions de la Sorbonne, vol. 25, n° 1, 2008.



Lim, In-Young, «Les politiques des biennales d'art contemporain de 1990 à 2005», *Marges, La revue du département Arts Plastiques de l'Université Paris 8*, N°5, juin 2006.



Maillet, Sandrine et Sauvage, Anne-Marie, «Graphisme et création contemporaine en France dans les années 2000», *Revue de la BNF*, Bibliothèque Nationale de France, 2013/1, n°43.

Manaranche, Augustin, *Jan Van Toorn*, Index Grafik, 2014. (<http://indexgrafik.fr/jan-van-toorn/> dernière consultation 20/11/2023).

Maréchal, Caroll, *Le Cnap, un commanditaire de design graphique*, le CNAP, 2018. (<https://www.cnap.fr/actualites/graphisme-en-france/recherche/le-centre-national-des-arts-plastiques-et-la-commande-de> dernière consultation 20/11/2023)

Maréchal, Caroll, *10 ans de commandes graphiques (2008-2018)*, 2018. (<https://www.cnap.fr/actualites/graphisme-en-france/recherche/le-centre-national-des-arts-plastiques-et-la-commande-de> dernière consultation 20/11/2023)

Masure, Anthony, « À défaut d'esthétique: plaider pour un design graphique des publications de recherche », *Sciences du Design*, n°8, 2018.

Mertz, Paul, « Wim Crowwel », *dutch graphic roots*, 2008. (<https://www.dutchgraphicroots.nl/en/wim-crowwel/> dernière consultation: 21/11/2023)

Moholy-Nagy, Sibyl, *Moholy-Nagy: Experiment in Totality*, Harper & Brothers, 1950.

Ministère de la culture, *Le 1% artistique*, (<https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Arts-plastiques/Commande-artistique/Le-1-artistique> dernière consultation: 28/11/2023)

Müller, Felix, *Fonds régional d'art contemporain de Picardie, principes de base*, 2010. (<http://www.felixmuller.com/index.php?id=190> dernière consultation 21/11/2023)



O'deherty, Bryan, *White cube. L'espace de la galerie et son idéologie*, JRP Ringier, 2008.



Rock, Michael, *Le graphiste-auteur*, 1996, traduit par Stéphane Darricau et extrait de l'anthologie d'Helen Armstrong, *Le graphisme en textes*, 2009.

Rusniok, Sophie, *Entretien avec Jean-Paul Gourévitch, commissaire associé de l'exposition "L'imagerie politique", Centre de Création Industrielle, 1977*, 2015. (<https://histoiredesexpos.hypotheses.org/2201#more-2201> dernière consultation: 20/11/2023)



Le Signe, *Le projet*. (<https://www.centrenationaldugraphisme.fr/le-projet> , dernière consultation: 20/11/2023)

De Smet, Catherine, op. cit, *Wim Crowwel*, Index Grafik, 2014. (<http://indexgrafik.fr/wim-crowwel/> dernière consultation 20/11/2023).

De Smet, Catherine, « Graphisme d'inutilité ludique (pourquoi j'aime le travail de Vier5) », *Pour une critique du design graphique, Dix-huit essais*, B42, 2012, 216 pages.



Tintané-Ducharme, Cléa, *La figure de l'artiste-commissaire, de la carte blanche à l'exposition-œuvre*, UQAM, 2019.

Turquety, Diane, « Les Centres d'Art Contemporain: Lieux de graphisme », *Artpress2, Art et graphisme*, n°49, 2018.

Toon, Lauwen et Treuman, Otto, *Otto Treumann – Graphic Design in the Netherlands*, 010 Publishers, 2001, 134 pages.



Van Doesburg, Theo, *Manifeste de l'art concret*, cité par Michel Seuphor dans *L'Art abstrait*, vol. 1, 1971.



