





[02]



Préambule		5
Introduction		17
Théâtre Nanterre–Amandiers	Labomatic	21
92000 Nanterre	2003–2014	
CDDB–Théâtre de Lorient	M/M (Paris)	29
56000 Lorient	1996–2015	
Schauspielhaus	Cornel Windlin	51
8032 Zurich	2009–2011	
Le Volcan	Atelier Poste 4	73
76600 Le Havre	Depuis 2018	
Théâtre de Gennevilliers	Spassky Fischer	101
92230 Gennevilliers	Depuis 2020	
Chaillot	Zoo designers	127
75016 Paris	Depuis 2022	
Épilogue		151
Iconographie		152
Bibliographie		155

Espace Image Public

Eulalie Aries

2023–2024



720 Théâtre de Senneville  
Cahier Dramatique National

Direction Daniel Janssen  
Saison 2020-2021

[03]

Professeur Bad Trip (romain)	Marc Fuchs 2020 Ewan - Corine Pompidou François Bernabé, Aurélien Eder-Copet	Montaigne-Falouts (dramatique)	Alexis Simeux, Daniel Janssen, Lucien Baudouin, Raphaël de Saintonge, Jérôme Chery, Nicolas Bion, Lucien Bionet, Thomas Bionet, Olivier Piquard
Tigresse (dramatique)	Ashley Turm, Jean-Michel Elbert	Fragmente d'Indochine	David Mounoud
Suite n°1 (dramatique) + Jubilant "Sensibiliser"	Escapades de la parole Festival d'Autisme à Paris	Mélanie G. La Grand'Grille	Lucien Bionet, Lucien Bionet Festival d'Autisme à Paris
L'ouverture invisible (dramatique)	Miriam Lindner Festival d'Autisme à Paris	Sur le voir voyer (dramatique)	Stéphane Jérome, Lucien Jérome
Romancos Inermes, un autre Géraldo + 1 <sup>er</sup> partie	Françoise Chagnonnet, Régis Lohier Avec la Compagnie Edgar Verbeke de Senneville	Sur les chemins #4 et #5 (scène web et performance)	En collaboration Avec la Compagnie Edgar Verbeke
Love is the hat	Ludovic Agnaffon, Jean-François Augagneur	Tout le monde (dramatique)	Naomie Dreyfus Arthur Bion, Romy Desvarennes
Rain	Hector Bionet, Jonathan Capovilla Festival d'Autisme à Paris	Quatre Brezils (dramatique)	Alain Laffay Avec la Compagnie Edgar Verbeke de Senneville
Insaisissable	Adeline Fauriol-greiss, Sébastien Dorrey		

Librairie & Espace	Renée-Thérèse (dramatique) Cécile Rousseau	Ma Vie Sur un Escalier (scène de langage) Cécile Rousseau	Le Grand Escalier (scène de langage) Cécile Rousseau, Jean-Michel Elbert
Quatre-vingt	Adeline Rousseau	Agrippa (dramatique)	Scène de langage Jean-Michel Elbert, Sébastien Dorrey
La Beauté du genre	Clément Rousseau, Sébastien Dorrey	Tout au long de la vie	Scène de langage Cécile Rousseau, Sébastien Dorrey, Jean-Michel Elbert, Sébastien Dorrey, La Providence
Journa..._part...	Sébastien Dorrey	Monnaie ou monnaie sans monnaie..._I	Monnaie ou monnaie sans monnaie..._II

Et pour les scolaires 2020-2021  
Mars-Avril 21, atelier théâtre/vis, sur 11

Représentation : scène de langage  
Mars-Avril 21, atelier théâtre/vis, sur 11



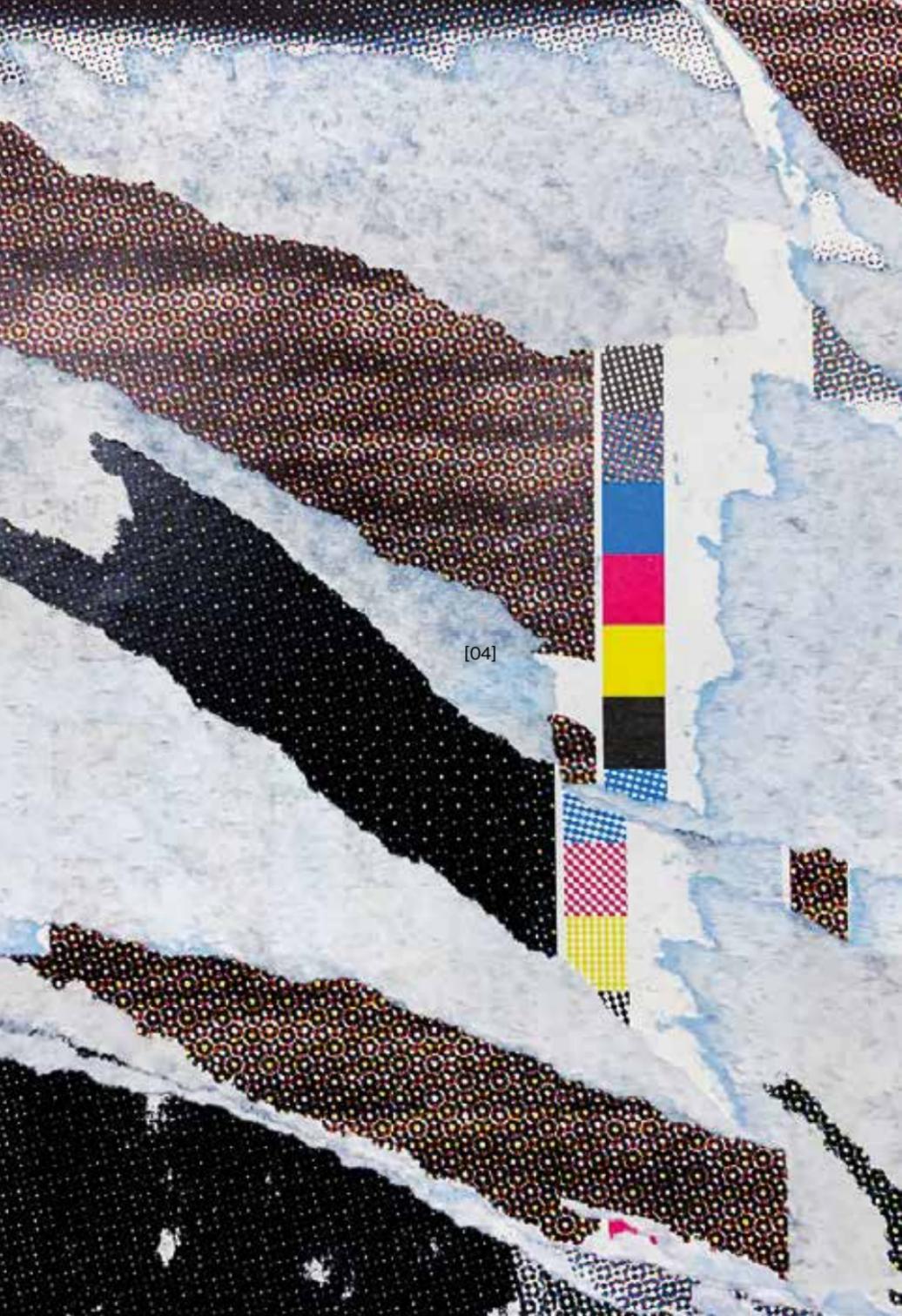
J'ai toujours été attirée par l'image. Regarder, glaner, emmagasiner, enregistrer, rassembler. Ranger dans des boîtes. Des images numériques, vernaculaires, des supports graphiques. Je récupère, collecte et garde. Des photographies, des brochures et programmations de théâtre, des places de spectacle. Les images me nourrissent, nourrissent ma façon de travailler et aiguisent mon regard.

J'aime prendre le métro. Non pas que j'apprécie de guetter l'arrivée de la 9 pendant sept minutes sur le quai de Nation, mais, plutôt de découvrir de nouvelles affiches placardées durant mon absence. Arpenter les longs couloirs souterrains tout en tenant compte de ce qui m'entoure. Traverser en très peu de temps un condensé de compositions graphiques aux qualités variées. Des affiches superposées, parfois décollées, souvent déchirées. Sous l'effervescence des trottoirs blindés, je suis attentive à ce qui m'entoure. Les couloirs du métro me permettent d'appréhender l'affiche et l'information qu'elle présente autrement que dans la rue. Et j'accumule de l'image. J'attends avec impatience les rentrées. Les lancements de saison. Enfin! Septembre. Par moments, être enthousiasmée, interpellée. Tomber, au détour d'un angle, sur une affiche qui me plaît. M'arrêter net. Téléphone en main, capturer presque brutalement l'affichage pour m'en souvenir. Tenter de l'observer un instant malgré le va-et-vient permanent du métro. Ici, rester captivée par la rencontre entre la rigidité de la grille, de la typographie linéale et le choix iconographique. En haut, à gauche de l'affiche, une photographie. Une vingtaine de personnes de dos sur un quai. Sans doute l'été. Des fanions multicolores, des barques blanches amarrées. En bas, à droite, une montagne enneigée. Noir et blanc. Une sélection de visuels incohérente avec l'information. En quoi reflète-t-elle la saison 2020-2021 du Théâtre de Gennevilliers<sup>01</sup>? De là, j'ai commencé à m'interroger. Comment choisir une image photographique pour la création d'un support de communication? Pourquoi une image plus qu'une autre? Que raconte l'image? Qu'est-ce que signifie relire une image? Comment relire une image? Et, me voilà repartie à fouler à grandes enjambées les couloirs interminables du métro.

Cela fait sans doute deux ans que j'ai entamé cette réflexion. En 2021, je suis en troisième année de DNMADE<sup>02</sup>. Je découvre le terme d'*artiste iconographe*<sup>03</sup>, un panel de références s'ouvre à moi. Je m'entretiens avec l'artiste documentation céline duval<sup>04</sup>.

Nous parlons de droits d'auteur, de collection, d'organisation, mais surtout d'image(s). Je regarde des conférences de Natacha Détré<sup>05</sup>, lis des textes de Jérôme Dupeyrat<sup>06</sup>. Dans ce premier travail d'écriture, je me questionne alors autour du passage du geste de collecte vers la remédiation d'*images déjà là*<sup>07</sup>.

En septembre 2022, je change d'école, de ville, aussi de région et rencontre de nouvelles personnes. En arrivant au Havre, je suis rapidement confrontée aux panneaux Decaux distancés de quelques mètres sur le boulevard de Strasbourg. Particulièrement aux images graphiques d'Atelier Poste 4 produites pour Le Volcan<sup>08</sup>. Pour la saison 2021-2022, deux images associées en fond perdu. Une photographie cadrée sur le buste d'une personne portant un tailleur bleu pastel, un couteau dans la main s'apprêtant à découper une masse blanche. En dessous, une illustration d'un dinosaure dévorant une forme blanche illisible. Un choix iconographique qui, à nouveau, m'interpelle. Comment représenter une institution culturelle sans l'illustrer explicitement?



[04]

chailot  
théâtre national  
de la danse

inse

[05]

chailot

0543-721

theatre-chailot.fr



[06]



ADDS

[07]





**danse** [08] **chaillot**

983

nce

18 → 20 jan.  
Go Australia!

[09]

Princes

zVous

ntenant

antique





10

10

T2G - Théâtre de Guermilliers

T2G - Théâtre de Guermilliers

T2G - Théâtre



[12]

En 1972, John Berger écrit: «Dans nos villes, tous les jours, nous voyons des centaines d'images publicitaires. Aucune autre catégorie d'images ne nous agresse avec autant d'insistance.<sup>09</sup>» Nous sommes quotidiennement entouré-es d'images. Des images publicitaires, communicantes. En sortant du train. À l'arrêt de bus. Dans les pages de journaux. En marchant de la maison jusqu'à l'école. Dans la rue. Nous les côtoyons constamment. À tel point que nous n'y prêtons guère attention. Pourtant, il arrive que mon regard se pose sur certaines d'entre elles. Sur des images graphiques fortes, contemporaines, créées par des auteur-ices. Des points de lumière perdus dans la pauvreté graphique à laquelle nous sommes confronté-es. Je ne parlerai pas ici de la médiocrité des messages publicitaires dont la ville inonde<sup>10</sup>, mais plutôt des quelques images graphiques qui persistent et tentent d'instaurer un dialogue avec la ville, les lieux dans lesquels elles s'implantent. Des œuvres en pleine rue. Accessible à tous-tes. Des affiches offertes aux passant-es. Des images publiques, entre objets d'art et de communication, invitant les passant-es, les regardeur-euses dans les marges. John Berger énonce plus loin: «Nous pouvons nous souvenir de ces messages ou les oublier, mais nous les percevons brièvement et pendant un instant ils stimulent notre imagination, soit par la mémoire, soit par les aspirations qu'ils engendrent.<sup>11</sup>» L'affiche est vue dans un contexte précis, ici celui de la rue, et est intégrée à l'espace public. La dimension de la communication et de la relation avec les passant-es potentiel-les spectateur-ices est indissociable de la création graphique. Comment en tant que designer graphique venir perturber l'espace public? Comment générer des images qui vont venir parler dans la ville?

Pour ce travail de recherche, j'ai décidé de travailler autour d'identités visuelles institutionnelles, plus précisément de théâtre. Le préalable de départ de chacun de ces projets est l'utilisation de l'image photographique déjà là, d'un corpus iconographique en dehors du visuel de spectacle traditionnel, habituel. Image préexistante, différente, étrangère, extérieure, décalée, vulgaire, commune, inconnue, familière, intime, politique, autre, disparate, singulière. Il ne s'agira pas ici d'une tentative vaine de balayer son utilisation dans la communication visuelle d'institutions culturelles, mais de se concentrer sur cinq identités signifiantes du paysage graphique contemporain.

J'ai, par ailleurs, mis en place une méthode de travail avec différents contextes d'écriture. Après un temps d'analyse d'images graphiques et de lectures théoriques, j'ai ressenti la nécessité d'aller à la rencontre et d'échanger avec des designers graphiques. Considérant l'espace du mémoire comme un espace de circulation des voix, il était important pour moi d'écouter des designers graphiques parler de leur travail et de leur relation aux images. Ainsi, en septembre 2023, trois des identités visuelles choisies étant encore d'actualité, j'ai décidé de contacter Atelier Poste 4, Spassky Fischer et Zoo, designers graphiques. Sous forme d'appel téléphonique, de discussion et de mails, ces moments ont à chaque fois été articulés ainsi: un premier temps au sujet de la construction de l'identité visuelle et des choix iconographiques, puis un second temps autour de leur relation avec l'institution culturelle pour laquelle ils et elles travaillent, de leur rapport au public et à l'image graphique dans l'espace public. Ce travail d'entretien m'a ainsi permis d'obtenir des réponses que je n'aurais pas trouvées autrement, mais également de faire remonter à la surface de nouvelles réflexions sur le métier de designer graphique. Finalement, ce mémoire repose sur des références visuelles constituantes de ma pratique artistique et se compose d'analyses d'images graphiques ponctuées de discussions avec des faiseur·ses d'images inspiré·es et inspirant·es.

- 01 Voir: Étude de cas «Le T2G par Spassky Fischer», p.101.
- 02 DNMA De Graphisme Augmenté au Lycée Jacques Prévert, Boulogne-Billancourt.
- 03 «Les artistes iconographes nourrissent leur démarche depuis plus d'un siècle de la diversité des images produites par d'autres et diffusées industriellement dans la société.» Voir: Chabert, Garance; Mole, Aurélien (dir.). *Les artistes iconographes*, Paris: Éditions Empire, en coédition avec la Villa du Parc (Annemasse), 2018.
- 04 Depuis 1998, l'artiste documentation céline duval constitue un fonds iconographique de sources variées (photos de presse, publicités, images de mode découpées dans les magazines, photos de famille, etc.) et travaille autour des questions du statut de l'image, de la collection et des pratiques éditoriales.  
Voir: [www.doc-cd.net](http://www.doc-cd.net)
- 05 Natacha Détré est docteure en Arts et Sciences des Arts et l'auteur d'une thèse intitulée «Les "Relecteurs d'images". Une pratique contemporaine de collecte, d'association et de rediffusion d'images photographiques» soutenue en 2014 à l'Université Toulouse Jean Jaurès.
- 06 Voir: Dupeyrat, Jérôme. «Un livre: Parallel Encyclopedia, Batia Suter», in *Revue Faire*, n°07, Paris: Éditions Empire, 24 janvier 2018.
- 07 L'image déjà là correspond à une image qui a été produite par un-e autre. Terme issu du séminaire «L'image déjà là. Usage de l'objet trouvé photographique et cinématographique», organisé à l'initiative du BAL, les 2 et 3 novembre 2010 à l'EHESS (École des Hautes Études en Sciences Sociales), Paris.
- 08 Voir: Étude de cas «Le Volcan par Atelier Poste 4», p.73.
- 09 Berger, John. *Voir le voir* [1972], Paris: B42, 2014, p.137.
- 10 Voir: Perrottet, Vincent. «Partager le regard», 2013, [en ligne].
- 11 Berger, John. *op. cit.*, p.138.



Labomatic est un collectif de graphistes français exerçant d'octobre 1997 à 2008, cofondé par Pascal Béjean, Frédéric Bortolotti<sup>12</sup> et Nicolas Ledoux, avec l'ambition de mettre en œuvre des projets communs et de promouvoir de nouvelles formes d'autonomie artistique et économique. Dès 2000, ils développent en parallèle une pratique plus personnelle et plastique sous le nom d'Ultralab. De 2003 à 2014, Labomatic, puis suite à la dissolution du groupe, Pascal Béjean et Nicolas Ledoux, travaillent à la mise en place d'une identité en perpétuel mouvement pour le Théâtre des Amandiers.

En 1976, est inauguré l'actuel bâtiment à Nanterre, en banlieue parisienne, sous la direction de Pierre Debauche et Pierre Delille. De 2002 à 2014, le metteur en scène Jean-Louis Martinelli dirige Nanterre–Amandiers, Centre Dramatique National<sup>13</sup>. Béatrice Barou, directrice de la communication, succède à Valérie Guiter en 2004. Jean-Louis Martinelli a la volonté de moderniser l'image du lieu ainsi que le matériel de communication afin de marquer une coupure avec la précédente présidence de Jean-Pierre Vincent (1990-2001).

Théâtre Nanterre–Amandiers

7, avenue Pablo Picasso  
92000 Nanterre

Labomatic  
2003–2014

«On considère souvent les photographies comme des moments importants mais ce sont en réalité de menus fragments d'un monde inachevé.<sup>14</sup>»

Un visage bleu. Peinturé. Les yeux fermés, la tête légèrement inclinée vers l'arrière. Les bras en mouvement, sûrement au rythme de la musique. Des bottes en latex rouge. Les autres visages sortent du cadre. L'instant semble volé, capturé, issu d'une fête. L'image à bords perdus prend l'intégralité de l'espace offert par l'affiche. Par-dessus, un cartouche jaune (qui deviendra récurrent dans l'identité visuelle du théâtre) et une typographie linéale aux contre-formes parfois pleines<sup>15</sup>. Ailleurs, deux hommes, un verre à la main, debout sur le devant d'un bateau. Une vieille femme, un accordéon entre les bras. Une étendue de sable face à la mer. Une photo de famille. Cette série d'affiches marque le début de la collaboration entre Labomatic<sup>16</sup> et le Théâtre des Amandiers.

Pour cette première campagne, le collectif de designers graphiques met en place un travail autour de l'écriture vernaculaire à partir de photographies issues de la banque d'images Grore Images<sup>17</sup>, fondée par l'artiste Philippe Mairesse. Le but: récupérer, sélectionner et rendre visible des photographies trouvées, ordinaires, banales, personnelles. Déconnectée, l'affiche est en rupture avec le sujet de la pièce. Labomatic décide de ne pas sélectionner un visuel pour illustrer un spectacle, mais pour qu'il stimule l'imaginaire des spectateur-ices qui associent nécessairement le titre de la pièce à l'image. Lors d'une conférence portant sur la relecture d'images préexistantes, Natacha Détré indique: «Utiliser à nouveau des images photographiques existantes, c'est offrir la possibilité d'une relecture de la photo, de la société et de l'histoire des formes et des pratiques.<sup>18</sup>» Ces clichés confidentiels, habituellement gardés dans des albums photos de famille, sont dépossédés de leur contexte d'origine et redonnés à voir différemment. Ils se retrouvent encollées dans les couloirs du métro, sur des panneaux publicitaires aux formats disproportionnés. Cet acte de récupération d'images confère un statut particulier, parfois troublant, à l'identité visuelle. Le-a passant-e peut s'identifier, se projeter. Ici, l'affiche devient une image d'image. Labomatic joue sur l'ambiguïté et la proximité apportées par ces photographies. Ces images appellent aux souvenirs, à la mémoire personnelle de chacun-e. Les personnes photographiées peuvent faire écho à des comédien-nes, des personnages de théâtre. La frontière entre fiction et réalité est ainsi brouillée et des narrations se construisent. Pour W.J.T. Mitchell<sup>19</sup>, les images ont

une volonté propre, il s'agit d'inviter les regardeur-euses dans les marges. L'identité visuelle du Théâtre des Amandiers a une volonté de reflets, d'incarnation, de ressentis, de sentiments. Labomatic élabore une identité expérimentale, mouvante, basée sur le quotidien, la vie brute, les corps et ses émotions.

«Par amour, Médée n'a pas hésité à tuer son frère et à suivre Jason. Mais aux portes de Corinthe, ce dernier l'abandonne. Médée se voit alors condamnée à l'exil. Quelques heures avant son départ, elle prépare sa vengeance...» Cette femme à la mise en plis impeccable, aux ongles recouverts de rouge, un collier de perle et fume-cigarette entre les doigts prépare-t-elle elle aussi sa vengeance ? Son regard, de biais, taquin, vers cet homme qui ne la regarde pas. Il semble concentré sur autre chose. La photographie ne nous dévoile pas tout. Elle est abîmée, dégradée. Labomatic valorise des images malmenées, déchirées, vieilles, rongées, marquées par le passage du temps et ses possibles détériorations.

Pour la saison 2004-2005, les photographies choisies sont une nouvelle fois issues de Grore Images. Cependant, à la différence de l'année précédente, moins de corps, davantage de natures mortes, d'animaux, d'objets. Une femme ayant cru se reconnaître sur l'affiche du spectacle «Les Sacrifiées<sup>20</sup>» a voulu intenter un procès au Théâtre. Le droit à l'image est une question primordiale lorsque nous utilisons des images que nous n'avons pas produites. Labomatic s'explique : «Nous aimions le côté hors-la-loi de ces photographies impossibles à cadrer par le biais d'un contrat. Notre idée reposait – et le revendiquait en quelque sorte – sur le voyeurisme latent de chacun : le plaisir trouble de faire irruption dans l'intimité d'autrui et la violence de ces photographies, telle que la vivaient certains à la vue des affiches, nous semblaient à la mesure des émotions qu'on peut ressentir devant un spectacle.<sup>21</sup>» Après cette affaire, les propositions graphiques du collectif tendent progressivement vers des illustrations formelles de la pièce, moins radicales que la saison initiale. Un lustre baroque pour l'«Italienne, scène et orchestre<sup>22</sup>». Deux personnes aux contours flous, en noir et blanc pour «Shadow Time<sup>23</sup>». Au fil des saisons, Labomatic accorde une attention particulière au traitement typographique et en vient à prendre une part conséquente, au détriment de l'image.

La création de l'identité visuelle du Théâtre des Amandiers

s'inscrit sur la durée en repensant chaque année à un système autour du détournement, de la citation et de l'emprunt. Chaque saison s'appuie sur un corpus d'images précis: un reportage photographique des coulisses du Théâtre, réalisé par Pascal Béjean et Florence Lebert, pour la saison 2007-2008, des reproductions de la peinture classique du 17<sup>e</sup> au 19<sup>e</sup> siècle issues de la collection RMN-Grand Palais, pour la saison 2009-2010. De grands écarts sont aussi réalisés, allant jusqu'à des compositions typographiques dénuées d'image, en 2006-2007. Finalement, Labomatic réfléchit la saison comme une entité, un tout, une série, plutôt qu'à l'affiche seule, bien qu'autonome. Le musicien Christophe Demarthe souligne: «Il ne s'agissait pas d'un message publicitaire mais de proposer une énergie, d'ouvrir un espace au travers de l'affiche directement relié à celui du théâtre sans l'illustrer ou le paraphraser.<sup>24</sup>»

- 12 En 1993, Frédéric Bertolotti est à l'origine de *Bulldozer*, une revue transversale autour des pratiques liées au design.
- 13 Centre dramatique national est un label attribué par l'État français à une institution théâtrale, lié à la notion de théâtre public. Le Théâtre Nanterre–Amandiers est l'un des plus importants en France.
- 14 Saul Leiter (1913–2023) est un photographe américain considéré comme l'un des pionniers de la photographie couleur.
- 15 Il s'agit d'une version modifiée du Typ1451, numérisée par Nico Schweizer entre 1995 et 1998 et distribuée chez Lineto.
- 16 Pour la première saison, Labomatic est accompagné d'Olivier Lebrun (designer graphique et enseignant à l'ENSBA Lyon).
- 17 La banque d'images Grore Images rassemble près de 3000 photographies amateurs trouvées au hasard sur la voie publique et conservées sans retouche.
- 18 Voir: Détré, Natacha. «Les "relecteurs d'images": une pratique contemporaine de collecte, d'association et de diffusion d'images photographiques», conférence donnée dans le cadre de la journée d'étude *L'image empruntée: l'artiste comme éditeur*, Université Toulouse le Mirail–Toulouse II, 24 janvier 2013 [en ligne].
- 19 Voir: W.J.T. Mitchell. *Que veulent les images? – Une critique de la culture visuelle*, Dijon: Les presses du réel, 2014.
- 20 Gaudé, Laurent. «Les Sacrifiées», mise en scène de Jean-Louis Martinelli, Théâtre Nanterre–Amandiers, 5–11 avril 2004. 21 Béjean, Pascal; Ledoux, Nicolas (dir.). *En jaune et noir. 8 saisons. Théâtre Nanterre–Amandiers*, Paris: Pyramyd, 2010, p.22.
- 22 Jean-François Sivadier. «Italienne, scène et orchestre», Nanterre–Amandiers, 5 novembre–18 décembre 2004.
- 23 «Shadow Time», mise en scène de Frédéric Fisbach, Nanterre–Amandiers, 26–27 octobre 2004.
- 24 Béjean, Pascal; Ledoux, Nicolas (dir.). *op. cit.*



13



Depuis 1992, Michaël Amzalag et Mathias Augustyniak forment le duo d'artistes et designers M/M(Paris). Leurs productions, ancrées dans le paysage de la création contemporaine française, sont issues de nombreuses collaborations dans les domaines de la mode (Loewe, Balenciaga), la musique (Björk, Madonna), l'art (Philippe Parreno, Pierre Huyghe), la presse (Vogue Paris, i-D), le design, le théâtre ainsi qu'avec des institutions artistiques (le Palais de Tokyo, le Centre Pompidou, le Musée d'Art moderne de la Ville de Paris).

En 1995, Éric Vigner est nommé directeur du Centre Dramatique Régional de Lorient. Il quitte Paris, accompagné de sa sœur Bénédicte Vigner, pour construire et inventer une politique artistique et culturelle dans une ville populaire en quête d'avenir. Avec la volonté de placer l'écriture au centre de ce projet, il rencontre M/M (Paris). La collaboration durera 20 ans, de 1996 jusqu'à la fin de son mandat, en 2015.

CDDB-Théâtre de Lorient

11, rue Claire Droneau  
56000 Lorient

M/M (Paris)  
1996-2015

«La proposition est ici faite, justement dans un travail de communication, de proposer à qui le veut d'emprunter des chemins de traverse, exempts de justification a priori, dépourvus d'évidence et d'itinéraire balisé.<sup>25</sup>»

Avec son travail pour le Théâtre des Amandiers, Labomatic devait une nouvelle tentative de penser et de détourner l'image. Quelques années auparavant, celui débuté par M/M(Paris) pour le CDDB-Théâtre de Lorient<sup>26</sup> jouait déjà de ces mêmes codes. Pour autant, les approches diffèrent. Ici, Michaël Amzalag et Mathias Augustyniak portent un regard intime au projet de commande. Ce dernier explique: «L'idée de commande s'est effacée dans un projet au long cours, dans les pages d'un roman qui s'écrit en se faisant. Chaque affiche produit sa catharsis à l'échelle de nos vies, de la ville et du monde.<sup>27</sup>» Ici, le statut de l'affiche est particulier. En effet, chacune est considérée comme une œuvre en soi. La relation privilégiée qu'entretenait M/M (Paris) avec leur commanditaire leur a permis de considérer le Théâtre de Lorient comme un terrain d'expérimentation et de monstration de leur travail.

La réflexion débute par la lecture de la pièce par Michaël Amzalag et Mathias Augustyniak. L'affiche n'est pas considérée comme un espace d'information, mais comme une clef de lecture possible; un premier pas entre la pièce et le public. Chaque affiche est faite de signes, d'histoires, toutes relatives à une proposition personnelle. L'utilisation de la photographie est centrale, ce qui s'explique par la pratique de ce médium par Mathias Augustyniak. Des photographies aux origines variées: issues de leur banque d'images personnelles, d'anciens travaux graphiques, des mises en scène d'eux-mêmes. Pour l'affiche du spectacle «Jusqu'à ce que la mort nous sépare<sup>28</sup>», Mathias Augustyniak pose devant l'olivier planté à la mort de son père. Pour la pièce «Savannah Bay<sup>29</sup>», c'est l'utilisation d'une photographie *making-of* d'un shooting d'Inez van Lamsweerde pour la pochette de l'album *Vespertine* de Björk sorti en 2001.

Au premier plan, les lettrages créent du relief, un contraste avec la rigidité de l'exercice théâtral; jouer un texte formel, strict où le débordement n'a pas sa place.

Chaque affiche de ce travail d'identité visuelle est pensée comme une mise en scène implantée dans l'espace urbain, celui de la ville de Lorient.

- 25 Hervy, Étienne. «Une série d'affiches: CDDB-Théâtre de Lorient par M/M(Paris)», in *Revue Faire*, n°14, Paris: Éditions Empire, 03 juillet 2018.
- 26 M/M (Paris) détournait déjà les codes initiés par Grapus pour le Théâtre de la Salamandre, Tourcoing (1975–1982). «Les affiches pour La Salamandre ont ceci en commun qu'elles interrogent sans toute-fois donner de réponse; elles sont une invitation et titillent la curiosité. Elles sont tout autant d'énigmes dont la solution ne peut être trouvée que dans le théâtre lui-même.» Voir: Bernard, Pierre. *Mon travail ce n'est pas mon travail. Design pour le domaine public*, Baden: Lars Müller Publishers, 2007, p.175.
- 27 M/M (Paris). *Les affiches du Théâtre de Lorient, 1996–2015*, Lorient: CDDB–Théâtre de Lorient, Centre Dramatique National avec M/M (Paris), 2015, p.100.
- 28 Rémi de Vos. «Jusqu'à ce que la mort nous sépare», mise en scène d'Éric Vigner, Théâtre de Lorient, 10–14 octobre 2006.
- 29 Marguerite Duras. «Savannah Bay», mise en scène d'Éric Vigner, Théâtre de Lorient, 16–23 octobre 2002.

[...]

MA Lorsque nous avons commencé à travailler, nous avons, en parallèle, mis en place une banque d'images, afin de ne pas avoir à payer de droits de reproduction. De la même façon que les artistes fabriquaient leurs propres pigments, nous avons nos propres ressources. À l'époque, cela rendait leurs tableaux intenses, personnels, et ce n'était pas pour dire: «C'est le vert que tu n'auras jamais!», mais pour être au plus près de ce qu'ils avaient dans leurs pensées. Des photographies préexistent donc à nos productions.

EA Dans vos images graphiques, les couches s'additionnent-elles? Chaque idée vient-elle se superposer l'une sur l'autre?

MA Plutôt que de parler de *sandwich club*, il s'agit davantage d'un espace avec des profondeurs différentes. Je dirais que c'est plus classique dans l'approche comme dans la peinture ou l'architecture où tu as des premiers et des arrière-plans. Une fois la porte d'entrée passée, une stabilité se met en place. Il y a une raison logique, extrêmement scientifique pour expliquer

Jeudi 9 novembre 2023  
18h30 (00:18:35)

65 rue Demidoff  
76600 Le Havre

Mathias Augustyniak

la manière dont toutes les choses se mettent en place, mais il est aussi important de laisser la place à la personne qui regarde.

EA Dans le cas de votre travail pour le Théâtre de Lorient, comment avez-vous fait pour faire accepter au commanditaire un corpus d'images préexistantes?

MA C'est une relation de confiance, et, *a priori*, le commanditaire peut dire non. Le Théâtre de Lorient était un lieu qui n'avait absolument aucune qualité, et en arrivant, le metteur en scène, Éric Vigner, avait une très forte envie de dire: «Je vais faire un théâtre nouveau dans un endroit où personne ne m'attend, où l'on ne s'attend à rien.» Tout était possible. Surtout, Instagram n'existait pas encore et il n'y avait pas vraiment de réalité économique. Finalement, ce théâtre a duré 20 ans et le contrat d'Éric Vigner a été renouvelé six fois. Il y avait une cohérence, une cohésion entre chacun-e des participant-es.

EA Vous aviez davantage une position d'artiste que de designer graphique? Chaque affiche est une œuvre en soi.

MA Exactement. Tout à coup, effectivement, nous sommes face à une œuvre, le commun des mortels, même quelqu'un-e qui ne connaît pas l'art, a plus de patience et fera plus d'efforts pour essayer de comprendre que devant juste une composition graphique où iel se sent exclu-e et se dit: «Je ne comprends pas ce que vous me dites, c'est trop technique pour moi, vous me mettez à distance.» Après ça ne veut pas dire qu'une œuvre d'art est construite...

EA En tout cas, cela amène une discussion.

MA En tout cas, elle a la possibilité d'avoir une adhésion ou un rejet, il y a une vraie conversation, tandis qu'une proposition graphique autoritaire a sa raison d'être, peut-être dans un aéroport, et encore, on voit bien qu'aujourd'hui un aéroport c'est fait pour se perdre et non pour vite trouver son chemin, car plus tu te perds, plus tu achètes dans les *duty free*.