Web archive, *Histoire du centre pompidou: Chronologies, Centre de Création Industrielle*. (<https://web.archive.org/web/20070918125324/http://www.centrepompidou.fr/archives/chronologies/CCL.html> dernière consultation 20/11/2023)

Contributeur Wikipedia, « Centre de création industrielle », *Wikipédia, l'encyclopédie libre*. (https://fr.wikipedia.org/wiki/Centre_de_cr%C3%A9ation_industrielle dernière consultation 20/11/2023)

Wlassikof, Michel, *Histoire du graphisme en France*, Musée des Arts Décoratifs, 2021, 352 pages.

LA MARGE

À LA

LA MARGE À LA MARGE

REMERCIEMENTS

Merci à Sébastien Morlighem pour son accompagnement et ses relectures, qui m'ont aidée à me confronter à ce sujet qui m'impressionnait parfois,

Merci à Sara Martinetti pour ce premier rendez-vous en 4^e année qui a participé à faire éclore ce sujet de mémoire,

Merci à Dominique Giroudeau pour sa relecture assidue,

Merci à Romane Schott pour sa précieuse relecture inclusive,

Merci à Ambre Delanef pour son aide en sérigraphie,

Merci à Elsa Aupetit, Martin Plagnol, Ana Mendoza,

Kevin Lartaud, Pierre Pautler, Guillaume Tourscher, Marie

Dernoncourt et Willy Carda pour avoir répondues à mes questions et fait grandir ma réflexion,

Merci à mes professeures de DN MADE à Auguste Renoir, qui m'ont transmis le goût du graphisme et qui ont fait naître en moi cette vocation,

Merci à l'ensemble de l'équipe de l'ÉSAD d'Amiens, qui m'ont permis de redécouvrir ma pratique,

Merci à la trop forte Julie Doriath pour son soutien quotidien, à notre amitié et tous les beaux projets qui nous restent à faire ensemble,

Merci à mes supères copaines, Lorraine Martini, Michelle el Haddad, Nadège Moullet, Romane Schott, Pablo Moreno, et toutes les autres pour ces drôles d'années à Amiens, et pour toutes les autres belles aventures à vivre ensemble,

Merci à ma promotion et félicitations à nous toutes,

Merci à mes parents d'accepter l'extraterrestre que je suis et de ne pas me renier quand iels me voient arriver avec une écharpe de graphiste moche, mais surtout de me soutenir dans ces études dont je suis si fière,

Merci à ma Grand-Mère qui like et commente tous mes postes concernant mes études sur Instagram, qui s'intéresse toujours à ce que je peux faire,

Et enfin, merci à moi, d'avoir survécue à l'écriture d'un troisième et dernier mémoire.

LA MARQUE

COLOPHON

Caractères typographiques :

Adelpho floreal, regular & *italic*, dessiné par Eugénie Bidaut, distribué par la typothèque Bye Bye Binary,

De Gratia, dessiné et distribué par Pia Frauss,

LL Shatter77, dessiné par Anatole Couteau, Jürg Lehni, Christian Mengelt et la Team'77, distribué par Lineto.

Papiers :

Offset bouffant vélin Olin Design Bulk digital crème 80g/m², distribué par Antalis,

Xerox colotex+ Gloss Blanc 130g/m², distribué par Antalis,

Materica Pitch, Clay 250g/m² distribué par Fedrigoni ou

Curious Metallics Platine 250g/m² distribué par Antalis pour la couverture.

Mémoire de DNSEP 2023-2024.

Achevé d'imprimé à l'ÉSAD d'Amiens en décembre 2023.

Texte et conception graphique par Emma Kildea.

Ce mémoire est rédigé en écriture inclusive. Il s'agit d'un engagement personnel, féministe, politique et graphique. Il est, selon moi, primordial d'intégrer cette forme d'écriture à des textes ne traitant pas seulement du féminisme et de l'inclusivité en premier lieu, afin de standardiser son utilisation. Le choix du caractère Adelpho floreal permet de substituer le point médian en diacritique, afin de simplifier la lecture des mots pour qu'ils ne soient pas scindés. Mon mémoire traitant de l'art contemporain, il me semble important qu'il revête également des formes graphiques issues de pratiques résolument contemporaines.

MARGE

1 A

A

LA MARGE

MARGE A LA MARGE

MARGE