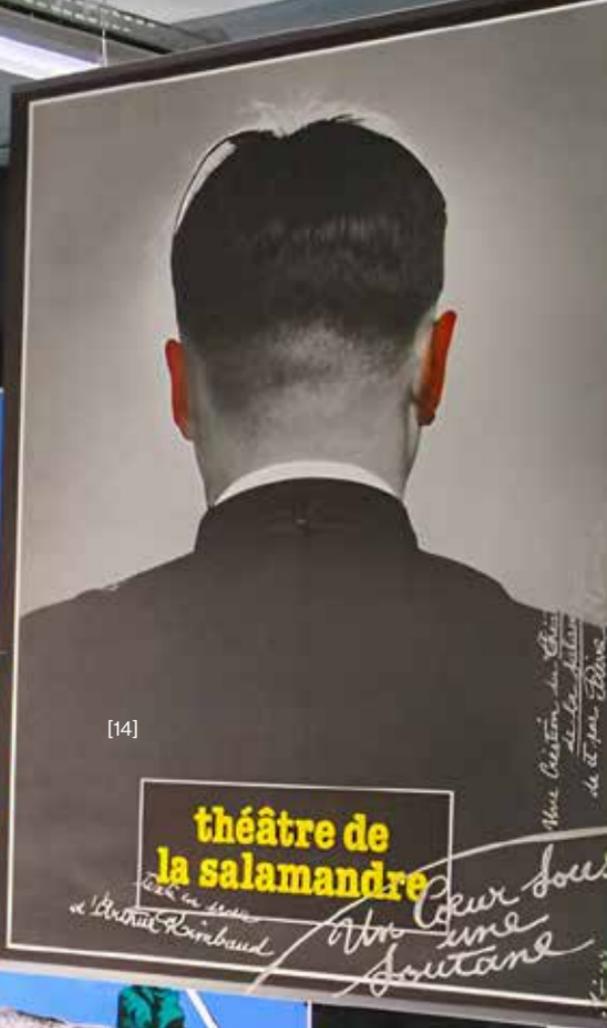
[...]

EA Dans cette identité visuelle, vous n'utilisez aucun visuel de spectacle.

MA Pour moi, ce n'est pas possible. Il n'y a rien de plus ingrat qu'une photo de théâtre. Filmer le théâtre est très complexe parce que le théâtre, c'est beau quand on le vit. Cela fait partie de ce genre d'exercice qui n'est pas photogénique, ni cinégénique.

CLAMPES/001 41 ligne Labiche

théâtre de  
la salamandre



[14]

théâtre de  
la salamandre

Texte en scène  
de Michel Rimbaut

Ceux sous  
une  
soutane

Une création de Ben  
de la Salamandre  
de et par Fabrice



[15]





[16]

 **le Saper**

Château de  
la Salamandre





THÉÂTRE  
NANTERRE-AMANDIERS

2003-2004

HÉLÈNE / M. DOUGUETTE - J. MARTINELLI  
LE PONT / J. VAN HESTER - S. ROCHAËTE  
QUERIE / C. MOÏSÈS  
LA BELLE MÈNÈRE / F. SCHUBERT - C. HARTHOLER  
LA VIE EST UN SONGE / P. CALBERON - G. DELAYEAU  
HAMLET - W. SHAKESPEARE - R. CAURIER ET M. LÉZOR  
LES SACRIFIÉS - L. GAUGE - J. MARTHELLI  
BOUGES / TEXTES INÉDITS - R. SARCIA  
ET TROIS AUTEURS ANONYMES - M. LANGHOFF

ABONNEZ-VOUS !  
01 46 14 70 00

[www.nanterre-amandiers.com](http://www.nanterre-amandiers.com)



[18]



THÉÂTRE  
NANTERRE-AMANDIERS

**ABONNEZ-VOUS!** 2004  
2005

LES BONNES J. GENET / B. BOÉGLIN  
PAYSAGE AVEC PARENTS ÉLOIGNÉS H. GOEBBELS / F. OLLU  
SHADOWTIME B. FERNEYHOUGH / C. BERNSTEIN / F. FISBACH  
ITALIENNE, SCÈNE ET ORCHESTRE J.-F. SIVADIER  
UNE VIRÉE A. CHOUAKI / J.-L. MARTINELLI  
UNPLUSUN J.-Y. RUF  
LE TRIOMPHE DE L'AMOUR MARIVAUX / S. NORDEY  
MÉDÉE-MATERIAU H. MÜLLER / A. VASSILIEV  
SCHWEYK... B. BRECHT / H. EISLER / R. BURGER / J.-L. MARTINELLI

01 46 14 70 00

WWW.NANTERRE-AMANDIERS.COM



L'abonnement est réservé aux résidents de Nanterre, de France et de l'étranger.



[20]



THÉÂTRE  
NANTERRE - AMANDIERS

## LE PONT

DU 14 AU 31 OCTOBRE 2003

TEXTE  
LAURENT VAN WETTER  
MISE EN SCÈNE  
SOTIGUI KOUYATÉ

HABIB DEMBELÉ ET HASSANE KOUYATÉ

01 48 14 70 02  
WWW.NANTERRE-AMANDIERS.COM



[21]



THÉÂTRE  
NANTERRE-AMANDIERS

# Italienne, Scène et Orchestre

05/11/04



18/12/04

LUMIÈRE JEAN-JACQUES BEAUDOUIN  
SON JEAN-LOUIS IMBERT

TEXTE ET MISE EN SCÈNE  
JEAN-FRANÇOIS SIVADIER

AVEC NICOLAS BOUCHAUD, MARIE CARIÈS,  
CHARLOTTE CLAMENS, VINCENT GUÉDON,  
JEAN-FRANÇOIS SIVADIER, VÉRONIQUE TIMSIT,  
NADIA VONDERHEYDEN, JEAN-JACQUES BEAUDOUIN  
ET JEAN-LOUIS IMBERT

NOUVELLE CRÉATION

[22]

01 46 14 70 00

[WWW.NANTERRE-AMANDIERS.COM](http://WWW.NANTERRE-AMANDIERS.COM)



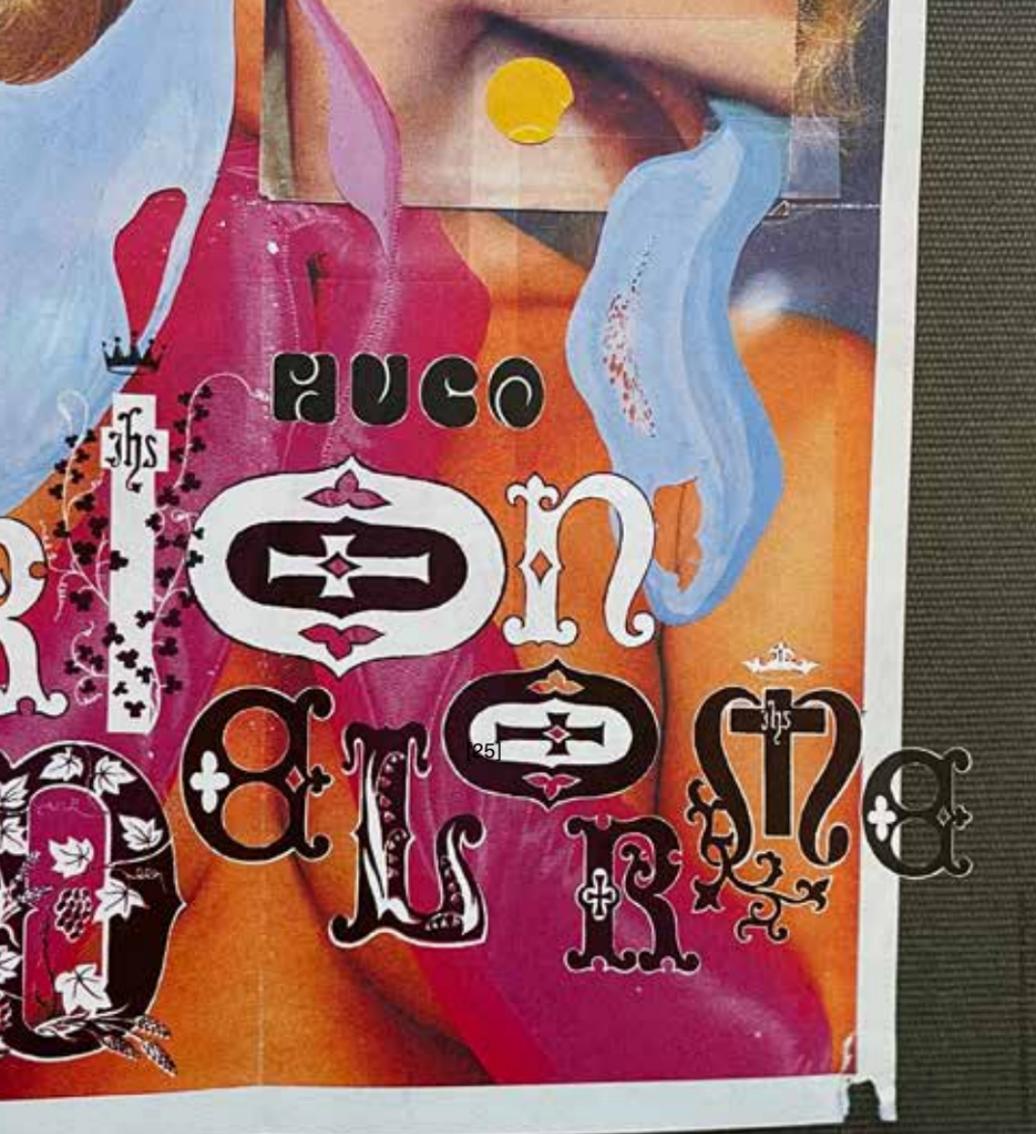
© Nanterre-Amandiers 2004. Tous droits réservés.







[24]



IC VIGNER / AVEC DAVID CLAVEL, MARYSE CUPAILO, RODOLPHE DANA, DAMIEN DORSAZ,  
MAS ROUX, JEAN-YVES RUF, FRÉDÉRIC SOLUNTO, JUTTA JOHANNA WEISS / MUSICIENS  
DE CHESTIER / CHORÉGRAPHIE FRANK APERTET & ANNIE VIGIER / COSTUMES  
KAVIER JACQUOT / DIRECTION MUSICALE JEAN-CHRISTOPHE SPINOSI / ASSISTANTE  
ANTE STAGIAIRE (À LA MISE EN SCÈNE) BÉRANCIÈRE JANNELLE PRODUCTION ODD  
AVEC LA PARTICIPATION DU JEUNE THÉÂTRE NATIONAL ET LE SOUTIEN DE LA SPÉDIDAM  
THÉÂTRE DE LORIENT 11 RUE CLAIRE DRONEAU 56100 LORIENT TEL 02 9783 5151

DU 29 SEPTEMBRE AU 14 OCTOBRE 1998

# FEDERATION OF NATURALISTS

Guerrero

# NICARAGUA

[26]



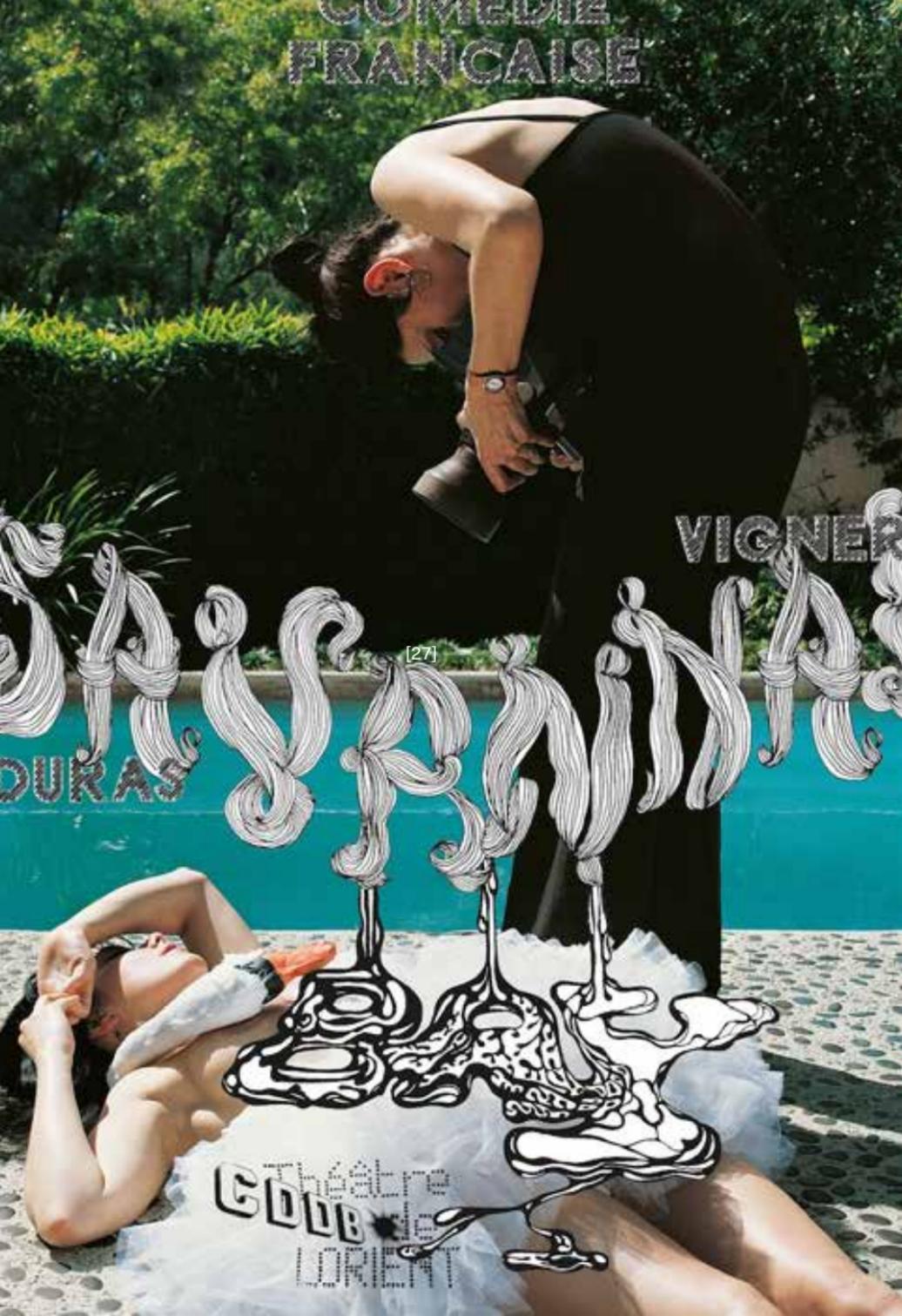
COMÉDIE  
FRANÇAISE

VIGNER

[27]

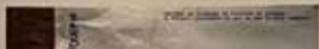
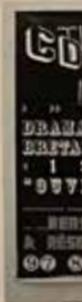
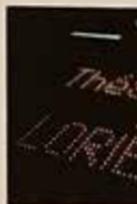
DURAS

Théâtre  
GODDARD  
LORIENT



# Mon travail

travail





Cornel Windlin est designer graphique et typographe suisse. Après des études de graphisme à la Schule für Gestaltung de Lucerne, il emménage à Londres en 1988 pour rejoindre l'équipe de Neville Brody<sup>30</sup> chez qui il a précédemment fait un stage. Suite à cela, il devient directeur artistique du magazine The Face<sup>31</sup> en 1990. L'année suivante, il ouvre son propre studio. En 1993, Cornel Windlin s'installe à Zurich et conçoit entre autres des affiches et éditions pour la Rote Fabrik<sup>32</sup>, le Museum für Gestaltung (Musée du Design) ou encore le Kunsthaus Zürich (Musée des Beaux-Arts). Il cofonde avec Stephan Müller, Lineto, la première fonderie en ligne suisse. Depuis 2004, il est responsable de la conception éditoriale du catalogue Vitra Home<sup>33</sup>. Cornel Windlin produit l'identité visuelle du Schauspielhaus de Zurich pour la saison 1999-2000, alors sous la direction de Christoph Marthaler. Il est à nouveau aux commandes de la communication du théâtre, avec Gregor Huber, lors de la saison 2009-2010 jusqu'au début de la saison 2010-2011 suite à la nomination de la nouvelle directrice Barbara Frey. L'identité visuelle apparaît simultanément à l'arrêt de la collaboration des designers avec le théâtre; elle est récompensée par le Grand Prix

Schauspielhaus Zürich AG

Zeltweg 5  
8032 Zürich (Suisse)

Cornel Windlin  
2009–2011

de la Biennale de Brno<sup>34</sup> en 2010 et lauréate l'année suivante du Concours International du Festival d'Affiches de Chaumont<sup>35</sup> dont le jury est présidé par M/M (Paris).

Le Schauspielhaus de Zurich est l'un des théâtres les plus renommés de la Suisse germanophone. Engagé politiquement et témoignant de son engagement contre le fascisme, son histoire est marquée par des auteur·ices, artistes allemand·es ayant fui l'Allemagne nazie pendant la Seconde Guerre mondiale.

«Faire son choix dans un dépotoir à images<sup>36</sup>»

Une danseuse de *pole dance* sous la lumière des projecteurs violacés du salon érotique zurichois Extasia. La skieuse alpine suisse Marie-Theres Nadig fraîchement championne du monde, lèvres posées sur sa coupe. Un homme en costume, le banquier, Oswald J. Grübel, en pleine conférence de presse, une photo prise en 2006, annonçant les résultats financiers du Crédit Suisse<sup>37</sup>, en train de se désaltérer. Ces photographies n'ont aucun rapport avec les représentations à venir au théâtre et semblent n'avoir aucun point commun, sinon qu'elles représentent toutes d'une certaine façon des performances et invitent au mouvement. Mouvement cependant figé par le procédé photographique. Pour les affiches de lancement de la saison 2009-2010, les photographies imprimées en quadrichromie occupent tout l'arrière-plan. Par-dessus, une surimpression: des mots en allemand, des prépositions. *Mit* (avec). *Dank* (grâce à). *Hinter* (derrière). Orphelins, ces mots attendent qu'on leur donne un sens. Au pied de l'affiche, un bandeau indique toutes les formalités: les logos des partenaires et le numéro de téléphone pour recevoir gratuitement la brochure de pré-saison. Au centre, un cercle vient troubler la compréhension de l'image. Un rond noir. Ou blanc. Un rond comme symbole de l'institution. Un logo. À la géométrie irréprochable, il contraste avec la matérialité de l'image. Un effet renforcé grâce à l'emploi d'un caractère grotesque, l'Unica Neue Semibold<sup>38</sup>, utilisé seulement en bas de casse. Paramètres hérités du style typographique international, également connu sous le nom de style suisse.

Pour le programme annuel de la saison 2009-2010, 224 pages, format A4, imprimé en rotative 4 couleurs sur un papier couché fin. Tranche irrégulière. Repères d'impression assumés. Au pied de l'objet éditorial, les bandes de contrôle des couleurs structurent et deviennent ornements. Des photographies de Zurich sur les 64 premières pages. Dans son entretien avec Richard Hollis pour la revue *Back Cover*, Windlin indique que les images «ont été en partie trouvées et en partie commandées, certaines venant de collègues, d'artistes et de deux professionnels renommés. Je leur ai demandé de se promener dans des quartiers bien précis de Zurich. L'objectif était de mettre en évidence la forme de la ville. Il y en a aussi que j'ai téléchargées. Le tout a été mélangé en une sorte d'image synchronique.<sup>39</sup>»

Des personnes dansant, nageant, buvant, manifestant. Des photographies de bâtiments et de rues. Des devantures de sex-shops. Le montage continu ressemble à celui d'un film. Deux bandes horizontales où les images courent d'une page à l'autre. Sans transition, huit pages de petites annonces, de pages jaunes rappelant la portée commerciale d'un tel support de communication. Puis, une série de portraits<sup>40</sup> présente chaque membre du personnel travaillant pour le Schauspielhaus, de l'éclairagiste à l'agent-e d'entretien. Des visages inexpressifs face à une lumière crue sur fond pastel. En s'appropriant des codes populaires (utilisation d'un papier journal, impression bon marché) et en donnant une place aux travailleur-euses du théâtre plutôt qu'à sa programmation, Windlin transgresse la communication habituelle de l'institution culturelle et place le Schauspielhaus au second plan.

L'année suivante, Cornel Windlin et Gregor Huber radicalisent davantage leur principe graphique. L'unique source de couleur provient du support, un papier teinté dans la masse. Les couleurs criardes ne sont pas sans rappeler les affichages sauvages sur papier fluo, caractéristiques d'un graphisme vernaculaire<sup>41</sup>. La couleur amène une cohérence au corpus éclectique de visuels. Le cri strident de l'actrice Sissy Spacek<sup>42</sup>. La main levée devant le visage du docteur en médecine Daniel Lucius Vasella, PDG et président de l'entreprise suisse Novartis, cinquième plus grande entreprise pharmaceutique au monde. Pour cette série de photographies, le cadrage est resserré sur l'expression faciale. L'image est imprimée en sérigraphie en un ton noir. Par-dessus, les informations, imprimées en blanc et placées au même endroit pour chacune des affiches, sont réduites à l'essentiel: numéro de téléphone, logo, date et logos des mécènes.

Pour le Schauspielhaus, Cornel Windlin effectue un travail de déplacement et de déclasserement de l'image. Le designer graphique privilégie des images de contexte, d'actualité prélevées dans les médias locaux à l'instar de visuels de spectacle. Des images scannées de journaux présents dans les archives de la Bibliothèque centrale de Zurich. Des photographies d'émissions de télévision. Cette banque hétéroclite et illimitée d'images médiatiques zurichoises crée un corpus protéiforme. Plutôt que de présenter simplement des visuels des productions à venir, Cornel Windlin prend le parti pris de montrer, d'exposer la réalité, les mouvements et variations du monde réel.

L'identité visuelle tend à être au plus proche de la population zurichoise tout en traitant les sujets avec un angle de vue imprévisible, déroutant, fortuit. Ces images malmenées sont agrandies à l'extrême. Granuleuses. Tachées. Détériorées. Souvent banales. Parfois vulgaires. Mais surtout incompatibles. De vignettes présentes dans des périodiques, de captures d'écran vidéo, elles deviennent sujet central d'un format affiche. La qualité de fragments pauvres est assumée et l'origine des visuels est soulignée par la forte trame photomécanique. Ces extraits, prélevés du quotidien, de leurs contextes d'origine et de diffusion, sont rendus de nouveau accessibles grâce à ce travail.

Avec ironie, Cornel Windlin, manipulateur d'images, dresse un portrait virulent de la ville. Le canton de Zurich est celui qui compte le plus de millionnaires en Suisse. Une forme de violence non-maîtrisable se dégage des images convoquées dans l'identité visuelle du Schauspielhaus. Critique, le designer graphique porte un regard de documentaliste sur une époque. Il engage le public à prendre son temps, à se questionner sur le flux d'images médiatiques auquel il est confronté et à regarder autrement ces images oubliées bien trop rapidement. Ancrée dans son territoire, l'identité visuelle représente et met en scène une société. Aux images populaires, le travail de Cornel Windlin rattache le théâtre à sa fonction sociale et se pose alors comme l'héritage politique direct du Schauspielhaus. Finalement, l'espace de l'affiche devient politique.

- 30 Né à Londres en 1957, Neville Brody est graphiste, créateur de caractères et directeur artistique à la renommée internationale. En 1990, il fonde la bibliothèque de polices de caractères FontFont avec l'aide d'Erik Spierkermann. En 1991, il lance avec Jon Wozencroft, Fuse, une publication ouvrant au design et à la typographie des perspectives nouvelles.
- 31 The Face est un magazine culturel britannique fondé en 1980 par Nick Logan. De 1981 à 1986, Neville Brody en est le directeur artistique.
- 32 La Rote Fabrik est une ancienne usine située à Zurich-Wollishofen, qui est à présent utilisée comme scène musicale et centre culturel.
- 33 Vitra est un fabricant suisse de mobilier design qui produit les réalisations de designers pour le bureau, les lieux publics et l'habitat.
- 34 En 2010, le jury de la Biennale de Brno (République Tchèque) est composé de Petr Babák, Karel Martens, Lizá Ramalho, Scott Santoro, Igor Stanisljevic, Koichi Sato, John L. Walters et Alan Záruba. « Cette identité dramatique pour un théâtre a provoqué de fortes réponses de la part du jury: "parfaitement exécuté, mais incorrect"; "brut mais pointu"; "économe mais élégant"; "moderne et à la fois intemporel". Nous avons trouvé admirable la façon de souligner processus d'impression, en se référant à l'histoire de la conception graphique, tout en restant authentique et immédiat. » (*This dramatic identity for a theatre provoked strong responses from the jury: "perfectly done, but wrong"; "rough but sharp"; "cheap but elegant"; "modern but timeless". We admired the way it revealed the process of printing, referring back to the history of graphic design, while remaining authentic and immediate.*)  
Voir: John L. Walters. "We want fresh bread. Prizes for Yasuda, Schraivogel, Windlin, etc. at Brno Biennial 2010", in Eye Magazine, 23 juin 2010, [en ligne].
- 35 Voir: Augustinyak, Mathias. «Un concours d'affiches n'est pas un concours hippique» in *Catalogue du 22<sup>e</sup> Festival international de l'affiche et du graphisme de Chaumont*, Paris: Pyramyd, 2011.
- 36 Dans son entretien avec Richard Hollis, Cornel Windlin va jusqu'à affirmer, faire sa sélection iconographique pour la communication du Schauspielhaus avec les images qui finissent à la poubelle. Richard Hollis rapproche cela d'une posture dadaïste (mouvement, par ailleurs,
- né à Zurich). Voir: Hollis, Richard. «Cornel Windlin: le designer en tant qu'artiste?» in *Back Cover*, n°5, 2012, p.5.
- 37 Le Crédit Suisse étant, alors l'un des trois principaux mécènes du théâtre. Au moment où l'affiche est réalisée, Oswald J. Grübel est passé à la concurrence et vient de prendre la tête d'UBS.
- 38 Il s'agit d'une version modifiée et numérisée de l'Unica dessinée en 1977 par André Gürtler, Christian Mengelt et Erich Gschwind (Team77) pour la fonderie Haas. Ici, l'Unica Neue Semibold est dédiée à cette identité. Des points circulaires ont été mis sur les i ainsi que des points de ponctuation ronds comme des versions miniatures de la forme circulaire du logo.
- 39 Hollis, Richard. *op. cit.*, p.7.
- 40 Déjà, pour le programme de saison 2000-2001, Cornel Windlin réalise une série de portraits de l'ensemble des acteurs du théâtre. Aujourd'hui, le designer graphique Laurenz Brunner, à la tête de la communication visuelle du Schauspielhaus, perpétue ce travail.
- 41 «Le graphiste-auteur n'hésite plus à chercher son inspiration là où ses prédécesseurs ne voyaient que des aberrations esthétiques, notamment à travers les réappropriations variables d'un vocabulaire visuel populaire.» Voir: Philizot, Vivien. «Graphisme et transgression. Citation et détournement dans les codes visuels du design graphique contemporain» in *Signes Discours Sociétés*, n°2, janvier 2009, [en ligne], p.3.
- 42 De Palma, Brian. *Carrie*, 98 minutes, 1976.

Technischer Direktor Dirk Wauschkuhn / Produktionsleiter Paul Lehner / Technische Assistenz Jens Lorenzen /  
Mitarbeit Technische Direktion Bettina Rizzi / Leitung Bühnentechnik Raif Kranzmann, Angelo Rosenfelder /  
Leiter Beleuchtung Rainer Küng / Leiter Ton- und Videotechnik Jens Zimmer / Leiter Maskenbildnerer Erich Müller /  
Leiterin Damenschneiderei und Ankleidedienst Katharina Schmid / Leiterin Herrenschneiderei Anita Lang /  
Leiter Requisite René Kämpel / Leiter Malsaal Thomas Unselde / Leiter Schreinerei Ivano Tiziani / Leiter Schlosserei  
Guido Brunner / Leiter Tapeziererei Michel Jenny

## Schauspielhaus Zürich

Saison 2009/10

Künstlerische Direktion Barbara Frey  
Kaufmännische Direktion Ernst Jäggli

Programm Nr. 8

Herausgegeben von der Schauspielhaus Zürich AG, Zeltweg 5, 8032 Zürich

Redaktion/Text Thomas Jonigk

Konzeption Cornel Windlin

Gestaltung Cornel Windlin, Gregor Huber, Rafael Koch

Druck Speck Print AG, Baar

Offizielle Ausstatter des Schauspielhauses Zürich

Arctic Paper Schweiz AG

Eichhof Getränke AG & Kellerei St. Georg

Fogal

Optiker Zwicker

Philips AG

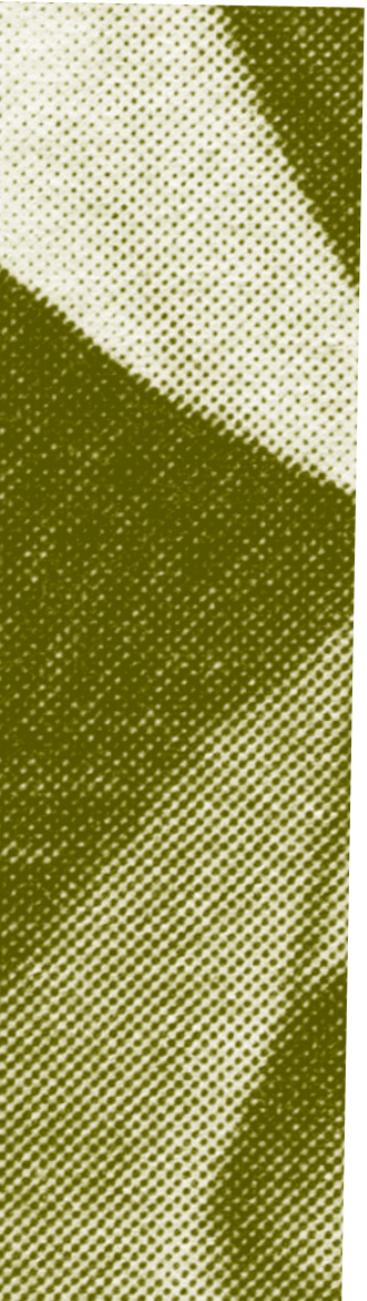
Shiseido

Vispota AG

Waser Bürocenter AG



[30]





ielhaus Zürich  
Kammer  
November  
führung

[31]



on  
assbinder  
Goetze

Schauspielhaus Zürich  
Pfauen  
ab 25. September

[32]

 **MIGROS**  
kulturprozent

**Reinigunge**

von Marivaux  
Regie Barbara Frey

ab 3. Oktober  
Schauspielhaus Zürich  
Pfaun

[33]

Triumphi



Unica Neue Demibold  
ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrst  
uvwxyz\_1234567890  
(\*%)@&β;:;!©●  
Schauspielhaus Zürich



**Stadt Zürich**  
Schauspielhaus



Schau  
Spiel  
Haus  
Zürich

Schau  
Spiel  
Haus  
Zürich



www.alarm24.ch



# PARKETT KELLER AG

Neuerlegung + Reparatur  
Schleifen + Versiegeln + Oelen  
Trocken- + Unterböden  
Kork · PVC · Marmoleum  
Novilon Teppichreinigung  
Do-it-yourself-Angebote  
Parkett Ausstellung

Georg Kempf-Strasse 14 8046 Zürich  
**Tel. 044 371 40 41**  
Fax 044 371 40 28

www.parkett.ch

## Blumer Bodenbeläge AG

Individuelle Beratung  
und Verlege-Service

Lerzenstrasse 15, 8953 Dietikon  
**Tel. 044 745 70 70**  
Fax 044 745 70 72  
E-Mail: blumer.bb@bluewin.ch  
www.blumer-bb.ch

## BlumenArt

Seefeldstr. 134  
8008 Zürich

Tel. 044 383 06 26  
Fax 044 383 06 08



## Essen im Herzen der Stadt Zürich direkt an der Limmat

Geniessen Sie vor oder nach Ihrem Theater-  
besuch ein Essen in unserer stimmungsvollen  
Rôtisserie.

Reservieren Sie einen Tisch, wir freuen uns  
auf Ihren Besuch!



**Hotel zum Storchen**  
Am Wangplatz 2 · 8001 Zürich  
Telefon 044 227 27 27  
www.storchen.ch

## DEUX LUXE WEST BLUMEN · FRÜCHTE

### EXOTISCHES & GESCHENKE

Lieferdienst  
Dekorationen  
Hochzeiten

Hardturmstrasse 261  
CH-8005 Zürich  
T 044 563 89 19  
F 044 563 89 10  
www.deuxluxewest.ch

## COM EVENT AG

ART OF EVENTS

Teambuilding & Leadership  
Events & Salespromotion  
Incentives im In- und Ausland

Föhrenweg 15, 8134 Adliswil  
**Tel. 044 485 42 00**  
www.com-event.ch



## BKG ARCHITEK

Hans-Peter Bäck  
Creed Kuenzler  
Christian Gerber  
Christof Gerber

Münchsteig

8008 Zürich

**Tel. 044 385**  
www.bkg

...schmeckt  
griechisch!



Die griechisch-kulinarische Oase im Herzen  
Zürichs. Take-away, Delivery, Catering

ÖFFNUNGSZEITEN:  
Mo-Do: 11.00 - 23.00  
Fr: 11.00 - 03.00  
Sa: 12.00 - 04.00  
So: 13.00 - 23.00

Reservieren: 044 745 70 72  
Fax: 044 745 70 72  
Tel: 044 745 70 70

DELIVERY: 044 / 433 14 34



## CDS

Einbruchschutz

CDS AG für Sicherheit  
Zürcherstrasse 14  
CH-8104 Weiningen  
Telefon +41 44 750 00 00  
www.cds.ch

schützt | elekt  
sicher | mech

# Maria Stuart

[36]

A black and white halftone photograph of a person's hands holding a camera. The hands are positioned as if about to take a picture. A large, solid black circle is overlaid on the top left corner of the image, partially obscuring the person's head and shoulder. The background is a textured, halftone pattern.

Schauspielhaus Zürich  
Spielzeit 2009/10  
Künstlerische Direktion Barbara Frey  
Kaufmännische Direktion Ernst Jäggli

Heft Nr. 18  
Herausgegeben von der Schauspielhaus Zürich AG, Zürich

Text/Redaktion Thomas Jonigk, Meike Sasse  
Konzeption Corina Windlin  
Gestaltung Corneli Windlin, Gregor Huber, Rafael Koch  
Druck Speck Print AG Baar

Das Gespräch mit Robert Hunger-Bühler fand am 15. Februar 2009 statt.

Offizielle Ausstatter des Schauspielhauses Zürich  
Arctic Paper Schweiz AG  
Eichhof Getränke AG & Kellerei St. Georg  
Fogal  
Optiker Zwicker  
Philips AG  
Shiseldo  
Vispota AG  
Waser Bürocenter AG

Das Schauspielhaus Zürich druckt alle Programmhefte auf FSC-zertifiziertem Papier von Arctic Paper Schweiz AG. Das Gütezeichen FSC steht für eine verantwortungsvolle Produktion unter ökologischen und sozialen Gesichtspunkten.



Reinigungen.  
„Gratisofferten. Tel. 66

Telefon 051/923131



ist das  
mit einer /  
ohne Spule  
wieder

dien!  
Das  
Bestand  
Resort  
zu I  
dank seiner

Ihr elektronis



Fotografie von Andreas von Klotz für Ausdrucksraum



[38]





mit

 Stadt Zürich  
Schauspielhaus  
 Stadt Zürich  
Schauspielhaus

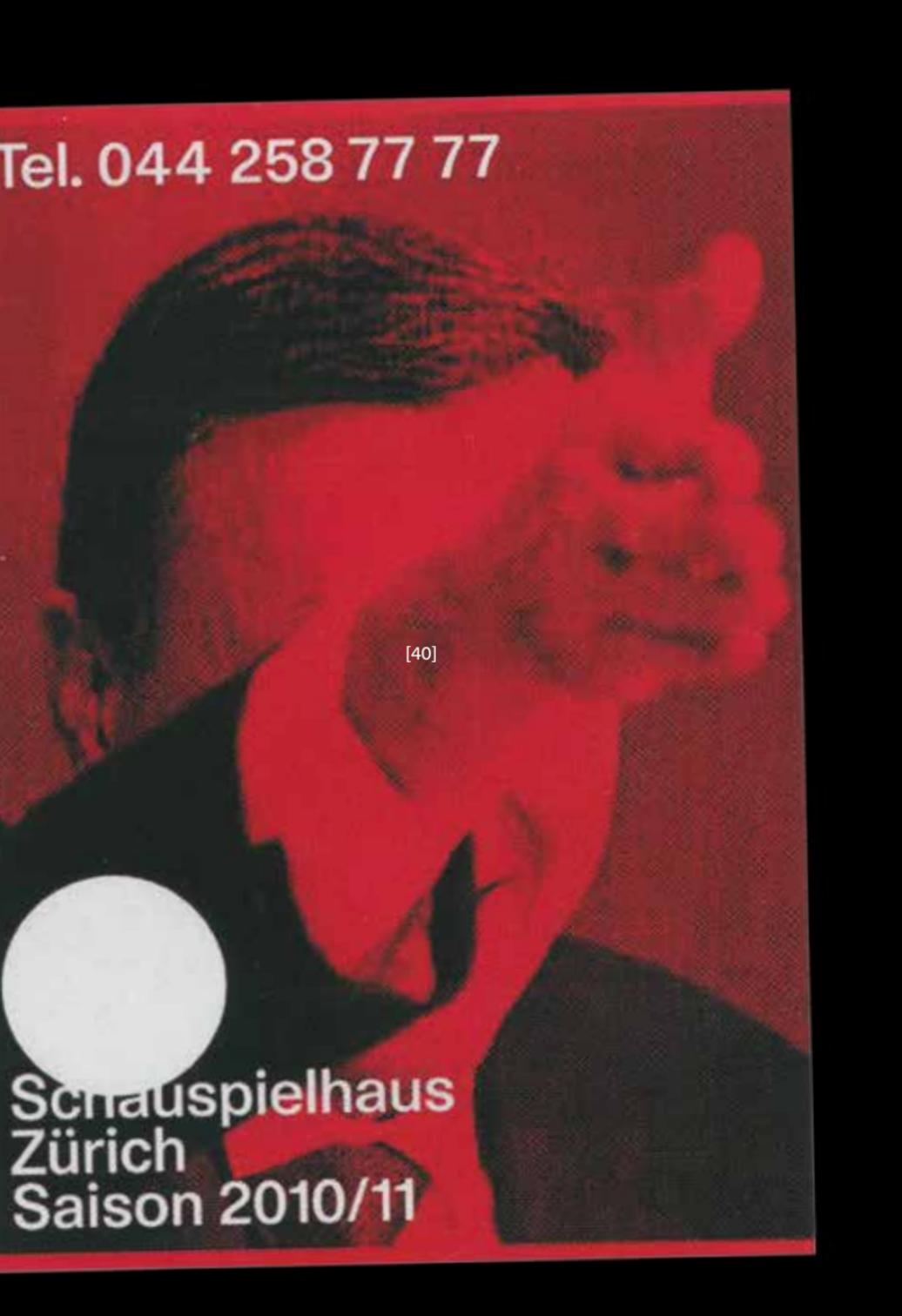
[39]

ohne

dank

Tel. 044 258 77 77

[40]



Schauspielhaus  
Zürich  
Saison 2010/11

Ottfried Kener  
Verfassung von  
s Jonigk  
Stefan Bachmann

ab 18. Se  
Schauspi  
Pfauen / U

[41]



**ab 30. Oktober**

[42]

Schau Zürich  
Spiel Haus

[43]





En 2009, Claude Grétilat crée l'Atelier Poste 4 avec Vivien Philizot, Marie Lanier, rejoint ensuite par Erwan Chouzenoux. L'atelier est installé à Strasbourg et son activité se concentre autour de la conception d'identités visuelles pour le spectacle vivant (théâtres, festivals, musées, collectivités territoriales ou associations) comme celles du Maillon, Théâtre de Strasbourg ou du Théâtre Paris-Villette. En mars 2018, l'Atelier Poste 4 répond à l'appel d'offres du Volcan.

En 1961, la première Maison de la Culture est créée et inaugurée au Havre par le ministre de la Culture, André Malraux. Avec l'ambition de l'art pour tous-tes, l'établissement ouvre alors la voie à la décentralisation culturelle. En 1990, la Maison de la Culture est rebaptisée Le Volcan et devient en 1991 une Scène nationale. De 2006 à 2022, le directeur Jean-François Driant travaillera à donner une écriture singulière au Volcan. En 2022, Camille Barnaud est nommée directrice. Un nouvel appel d'offres est lancé pour renouveler l'identité visuelle; Atelier Poste 4 le remporte.

Le Volcan

8, place Niemeyer  
76600 Le Havre

Atelier Poste 4  
Depuis 2018



EA En 2018, Le Volcan lance un appel d'offres pour renouveler son identité visuelle. Quel était le brief de départ?

EC Le directeur, Jean-François Driant, fonctionnait par cycle de 3 à 4 ans et arrivait à la fin de l'un d'eux. Une partie de l'équipe changeait, de nouvelles personnes au sein du service communication arrivaient. Il y avait un désir de commencer un nouveau cycle de trois ans avec des orientations différentes pour la programmation ainsi que la volonté de changer d'image.

EA Y a-t-il des termes, des notions qui vous ont marqué pour créer cette identité marquée d'une écriture vernaculaire?

EC Je me souviens que l'identité déployée depuis quelques années était essentiellement typographique, un mélange de typographies linéales et manuscrites dans les différents documents. L'identité n'utilisait pas d'image. Il y avait donc quelque chose de peut-être trop institutionnel, de froid. La direction voulait recréer du lien avec le public et avait une volonté de jouer davantage avec les images qu'elle ne le faisait avant. C'était principalement une envie de rupture.

Mercredi 13 décembre 2023  
16h40 (00:35:16)

Appel téléphonique

Erwan Chouzenoux

EA Ainsi, vous avez mis en place une identité visuelle forte basée sur l'utilisation d'images déjà là, préexistantes. Qu'est-ce qui vous interpelle dans ces images?

EC Ce qui nous interpelle est probablement un mystère pour nous-mêmes. C'est rarement une photographie «en soi» qui nous plaît, mais c'est ce qui opère lorsqu'elle est placée d'une certaine manière dans un certain contexte. Dans le cas du Volcan, nous sommes partis de cette analogie à la forme du bâtiment et avons pensé un principe de série. Chaque image était prise dans un ensemble et c'est le dialogue des images entre elles qui nous intéressait. L'un des principes était qu'il devait y en avoir suffisamment pour que chacun-e puisse amorcer le début d'un récit.

EA Nous pouvons retrouver des visuels classiques de spectacle vivant dans différents supports de communications. Pourquoi ce choix?

EC Ce choix n'est pas vraiment le nôtre, mais fait partie des «habitudes historiques» d'une structure comme le Volcan. C'est d'ailleurs le cas de la plupart des scènes nationales en France. C'est le moyen le plus explicite pour illustrer un spectacle.

EA Les photographies que vous utilisez sont-elles libres de droit? Comment vous appropriez-vous ces images?

EC Elles sont toujours libres de droit, sinon nous demandons les autorisations et achetons les droits d'utilisation des images de stock. Ensuite, nous les détournons, nous changeons leurs fonds. Il peut également s'agir de photographies que nous prenons. La question du droit est un sujet important: les images doivent être sourcées et nous devons avoir les droits dessus. Nous faisons attention quand nous récupérons des images, qu'elles aient été faites par des amateur-ices. Nous ne prenons pas de photographies produites par des photographes professionnels ou de l'Agence France Presse.

EA Était-ce un choix de sélectionner des photographies issues de la culture populaire?

EC Les images sont partout. Nous voulions donc représenter cette abondance qui se trouve autour de nous. Utiliser de l'iconographie vernaculaire, populaire, qui véhicule tout ce foisonnement, permet à tout le monde de s'identifier. La réflexion a été ensuite de savoir quel ton leur donner. Pour ce faire, nous discutons en continu avec l'équipe du Volcan autour d'associations d'images et d'idées qui nous posent question, nous font sourire, nous dérangent. C'est un travail en collaboration.

EA Le Volcan joue donc un rôle important dans la construction de l'identité visuelle.

EC Oui! Nous faisons généralement une ou deux réunions avant de finaliser un projet. Nous présentons quelques esquisses sur lesquelles l'équipe du Théâtre peut se prononcer, puis nous faisons évoluer les photographies en fonction des retours. Aucune proposition n'a été refusée dans son ensemble, mais il nous est déjà arrivé de changer quelques images. C'est resté tout de même assez rare. Je me souviens, par exemple, que nous avons choisi de remplacer la photographie d'un éléphant, car elle pouvait renvoyer à la captivité d'animaux sauvages, ce qui dérangeait une personne de l'équipe.

EA Comment associez-vous les images?

EC Avant d'attaquer la création d'une nouvelle identité de saison, nous avons une réunion avec toute l'équipe. La direction nous présente les grands axes de programmation de la prochaine saison, nous parle des différents temps forts, des attentions. Nous cherchons dans ces échanges de la matière pour pouvoir leur proposer des choses. Le projet est inscrit dans un dialogue permanent avec eux.

EA A contrario, pour l'identité visuelle du T2G Théâtre de Gennevilliers<sup>43</sup>, Spassky Fischer refuse de connaître en amont la programmation à venir pour ne pas être influencé dans leur choix d'images.

EC Cela pose la question du rapport que nous entretenons à nos métiers, de savoir où est la façon de créer et quels sont nos centres d'intérêts. Qu'est-ce qui se retrouve au centre des objets de communication qui sont créés? S'agit-il de nos questionnements, de notre pratique ou est-ce l'institution pour laquelle nous travaillons? Il en va de se demander à quel moment le·a designer graphique sert l'institution pour laquelle iel travaille et à quel moment le dialogue avec l'institution est fécond. Chaque designer graphique a un rapport particulier avec son commanditaire. Nous avons besoin d'être nourris. Nous n'avons pas un discours que nous voudrions, a priori, décliner, que nous aurions envie de coller sur un lieu ou de construire seulement à partir de nos questionnements.

EA D'après toi, pour parler à son public et être ancrée dans son territoire, une identité visuelle se construit autour d'un dialogue entre l'institution culturelle et le·a designer graphique?

EC C'est une attention et un souci qu'elles ont forcément. Ce sont des structures qui sont chargées d'une mission culturelle. Elles ont une vraie mission d'utilité publique et ont forcément le souci du public et de sa réception. Les institutions culturelles veulent que leur communication ne soit pas du marketing, mais qu'elle soit reçue et intelligible. C'est toujours sur un fil, nous ne devons pas être dans la séduction pure et simple, nous devons réussir à développer un langage qui soit propre, qui questionne, qui dérange un peu. Nous n'avons pas de recette, une identité visuelle se construit seulement à partir d'un dialogue.

EA Comment pensez-vous le public?

EC Nous n'anticipons pas comment le public va réagir, mais nous nous posons toujours la question de la réception; elle est au cœur de tous les échanges que nous avons avec le Théâtre. Comment le public reçoit les choses? Comment le toucher? Comment l'intéresser? Nous sommes convaincus qu'il faut être le plus exigeant possible avec le public. Nous essayons de changer les habitudes et de questionner les codes et recettes qui sont généralement utilisées. Il faut toujours essayer de faire confiance au public.

EA Pour les affiches de spectacle «Le Noshow<sup>44</sup>» en 2018, vous utilisez le rétroéclairage des panneaux Decaux afin de créer une double lecture de l'affiche. Avec cette proposition, vous venez perturber l'espace public, interroger le-a passant-e sur ce qu'il voit dans la rue et participer à renouveler l'affiche de théâtre.

EC Nous n'avons rien inventé. Nous essayons d'utiliser tous les moyens en notre possession, tout l'arsenal des choses que nous connaissons. Pour ce spectacle, la compagnie questionnait la visibilité et l'invisibilité des acteur-ices dans notre société. Nous avons décidé de faire disparaître le comédien de l'affiche pour ne laisser que le mégaphone<sup>45</sup>. Nous essayons toujours de chercher comment nous pouvons exploiter les supports sur lesquels nous communiquons, pour un peu que nous arrivions à créer du lien avec le message, le discours. Nous avons souvent l'impression que ce qui dicte ce qui est diffusé en termes de communication sont souvent des recettes marketing, alors nous essayons de contourner cela, de changer les habitudes.

EA L'affiche, au-delà d'être une image graphique située dans l'espace public, reste un objet de communication.

EC Nous devons rester exigeants et toujours avoir le souci des institutions pour lesquelles nous travaillons, du public, tout en essayant de croiser des problématiques qui nous intéressent dans notre profession et de questionner des principes de hiérarchie, de discours de l'image.

EA L'image graphique n'est pas un acte gratuit.

EC Il faut créer du sens et être en résonance avec l'institution. Il ne faut pas que ça soit gratuit ou attendu. C'est essayer d'être là où le public ne nous attend pas, parce qu'il y a beaucoup

de visuels autour de nous. Nous sommes anesthésiés par les images, il faut donc réussir à le déjouer. C'est ce que nous tentons de faire et d'expliquer aux équipes, de repenser la hiérarchie classique pour déranger le public et que nous pouvons le faire. Souvent, les équipes sont inquiètes, frileuses, mais c'est à nous d'essayer de les amener sur des choses audacieuses et de faire un pas vers eux pour comprendre leur démarche, leur action via leur public. Chacun doit faire un pas en direction de l'autre, nous essayons que les institutions culturelles soient graphiquement un peu plus audacieuses, qu'elles tentent des choses et nous essayons de comprendre.

EA Vous avez remporté le dernier appel d'offres pour la saison 2023-2024. En quoi se différenciait-il du précédent ?

EC Il était stipulé que l'identité institutionnelle serait conservée: le logo, la marque, les codes typographiques mis en place. Dans ce cadre-là, il fallait avoir un renouvellement de l'image pour trouver de la rupture dans la continuité. Il y avait une évolution dans la programmation, donc il fallait qu'il y en ait aussi une dans l'identité. La nouvelle directrice, Camille Barnaud n'a pas les mêmes axes et ne met pas forcément l'accent sur les mêmes propositions que l'ancien directeur.

EA La nouvelle identité a été mise en place en septembre 2023. Quels sont les changements notoires vis-à-vis de la précédente identité ?

EC Dans la précédente identité, l'image était utilisée en tant que telle, avec des détournements et un jeu d'analogie formelle liée au bâtiment, à cette masse blanche. Avant, les images étaient très présentes. Là, les images sont présentes, mais elles sont dans la multitude, avec des variations d'échelle importantes. L'image de saison est un tableau composé de vignettes qui viennent se perdre dans un paysage abstrait. Les images ne se perçoivent quasiment pas de loin. Tu as plutôt une impression graphique d'une matière, d'un paysage. C'est en se rapprochant que tu vois qu'il y a des images. Elles ne sont donc pas du tout utilisées de la même façon que les autres années, où le détournement était manifesté. Nous avons cependant gardé la couleur bleue et fait évoluer la typographie dans le logo. Il y a une parenté avec l'ancienne typographie de titrage des spectacles,

mais c'est une évolution. La brochure a également changé de format. Pour les quatre programmes précédents, il y avait une sorte de collection grâce au format identique.

EA Avant, vous travailliez autour du détournement d'image, maintenant vous vous questionnez autour de la matière.

EC Il y a un travail autour d'un paysage et d'une variation d'échelle selon les supports. Par exemple, quand tu as la brochure entre les mains, il faut vraiment que tu colles ton nez pour trouver les petits personnages. Le fil conducteur était de créer un paysage à partir de photographies de Blanc d'Espagne badigeonné sur des vitrines. La notion d'«en chantier» ressort, ce qui correspondait bien pour une programmation et une direction qui se renouvelaient. C'est un jeu de profondeur, de plans, de différentes échelles.

EA Quelles ont été vos références graphiques pour nourrir la création de cette identité visuelle?

EC Cette identité utilise des principes de réappropriation de l'image. L'approche n'est pas nouvelle, on peut la dater des photomontages du début du XX<sup>e</sup> siècle, mais aussi la faire remonter au début de l'histoire de l'imprimerie<sup>46</sup> quand, pour des raisons souvent techniques et économiques, les éditeur-ices et imprimeur-euses réutilisaient des gravures sur bois conçues pour certains ouvrages dans des contextes très différents. Les montages et détournements sont depuis toujours extrêmement riches de sens et fertiles. Les outils et les quantités d'images disponibles ont changé, mais le principe reste le même: l'image est depuis toujours polysémique.

EA Tu cites les photomontages du début du XX<sup>e</sup> siècle. Considérez-vous avoir eu une posture dadaïste en créant cette identité visuelle?

EC Les influences sont multiples, c'est plus vaste que le dadaïsme<sup>47</sup>. Il y a du dada, mais aussi du situationnisme<sup>48</sup>. L'art contemporain utilise aussi beaucoup de détournements. Le réemploi d'images déjà là a toujours existé; l'art et la création ne partent jamais de rien. Ici, nous essayons de faire parler les images du quotidien qui sont abondantes. Nous essayons de toucher à tout. Le vocabulaire que nous avons utilisé entre 2018 et 2022 au Volcan était sur ce principe de photographie,

depuis 2023 cela évolue. Les influences sont loin d'être conscientes quand nous travaillons. Ce qui est sûr, c'est que les collages dadas et situationnistes font partie des jalons. La réutilisation est partout, alors quand c'est fait de manière un tant soit peu manifeste avec des images vernaculaires qui sont réutilisées, c'est davantage marqué ou édifiant.

EA Comment abordez-vous la question de l'image au sein du studio et de votre pratique ?

EC Au sein du studio, nos méthodes de recherche et nos cultures visuelles ne se recoupent pas forcément. Au fil des projets, nous archivons les images et des techniques puis nous laissons mûrir en attendant la bonne occasion... Ensuite, les procédés de réappropriation ou de détournement peuvent varier, nous avons des «périodes», nous explorons certaines méthodes, puis d'autres: trames, couleurs, montage, séquençage, recadrage, il y a bien des manières de dénaturer ou de donner à voir autrement.

- 43 Voir: Étude de cas «Le T2G par Spassky Fischer», p.101.
- 44 «Le Noshow», mise en scène d'Alexandre Fecteau. Coproduction Collectif Nous sommes ici et Théâtre Dubunker, Le Volcan, 27–29 novembre 2018.
- 45 La journée, seul le mégaphone était présent sur l'affiche. Lorsqu'il faisait nuit et que le panneau était éclairé, la figure du comédien apparaissait.
- 46 L'imprimerie a été inventée par Johannes Gutenberg en 1453 à Mayence (Allemagne)
- 47 Le mouvement dada est un mouvement intellectuel, littéraire et artistique du début du XX<sup>e</sup> siècle (1915–1924), qui se caractérise par une remise en cause de toutes les conventions et contraintes idéologiques, esthétiques et politiques.
- 48 L'Internationale Situationniste (1957–1972) était une organisation révolutionnaire avec une volonté de dépassement des tentatives révolutionnaires des avant-gardes artistiques de la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle qu'ont été le dadaïsme, le surréalisme et le lettrisme.



**LE VOLCAN**

ALBUM  
NATIONAL  
DU BOURG

A 60 ANS



[44]



EN 2021





LE VOLCAN

www.lesvolcans.com



A 60 ANS



[45]



EN 2021





[46]

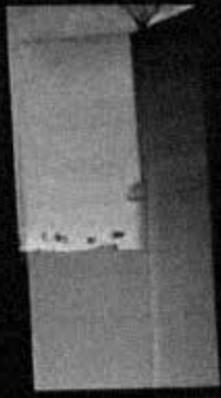
**ASSISE  
RÉGIONALE  
DE LA CRÉATION  
HAUTE ET BASSE  
THÉÂTRE. DANSE. ACTI  
DE VILLE**



**ES  
ALES  
EATION  
NORMANDIE  
ON CULTURELLE**

[47]

**MAISON DE L**



PUIS CES LUEURS LUI SEMBLERENT INDISPENSABLES

QUAND VIENDRA LE MOMENT DE SE REUNIR ET DE JOUER

**LE VOLCAN**

SCÈNE NATIONALE  
DU HAVRE

SAISON

21

22

**LE VOLCAN**

SCÈNE NATIONALE  
DU HAVRE

SAISON

22

23

[48]



[49]

N°2





[51]

**E VOLCAN**

**23**

théâtre  
danse  
musique

**24**





[52]





www.  
levolcan  
.com

T.  
02 35  
19 10 20

**LE VOLCAN**

SCÈNE  
NATIONALE  
DU HAVRE

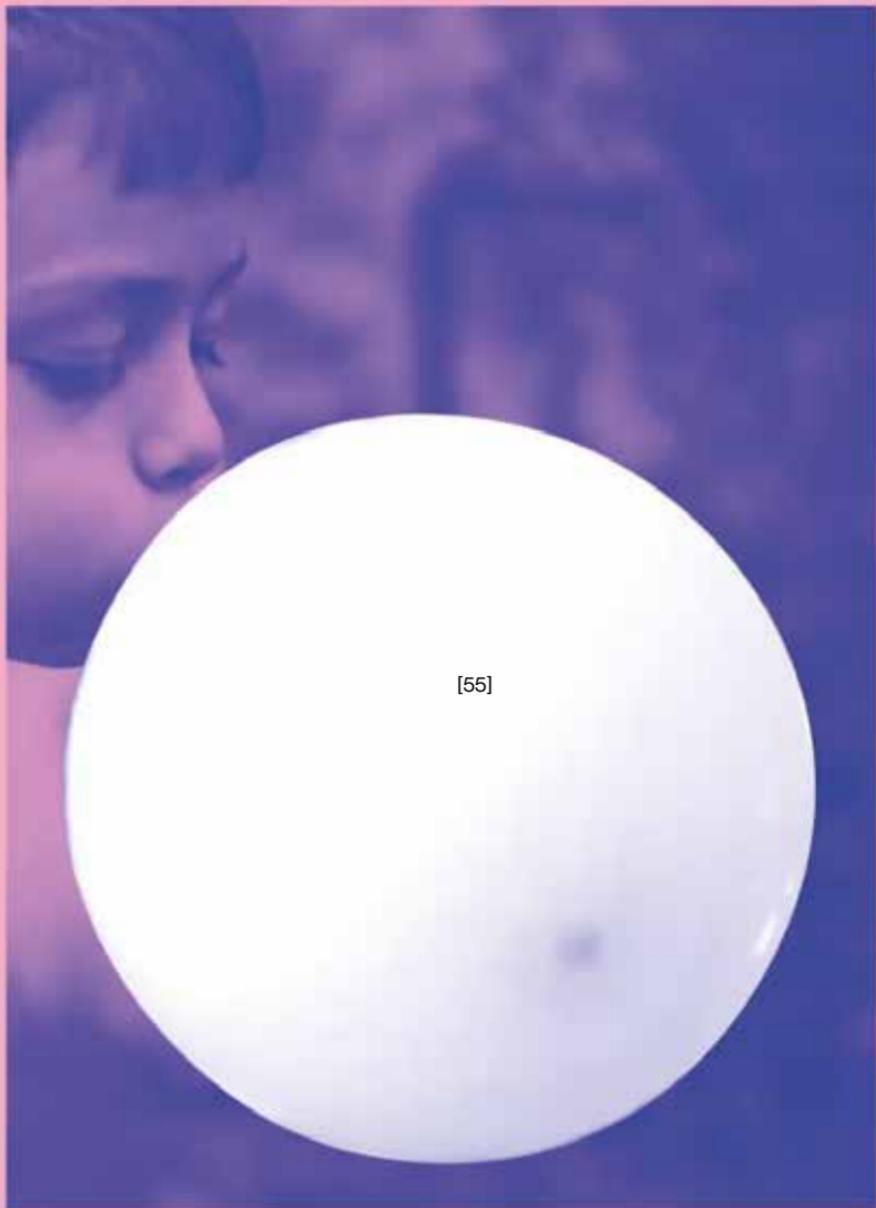
21 22

[53]



[54]

David  
**GAVIN**



[55]

**LE VOLCAN**

CIENS  
NATIONALE  
DU HAÏTI



MINISTÈRE  
DE L'ÉDUCATION,  
DE LA JEUNESSE  
ET DES SPORTS





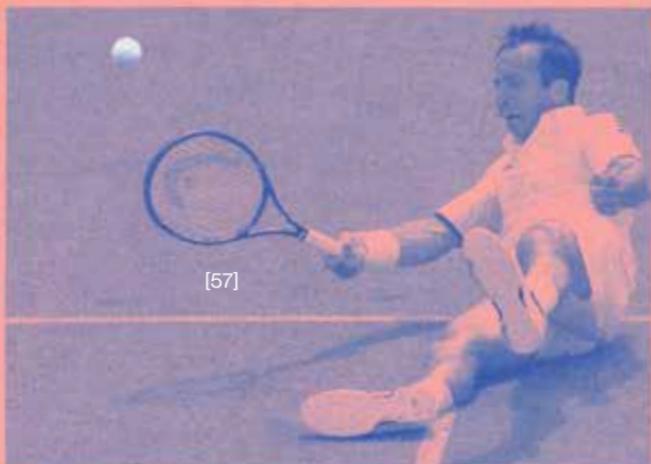
**LE VOLCAN**

SCÈNE  
NATIONALES  
DU NOUVEAU



ARTE











Spassky Fischer est un studio de design graphique parisien fondé en 2014 par Hugo Anglade, Thomas Petitjean et Antoine Stevenot. Depuis 2020, Ninon Chaboud et Marieta Fize, designers graphiques, et Thibault Lambert, administrateur, complètent l'équipe. Spassky Fischer est à l'origine de plusieurs identités visuelles d'institutions culturelles françaises comme celles du MAC VAL (2012-), Musée d'art contemporain du Val-de-Marne, situé à Vitry-sur-Seine, du Mucem (2016-), Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée à Marseille ou encore du Capc, Musée d'art contemporain de Bordeaux, depuis 2020. Iels travaillent principalement dans les domaines artistiques, culturels et architecturaux.

Le T2G Théâtre de Gennevilliers est un centre dramatique national, lieu de référence des écritures contemporaines, situé dans les Hauts-de-Seine. Sous la direction de Daniel Jeanneteau, précédemment directeur du Studio-Théâtre de Vitry (2008-2016), depuis janvier 2017 avec Juliette Wagman, directrice adjointe, et Frédérique Ehrmann, directrice des projets, leur projet artistique se veut pluridisciplinaire et ancré sur le territoire.

T2G Théâtre de Gennevilliers

41, avenue des Grésillons  
92230 Gennevilliers

Spassky Fischer  
Depuis 2020



EA Comment avez-vous commencé à travailler pour le Théâtre de Gennevilliers?

HA Le T2G nous a contactés en direct sans parler avec d'autres studios. Une association n'a pas l'obligation de faire un appel d'offres. Au vu de notre production, Daniel Jeanneteau avait une écriture en tête de ce que nous pouvions proposer.

EA La particularité de cette identité visuelle est qu'elle ne comporte aucun visuel de spectacle.

TP Nous avons toujours eu des difficultés pour travailler avec l'iconographie proposée par les troupes de théâtre lors de nos précédentes expériences avec les arts scéniques. C'est une iconographie particulière et nous voulions l'éviter. Ce projet a été réalisé pendant le confinement, de la prise de contact à la mise en place des premiers documents. Nous discutons alors d'une identité visuelle entre nous, sans spectacle, public et destinataire. Le projet peut paraître un peu étrange. Depuis que le public est revenu et que nous y sommes confrontés, il est plus compliqué de faire vivre cette identité sur plusieurs années.

Mercredi 15 novembre 2023  
15h (01:51:50)

130 bis boulevard Macdonald  
75019 Paris

Hugo Anglade, Thomas Petitjean  
mené avec Rémi Mugnier

HA Effectivement, nous leur avons proposé une identité visuelle dans laquelle les objets de communications majeurs n'utilisaient aucun visuel de spectacle. Ils sont progressivement réintroduits, car la direction réalise à quel point il est difficile de communiquer sans.

EA Est-ce une obligation de leur part?

HA Ce n'est pas une obligation, mais plutôt une requête, une volonté dure à résumer qui fait appel à de nombreuses raisons, principalement politiques. Le directeur considère dérangeant que le public ne puisse pas comprendre le choix d'une photographie avec le spectacle proposé. Quand tu souhaites réserver une place sur le site internet<sup>49</sup>, n'avoir aucune idée du spectacle, si ce n'est une vignette que tu ne peux pas bien lire, rend les choses plus difficiles. C'est donc quelque chose qui est en train d'évoluer.

TP En tant qu'utilisateur, je peux comprendre les demandes;

ce n'est pas facile de faire le pas de prendre un billet pour un spectacle dont tu ne sais potentiellement rien, d'autant plus que le T2G travaille majoritairement avec des auteur-ices et metteur-euses en scène confidentielles.

HA De mon côté, je vais très peu au théâtre et je me suis rendu compte de l'importance, pour moi, de connaître le décor. J'ai besoin d'une image pour réserver une place. Ayant une culture du milieu assez faible, cela teint déjà largement ma première approche avec le spectacle.

RM Avez-vous engagé une transition sur ces visuels?

HA La question a été de leur donner une vraie proportion, une manière de vivre. Par exemple, le site internet est découpé en deux. Avant, les images identitaires prenaient la moitié de la surface et l'autre partie était consacrée au texte, avec parfois des visuels de spectacle en vignette. Nous avons modifié cette structure en ajoutant une troisième case qui peut se déplacer et qui nous permet d'obtenir davantage de surface pour les visuels de spectacle. Ils ne sont pas là au premier regard, mais quand ils sont là, nous essayons de leur donner plus de valeur que nous ne le faisons avant. C'est un travail toujours en cours.

EA L'identité visuelle se concentre autour d'images dites identitaires. Qu'est-ce qui les rassemble?

TP C'est un cheminement qui nous a amené à choisir une typologie d'images. Ce qui nous intéresse, c'est l'accumulation d'images. Au sein du studio, nous avons une attirance commune pour des artistes qui travaillent autour de la collection d'images et de la récupération, comme Hans-Peter Feldmann<sup>50</sup> ou Batia Suter<sup>51</sup>. Il s'agit d'une pratique qui nous a toujours plu parce qu'aussi, c'est une manière de s'appropriier l'image et de savoir s'en servir. Au départ, Hugo, Antoine et moi n'étions pas du tout, a priori, à l'aise avec les images et leurs utilisations. Dans les premiers livres que nous avons faits, nous étions toujours empêtrés avec les images. La collecte d'images a été une manière de s'approprier ce matériau et de trouver une méthode. Cela se fait beaucoup par accumulation, juxtaposition et collage.

HA La beauté simple de poser deux images côte à côte et d'observer la narration qui s'écrit entre elles est déjà une manière symbolique de parler du théâtre.

EA Comment choisissez-vous ces images photographiques? L'une peut-elle être liée à un spectacle?

HA Nous faisons le choix des images sans connaître la programmation de l'année suivante. C'est important pour nous, afin de ne pas tomber dans l'écueil inverse, de contre-illustrer, de prendre un parti pris qui serait presque trop opposé au sujet du spectacle. Nous n'attribuons aucune image identitaire à un spectacle. Si elles doivent cohabiter avec un texte de présentation d'un spectacle, il y en a forcément au moins deux. Deux images de nature différente qui ne pourraient pas ou difficilement coexister au sein d'un spectacle afin de donner une première clef de lecture et être certain-e que ces images ne soient pas tirées du spectacle.

TP Concernant le choix des images, nous étions en période de confinement. Nous avons donc commencé par piocher au sein de la banque d'images du studio puis dans les images personnelles de chacun-e. Initialement, les images étaient aussi tirées d'internet, mais c'était trop large, trop ouvert. En discutant avec Daniel Jeanneteau des choix d'images, nous nous sommes tournés vers un répertoire intime.

HA Nous avons fini par introduire dans cette banque d'images des photographies de vacances de la personne travaillant à la communication, à l'accueil, de nous, des photographies de mon fils, de sa fille, des clichés relativement personnels, aux époques très variées, entrechoquées avec des photographies préexistantes de photographes<sup>52</sup> que nous connaissons, choisies autour de thématiques que nous avons envie de montrer, d'ajouter, non présentes dans notre corpus. Les images identitaires sont d'une certaine manière le reflet des personnes travaillant dans le lieu, pour le lieu. C'est un échange continu et il faut que tout le monde soit d'accord sur le choix d'une image. Nous organisons une session de sélection par an où nous imprimons plus d'une centaine d'images, puis faisons un *editing* avec notamment Daniel Jeanneteau et Sylvie Goujon, directrice de la communication, pour savoir lesquelles sont absolument utiles et lesquelles peuvent être écartées.

TP Dans l'idée, cette identité représente les gens qui sont là. Mais, d'autres problématiques rentrent en compte, notamment

de représentation de tout type de public, afin que tout le monde puisse se projeter. Par moments, nous choisissons des images pour répondre au besoin d'une certaine typologie dans notre corpus. C'est le jeu.

HA C'est l'une des seules contraintes à l'exercice. En effet, toutes les images que nous avons dans nos téléphones peuvent se retrouver dans ce projet. Il n'existe aucune règle, si ce n'est une affaire de sensibilité que nous essayons de mettre en œuvre. C'est un projet relativement expérimental pour nous, un moment de tentative.

TP Nous ne cherchons, a priori, pas de belles images, nous cherchons de bonnes matières, des choses que nous pouvons assembler. Cependant, pour la dernière saison, nous nous sommes fait le constat que le choix des images, presque toutes prises par des photographes, a tendance à lisser la qualité. En effet, elles sont toutes assez belles.

HA Ou du moins qualitativement exploitables, ce qui devrait déjà être un signal pour nous dire que ce n'est pas ce vers quoi nous voulions aller.

EA Utiliser des photographies issues du quotidien, de l'ordinaire dans les différents supports de communication est un moyen pour le public de se projeter, de s'identifier. En employant davantage de photographies léchées, réalisées par des photographes, n'avez-vous pas peur de créer une distance avec ce dernier ?

TP C'est l'un des constats que nous nous sommes faits et que nous allons essayer de rectifier pour la prochaine saison.

HA Si nous sommes si critiques sur ce projet, c'est qu'initialement, nous avons l'ambition d'avoir des matérialités très différentes dans l'image: tramée, pixelisée, provenant de la presse, du web. Et comme le dit Thomas, nous avons eu tendance à lisser, parce que quand nous travaillons à ce corpus et qu'il n'y a par exemple qu'une seule image de journal tramée, nous la mettons de côté. À ce moment-là, tu finis par faire des choix de communicant-es.

EA C'était la volonté de tendre vers une certaine radicalité.

TP Par exemple, lors d'une précédente saison, la direction nous a demandé et exigé que certains des documents portent

des photographies de Mohamed Bourouissa<sup>53</sup>. Il faisait à ce moment-là une exposition dans les murs du théâtre, en marge de la programmation. Pour nous, ce fut vraiment une erreur, car cela détournait complètement le propos de ce que nous faisons à côté.

EA Vous parliez d'une volonté initiale de créer un corpus iconographique hétéroclite avec, par exemple, des visuels extraits de périodiques. Le travail de Cornel Windlin pour le Schauspielhaus<sup>54</sup> a-t-il été l'une de vos références pour penser l'identité visuelle du T2G?

TP Ça l'est à peu près à chaque fois que nous entamons un nouveau projet.

HA C'est un projet que nous trouvons majeur, mais qui, malheureusement pour moi, n'a pas existé suffisamment longtemps pour être un projet qualitatif et viable sur le long terme. Le projet initial est très beau, mais sa réalité au quotidien fut inexistante.

TP Le projet du Schauspielhaus aurait pu marcher, mais de ce que j'en sais, Windlin ne savait pas qu'il n'allait pas le réaliser. Il s'est fait évincer du projet par la direction au bout d'un moment, jugeant le projet trop obscur. La difficulté réside dans le fait que la direction de l'institution doit soutenir ton projet pour qu'il soit réalisable.

HA Et même quand il le porte, ce n'est pas facile.

EA Quels retours avez-vous reçus sur cette identité visuelle?

TP Professionnellement, c'est un projet où nous avons de très bons échos. Le T2G a également des retours très positifs sur la communication de la part des autres théâtres. Mais, le problème, c'est le public. Finalement, tu as quand même perdu. Je suis mitigé sur le projet. Je le trouve réussi, mais nous sommes passés à côté de quelque chose. Cependant, il faut tout de même noter que le projet est relativement jeune, le Covid est passé par là, et cela ne fait que deux ans que le public est réellement confronté à cette identité. Il faut donc le temps qu'il le comprenne.

RM Comment pensez-vous le public<sup>55</sup>?

TP Alors ça, c'est un vaste sujet!

HA Sur tous nos projets, nous nous posons la question, nous essayons de réfléchir à la perception qu'en a le public.

Nous ne pouvons pas dire que nous ne le faisons pas, mais nous ne pouvons pas non plus dire que nous sommes centrés sur cette perception-là. Il est difficile de savoir comment se positionner. C'est vrai, il n'y a pas d'étude très claire. Tu as des couches de lecture puis de contexte avec lesquelles tu dois composer. C'est bien de toutes les prendre en compte, mais à un moment donné, si je ne pense qu'à cela, je n'arrive pas à produire. Penser au public continuellement m'intimide trop et j'ai besoin de produire une forme, de faire une erreur quitte à la faire. Sinon, tu es inhibé et tu ne peux pas produire, tu ne sais plus où tu vas, tu fais des trucs mous parce que tu essaies de convaincre une personne ou une autre qui n'ont rien à voir ensemble.

TP C'est délicat comme question. Thierry Chancogne<sup>56</sup> résume cela simplement en disant qu'il est plutôt pour l'élitisme pour tous·tes. Je suis d'accord avec cette idée-là, en tout cas, essayer d'être exigeant avec tout le monde. Ce n'est pas de mettre face aux gens des idées que nous considérons plus hautes qu'elles mais de tenir compte qu'ils sont capables d'apprécier, alors avec ou sans références, des idées, des concepts, un travail. Je crois assez que tu peux apprécier le travail d'Experimental Jetset<sup>57</sup> pour plein de raisons, parce que graphiquement, c'est fort, parce qu'esthétiquement, tu trouves ça beau ou parce que politiquement, c'est engagé. Chacun·e y trouve son intérêt. Tu peux aussi trouver leur travail nul et je comprendrai aussi. L'idée de vouloir plaire et parler à tout le monde est toujours compliquée.

HA Le problème quand tu réalises une identité visuelle, c'est que ton·a client·e voudra forcément parler à tout le monde et avoir toujours plus de consommateur·ices, spectateur·ices, visiteur·euses. C'est sa volonté, et toi, tu te retrouves face à l'incapacité, avec tes petits outils de graphiste, de résoudre les problèmes qu'ellui·a, qui peuvent être de programmation, de lieu, etc. Faire de l'identité visuelle, là, Antoine et Thomas ne seront pas d'accord avec moi, est un éternel constat d'échec. En décidant d'une forme pour représenter tel lieu ou telle institution, tu t'écartes nécessairement du public et c'est fondamentalement lié à cette pratique.

- 49 <https://theatredegennevilliers.fr>
- 50 Hans-Peter Feldmann est un artiste contemporain allemand s'appropriant les images de la culture populaire pour les détourner. Son projet «Voyeur» débuté en 1994 est une série de livres composée d'images provenant de tous les domaines de la vie moderne.
- 51 Batia Suter est une artiste suisse qui travaille principalement l'image et le livre d'artiste. Depuis la fin des années 1990, l'artiste collectionne des livres de seconde main afin de constituer une banque d'images, matériau de base de son travail. Depuis 2004, son travail «Parallel Encyclopedia» a pris la forme de plusieurs installations et de deux ouvrages édités par Roma publications en 2007 et 2016.
- 52 Est mentionné dans les mentions légales du site web du T2G: «Les photographies de la partie gauche du site sont de la NASA, Antoine Stevenot, Daniel Jeanneteau (collection privée), Frédéric Jaman, Hugo Anglade, J.C. Flamand® Revue PHOTOS, Victor & Thomas Sirot (collection privée), F. Blondel (collection privée), Marc Rouault, Sara Bastai, James Lecardeur, Pierre Petitjean, Frédéric Jaman, Sylvie Goujon, Thomas Ciera, Spassky Fischer, des banque d'images PXHERE, PIXABAY, PEXELS et du Musée Nicéphore Niépce, Ville de Chalon-sur-Saône».
- 53 Mohamed Bourouissa est artiste plasticien et photographe. Tout au long de la saison 2022-2023, une sélection de ses photographies issue de la série *D'un Périphérique à l'autre* a été exposée dans les espaces du théâtre.
- 54 Voir: Étude de cas «Le Schauspielhaus par Cornel Windlin», p.51.
- 55 Voir: Malte Martin «Le design graphique: projet global ou réserve indienne?», 2012.
- 56 Thierry Chancogne est enseignant et théoricien du design graphique, co-fondateur de la revue en ligne Tombolo, de l'association d'édition Tombolopresses et du projet de local pédagogique Ravisius Textor (Nevers).
- 57 Experimental Jetset est un studio de design graphique créé en 1997 à Amsterdam par Danny van den Dungen, Erwin Brinkers et Marieke Stolk.  
Voir: <http://www.jetset.nl>



[60]

**Théâtre de Gennevilliers  
Dramatique National  
41, avenue des Grésillons**

[61]



[62]



---

Mentions légales

T2G Théâtre de Gennevilliers, Centre Dramatique National  
41, avenue des Grésillons 92230 Gennevilliers

SCOP SA au capital variable de 19 056,13 €  
Immatriculée sous le numéro 314 538 422 au R.C.S de Nanterre (92)  
Numéro de SIRET : 314 538 422 00010  
Code APE : 9001Z  
TVA intracommunautaire : FR 54 314 538 422

Ce site a été dessiné par Spassky Fischer et développé par Quentin Creuzet

Son responsable de publication est Daniel Jeanneteau, Directeur

Les photographies de la partie gauche du site sont de la NASA, Antoine Stevenot, Daniel Jeanneteau (collection privée), Frédéric Jaman, Hugo Anglade, J.C. Flamand © Revue PHOTOS, Victor & Thomas Sirot (collection privée), F. Blondel (collection privée), Marc Rouault, Sara Bastai, James Lecardeur, Pierre Petitjean, Frédéric Jaman, Sylvie Goujon, Thomas Cierra, Spassky Fischer, des banque d'images PXHERE, PIXABAY, PEXELS et du Musée Nicéphore Niépce, Ville de Chalon-sur-Saône

Nous sommes susceptibles d'utiliser des cookies sur ce site afin de fournir les services et fonctionnalités proposées et d'améliorer votre expérience. Les cookies sont des données qui sont téléchargées ou stockées sur votre ordinateur ou sur tout autre appareil. Nous les utilisons pour nous permettre de mieux comprendre comment le site est utilisé. En continuant à utiliser ce site, vous acceptez cette politique. Ce site peut occasionnellement contenir des liens vers les sites internet de nos partenaires ou de sociétés tierces. Veuillez noter que ces sites internet ont leur propre politique de confidentialité et que nous déclinons toute responsabilité quant à l'utilisation faite par ces sites des informations collectées lorsque vous cliquez sur ces liens. Nous vous invitons à prendre connaissance des politiques de confidentialité de ces sites. Vous disposez de plusieurs droits liés à vos données à caractère personnel : vous avez le droit d'accéder à vos données, de corriger toute erreur figurant dans nos fichiers, ainsi que le droit de faire effacer vos données à caractère personnel, de limiter leur traitement ou de vous y opposer. Vous pouvez également vous opposer au profilage ainsi que définir des directives relatives à la conservation, à l'effacement et à la communication de vos données. Vous pouvez déposer une réclamation auprès de votre Autorité de contrôle. L'Autorité de contrôle française est la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés.

Dernière relecture et mise à jour : Juillet 2022



Centre Dramatique  
Accueil

[64]



T2G Théâtre de Gennevilliers Centre Dramatique National Direction Daniel Jeanneteau  
Saison 2021-2022, septembre-décembre

[65]

---

11 au 16 septembre	Et la terre se transmet comme la langue (création)	Mahmoud Darwich, Stéphanie Béghain, Olivier Derousseau
--------------------	---	--

---

12, 18, 19, 26 septembre	Aguets, partition pour un cirque ensauvagé (création en tournée)	Daniel Jeanneteau, Ann Williams, Mammar Benranou, Académie Fratellini
--------------------------	--	--

---

30 septembre au 9 octobre	Les Océanographes (création)*	Émilie Rousset, Louise Hémon
------------------------------	----------------------------------	---------------------------------

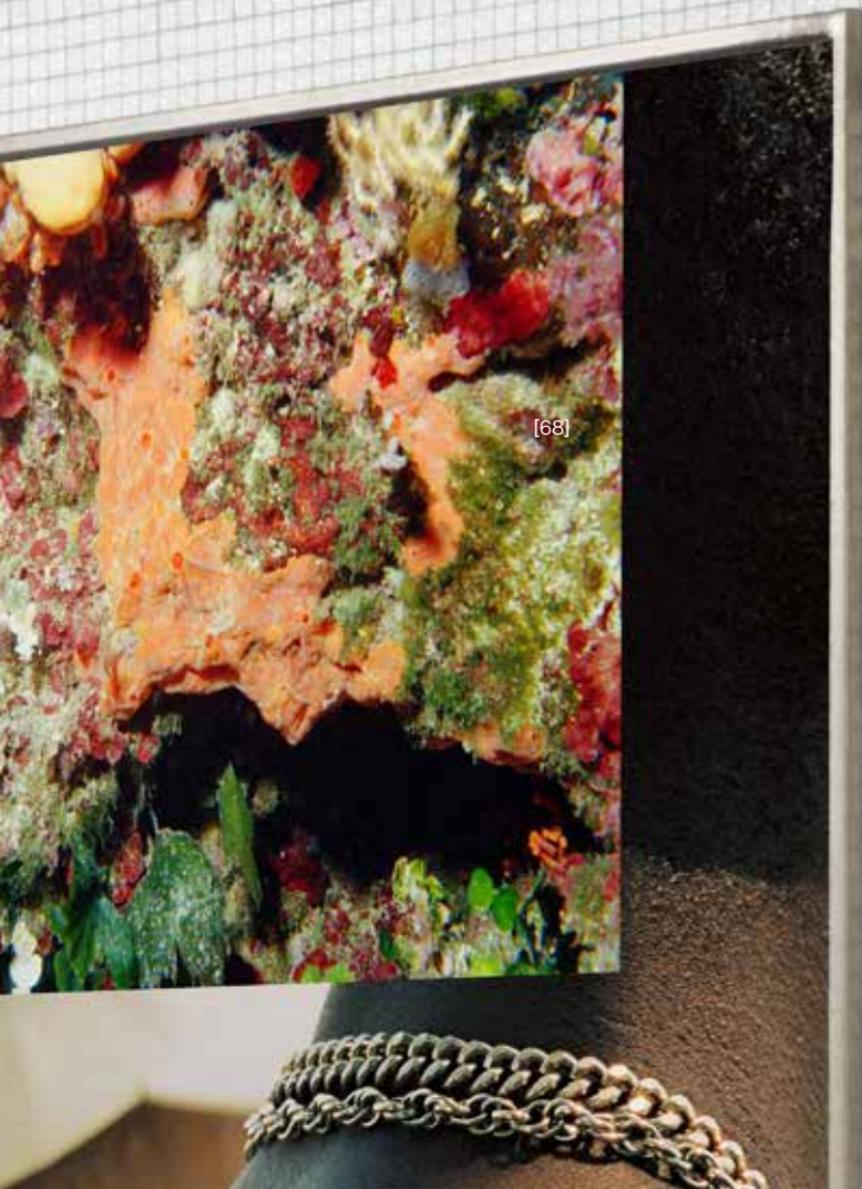




[66]



[67]



[68]

16/4



Telées 2019-2021 Direction Daniel Jeanneret



120 Théâtre de Courvaillères Centre Dramatique National

[69]

#### Infos pratiques

##### Tarifs

10 euros  
15 euros de 10 à 18 ans

Plus d'infos : [www.theatre-courvailleres.com](http://www.theatre-courvailleres.com)  
 Pour connaître les conditions  
 d'accessibilité, contactez  
 le Centre Dramatique National  
 au 01 47 37 37 37  
 ou par mail : [cdn@cdn.fr](mailto:cdn@cdn.fr)  
 ou par téléphone : 01 47 37 37 37

Centre Dramatique National  
 1, rue de la République  
 93000 La Courvaillères  
 01 47 37 37 37

Centre Dramatique National  
 1, rue de la République  
 93000 La Courvaillères  
 01 47 37 37 37



44 rue de la République 93000 Courvaillères, France  
 Téléphone : 01 47 37 37 37  
 Email : [cdn@cdn.fr](mailto:cdn@cdn.fr)

##### Accès

Accès à pied  
 Accès à vélo  
 Accès à cheval  
 Accès à poussette  
 Accès à fauteuil  
 Accès à vélo  
 Accès à cheval

Plus d'infos : [www.theatre-courvailleres.com](http://www.theatre-courvailleres.com)  
 Pour connaître les conditions  
 d'accessibilité, contactez  
 le Centre Dramatique National  
 au 01 47 37 37 37  
 ou par mail : [cdn@cdn.fr](mailto:cdn@cdn.fr)  
 ou par téléphone : 01 47 37 37 37

Centre Dramatique National  
 1, rue de la République  
 93000 La Courvaillères  
 01 47 37 37 37

##### Partenaires

Centre Dramatique National  
 Centre National de la Danse  
 Centre National de la Musique  
 Centre National de l'Opéra  
 Centre National de la Photographie  
 Centre National de la Vidéo  
 Centre National de la Littérature  
 Centre National de la Recherche  
 Centre National de la Santé  
 Centre National de la Culture  
 Centre National de la Jeunesse  
 Centre National de la Famille  
 Centre National de la Vieillesse  
 Centre National de la Santé  
 Centre National de la Culture  
 Centre National de la Jeunesse  
 Centre National de la Famille  
 Centre National de la Vieillesse

Centre Dramatique National  
 1, rue de la République  
 93000 La Courvaillères  
 01 47 37 37 37

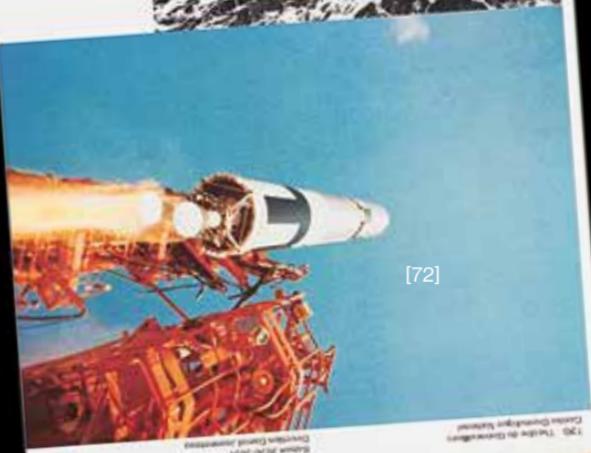




[70]

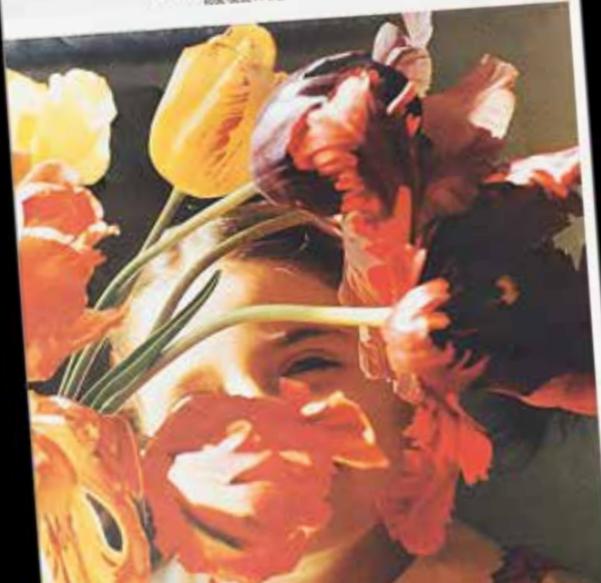


[71]



[72]

120. Tache de l'Esprit  
Cristal, 2000-2004  
Cristal, 2000-2004



En ce  
d'été  
sont  
le m  
de l'a  
1998

10-11  
L'As  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

10-11  
1998

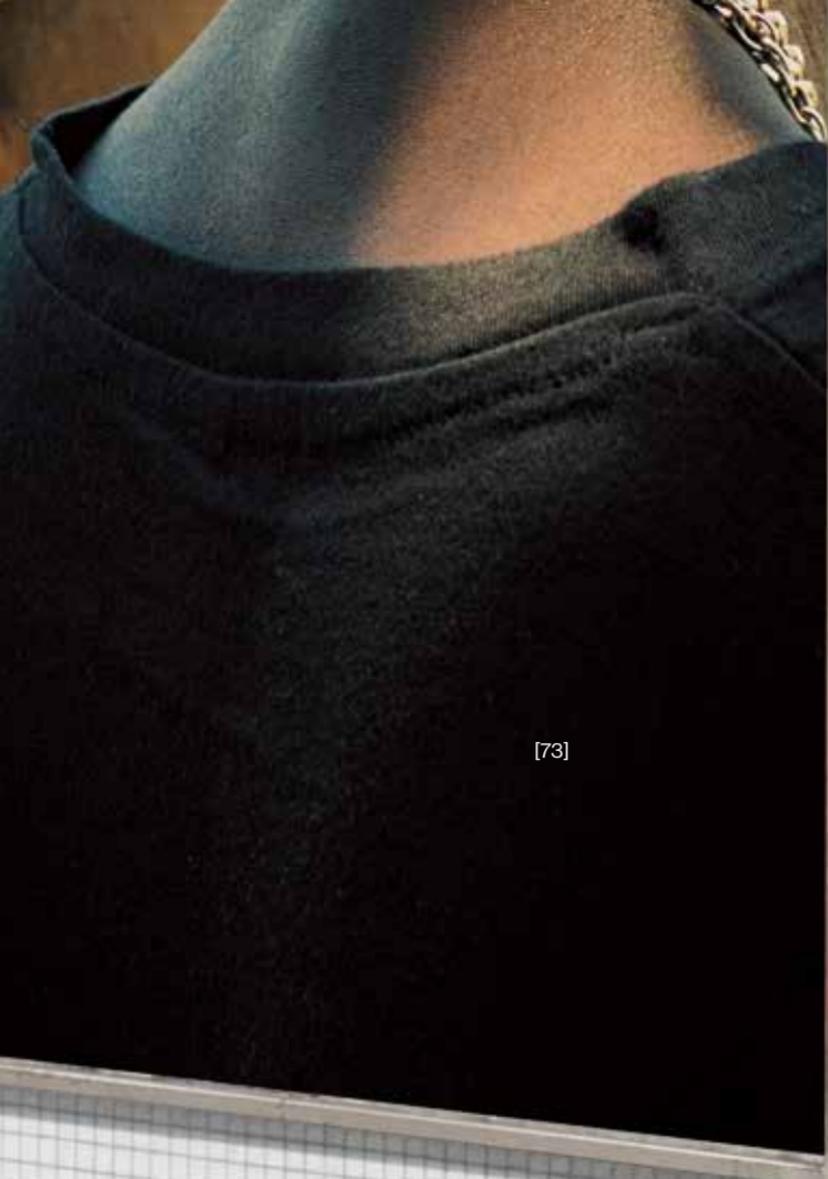
10-11  
1998

10-11  
1998

15 au 17 octobre	Éléphant ou le temps suspendu*	Bouchra Ouizguen
23 et 24 octobre	Carte blanche	Michel Schweizer
10 au 14 novembre	LAURA (création)*	Gaëlle Bourges
20 au 28 novembre	La Forteresse du sourire*	Kurô Tanino
27 novembre au 01 décembre	Eraser Mountain*	Toshiki Okada, Teppeï Kaneuji
6 au 15 décembre	Music all (création)*	Jonathan Capdevielle, Marco Berrettini, Jérôme Marin
Tout au long de la saison	Voisinage - carte blanche à Mohamed Bourouissa, Ateliers libres, Comité des lecteurs, Revue Incise, Adolescence et territoire(s), <i>Le bruit du temps</i> - AOC, La Preuve par 7, Restaurant, Terrasses et potager	

\*Avec le Festival d'Automne à Paris

Programme complet en ligne sur [www.theatredegennevilliers.fr](http://www.theatredegennevilliers.fr) 01 41 32 26 26  
 41, avenue des Grésillons 92230 Gennevilliers - Métro ligne 13, station Gabriel Péri, sortie 1  
Design graphique: Spessky Fischer    Sérigraphie: Léland Grubis    Photographies: Hugé Argenti, Nicolas Pablic



[73]



Zoo, designers graphiques a été créé en 2013 par Julie Galand, Baptiste de l'Espinay, diplômé-es de la HEAR<sup>58</sup>, et Valentine Thébaud, diplômée de l'Ensaama<sup>59</sup>. Le studio parisien est aujourd'hui composé de Julie Galand, directrice artistique, Baptiste de l'Espinay, directeur de la création, Blanche Blatter et Quentin Cholley, designers, François Legroux, studio manager et Rafael Ribas, designer et typographe. Les projets conçus par Zoo s'inscrivent dans les domaines de l'édition (*Basquiat à la Fondation Louis Vuitton* en collaboration avec les éditions Gallimard, le magazine *Intramuros*, etc.), de l'architecture, de la culture, mais aussi institutionnel et commercial. En 2019, iels conçoivent l'identité du MOCO Montpellier Contemporain; en 2023, iels actualisent celle du Musée d'Orsay. En 2022, Zoo remporte l'appel d'offres lancé par Chaillot avec une proposition forte répondant au projet du nouveau directeur Rachid Ouramdane.

Situé dans le 16<sup>e</sup> arrondissement de Paris, le Théâtre National de Chaillot est l'un des cinq théâtres nationaux français. Édifié en 1937, dans le cadre de l'exposition universelle, Chaillot est le seul Théâtre national dédié à la Danse. C'est un lieu symbolique, affecté

Chaillot  
Théâtre national de la Danse

1, place du Trocadéro  
et du 11-Novembre, 75016 Paris

Zoo, designers graphiques  
Depuis 2022

jusqu'en 1972 au Théâtre national populaire, porté notamment par Jean Vilar lors de sa direction de 1951 à 1963. Depuis 2021, le danseur et chorégraphe Rachid Ouramdane en assure la direction avec l'ambition de défendre «le théâtre des diversités<sup>60</sup>» avec les notions de partage et de lien.



En partant du postulat suivant que la danse est partout, la nouvelle identité visuelle de Chaillot, développée par Zoo, se caractérise par la mise en place d'un principe graphique autour de l'image en mouvement, constitué d'extraits de vidéos, de captures d'écran issues de sources éclectiques et populaires telles que les réseaux sociaux et la télévision. Avec cette proposition, le studio de design graphique évite la rigidité et la protection fixe de l'image photographique. En effet, la danse est un art du mouvement, une «expérience du corps en souffle et en déplacement dans une géographie de l'espace-temps<sup>61</sup>». Dans sa définition même, la danse est dans l'incapacité d'être arrêtée. Une photographie qui souhaiterait capturer un mouvement de danse ne peut diffuser la même intensité que lorsqu'il est réellement vécu. Le théâtre, la danse sont des arts vivants; la photographie a cette spécificité d'arrêter le temps. La photographie est un témoignage du passé, l'art vivant un moment du/au présent.

L'iconographie présente la danse sous toutes ses formes, en utilisant des images authentiques, sensibles et inattendues. Par des jeux de cadrages, chaque scène, présente dans les visuels de saison, dégage une énergie singulière, un dynamisme. La trame vivante, vibrante occasionnée par la faible résolution des sources apporte un grain spécifique aux supports imprimés. Le flou et le pixel revendiqués, la qualité électronique confère à l'image un statut de fragment pauvre, révélant en creux l'impossibilité de stabiliser le mouvement. Cependant, la netteté de la typographie linéale<sup>62</sup> ainsi que la structure de la grille viennent détonner avec l'idée de mouvement amenée par les images composites et servent à poser un cadre stable aux informations factuelles. Enfin, les couleurs vives et lumineuses complètent l'iconographie. En choisissant une gamme colorée inspirée du digital, elles favorisent des contrastes forts et accentuent l'ambivalence entre supports imprimés et numériques.

Une attention est également accordée aux visuels de spectacle. Ici encore, le mouvement est au centre des préoccupations. Les images subjectives, narratives, intrigantes, brouillant les pistes entre les disciplines (danse, théâtre, radio, cinéma, etc.) sont privilégiées. Il s'agit de semer la confusion entre fiction et réalité: l'image est-elle issue du spectacle?

La communication visuelle de Chaillot use des codes d'une écriture vernaculaire, avec des images glanées dans les médias

populaires, afin de capter l'attention des nouveaux publics. En effet, depuis sa nomination, Rachid Ouramdane a la volonté de désacraliser l'institution culturelle. Située dans le 16<sup>e</sup> arrondissement de Paris, Chaillot peut sembler impénétrable pour certain-es. Pour s'aligner avec une politique d'ouverture au plus grand nombre, l'identité visuelle participe à rendre accessible la danse à un public élargi, jeune et varié. L'identité procède d'un effet de miroir vis-à-vis du, de la passant-e. Dans le métro, l'image de l'institution se veut vivante et tout-terrain.

- 58 Haute école des arts du Rhin, Strasbourg.
- 59 École nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'art, Paris.
- 60 Rachid Ouramdane: «Je veux défendre le théâtre des diversités aussi bien dans les esthétiques que dans les publics.»  
Voir : <https://theatre-chailot.fr/fr/rachid-ouramdane>
- 61 Debat, Michelle. *L'impossible image. Photographie, danse, chorégraphie*, Bruxelles: La lettre volée Collection Essais, 2009, p.8.
- 62 La LL Supreme par Arve Båtevik est une version contemporaine de la typographie Futura de Paul Renner, 1927.



EA L'identité visuelle se base sur deux typologies d'images: des images vernaculaires provenant de sources numériques et des visuels de spectacle. Comment arrivez-vous à conjuguer les deux?

BE Les images amateurs sont utilisées pour la communication institutionnelle, donc sur des campagnes de saisons, différents supports de communication comme l'agenda de saison, les cartes adhérents, etc. Nous utilisons les visuels de spectacles lorsque l'on doit communiquer sur les spectacles (programmes, visuels de spectacles, etc.). Lors de leur utilisation, nous essayons de ne pas montrer la dimension scénique et/ou de favoriser des images hors scène, afin de brouiller les frontières entre réalité et fiction.

EA Comment constituez-vous ce corpus iconographique?

BE L'ensemble des images publiées est le fruit d'intenses recherches iconographiques. Nous constituons une banque d'images propre à chaque saison, ensuite, nous les utilisons selon les supports et le contexte d'utilisation.

Mardi 21 novembre  
Mardi 5 décembre 2023

Échanges par mail

Baptiste de l'Espinay

EA Qu'est-ce qui vous interpelle dans ces images?

BE Nous recherchons des images qui désacralisent la danse, nous souhaitons montrer que cette discipline est accessible à tous. Nous voulons la montrer dans des contextes banals, du quotidien.

EA Vous récupérez et vous vous appropriez des images qui ne vous appartiennent pas, que vous n'avez pas créées. Demandez-vous la permission au, à la propriétaire de la vidéo? et à la/les personne(s) apparaissant sur la vidéo?

BE Nous demandons les droits sur certaines images explicites ou qui peuvent être problématiques (si l'on reconnaît bien une personne, s'il s'agit d'une œuvre d'art comme la vidéo de Kenny Dunkan pour la saison 2022-2023 par exemple, nous avons négocié avec sa galerie pour pouvoir exploiter la vidéo).

EA Avez-vous déjà eu des problèmes concernant le droit à l'image?

BE Non, jamais de problème, car nous anticipons les risques au mieux.

EA Avez-vous déjà eu des propositions refusées? Pour quelles raisons?

BE Beaucoup d'images ont surpris l'institution. C'est en partie ce qui leur a plu d'ailleurs. Mais certaines d'entre elles, un peu trop osées, ont été refusées. Par exemple, nous n'avons malheureusement plus l'autorisation d'utiliser la motocross en roue arrière de la saison 2022-2023.

EA Quels retours avez-vous reçus sur cette identité visuelle?

BE Nous avons eu beaucoup de retours très positifs, de la part des publics, mais aussi des autres institutions culturelles concurrentes. La nouvelle identité est radicale pour un théâtre aussi prestigieux et permet à Chaillot d'exister de manière plus forte. Cette identité est en pleine adéquation avec le projet ambitieux et audacieux de Rachid Ouramdane; elle incarne cette vision et permet de la diffuser efficacement.

EA Le changement d'identité visuelle a-t-il eu un réel impact sur la diversité du public comme souhaité par le directeur?

BE De nouveaux publics sont effectivement apparus, et en grand nombre. Cela est lié à la nouvelle direction et au nouveau positionnement du lieu (programmation, chaillot expériences, etc.). L'identité a forcément eu un impact, mais il est impossible de le quantifier!

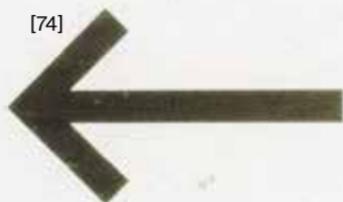
EA Quelles ont été vos références graphiques pour nourrir la création de cette identité visuelle?

BE Nous nous sommes inspirés de certaines campagnes publicitaires. Nous trouvons pertinente la manière dont certaines marques arrivent à proposer des idées nouvelles et inspirantes. Nous avons souhaité appliquer un registre de communication efficace que l'on retrouve habituellement dans un monde plus mercantile à une institution culturelle perçue comme plus noble. Il nous semble que cela répond particulièrement bien aux problématiques de communication de ce théâtre: toucher un public plus large et surtout plus varié.

THEATRE

# chaillot théâtre national de la danse

[74]



♿ Accès PMR par les jardins du Trocadéro via la place de Varsovie côté Seine

Compagnie AΦE  
Esteban Fourmi  
& Aoi Nakamura  
Eugénie Andrin  
Faustin Linyekula  
Mamu Tshi  
Nederlands Dans  
Theater / NDT 2

Compagnie AΦE  
Esteban Fourmi  
& Aoi Nakamura  
Eugénie Andrin  
Faustin Linyekula  
Mamu Tshi  
Nederlands Dans  
Theater / NDT 2

[75]

Avec la pass liberté, réservez en priorité et  
profitez de tarifs très avantageux sur l'ensemble  
de la saison 22→23

©Kenny Dunkan / Galerie Les Filles du cobvrole  
Conception : aoc, designers graphiques

réservations  
01 53 65 30 00

theatre-chaillot





[76]



[77]



chaillot  
théâtre national  
de la danse

saison 23→24

se chaillot [78] danse

theatre-chaillot.fr 1 9 9 9



[79]

erty  
ong  
nor  
ilva Ferreira  
com a  
  
onteiro Freitas  
Castro  
ero  
godoi  
nder  
at  
aza  
E / Ballet  
e Marseille  
s  
n  
a  
erlegz" Yasit  
ztek  
hailé  
ne  
&  
ebussy  
c  
lunyaneza  
rouche  
e EMKA  
h Columbia  
bert  
zac  
o  
amdane  
ljocaj

& Marlène Saldana  
Maud Le Pladec  
feat. Jr Maddripp  
Ayelen Parolin  
Lara Barsacq  
Anne Teresa  
De Keersmaeker  
Aurélie Charon  
Amélie Bonnin  
Akaji Maro  
François Chaignaud  
Compagnie DCA  
Philippe Decouflé  
Compagnie Arcosm  
Mette Ingvarstsen  
Smail Kanouté  
Mélanie Perrier  
Batsheva Dance Company  
Ohad Naharin  
Ensemble chorégraphique  
du CNSMDP  
Jeune ballet du  
CNSMD Lyon  
Adrien M & Claire B  
Gilles Jobin  
GöteborgsOperans  
Danskompani  
Compagnie AΦE  
Esteban Fourmi  
& Aoi Nakamura  
Eugénie Andrin  
Faustin Linyekula  
Mamu Tshi  
Nederlands Dans  
Theater / NDT 2



[81]

chaillet  
théâtre national  
de la danse

saïson 22→23

[82]

chaillet danse

[83]

0543-721983

theatre-chaillof.fr



chaillot  
théâtre national  
de la danse

# chaillot danse

[84]

Compagnie XY  
Sharon Eyal  
Ori Lichtik  
Oona Doherty  
Via Kallehonor  
Amala Dianor  
Marco da Silva Ferraz  
Dançando com a  
Diferença  
Marlene Monteiro F  
Ana Isabel Castro  
Vera Mantero  
& Gabriel Godoi  
Jonas & Lander  
Emanuel Gat  
Nacera Belaza  
(LA)HORDE / Ballet  
national de Marseille  
Kery James  
Robyn Orlin  
Brigel Gjoka  
Rauf "Rubberlegz" Y  
& Rusan Filiztek  
Fanny de Chaillé  
Gisele Vienne  
Keren Ann &  
Quatuor Debussy  
Sylvain Huc  
Dorothee Munyaner  
Mehdi Kerkouche  
Compagnie EMKA  
Ballet British Colum  
Pascal Rambert  
Marion Muzac  
Aterballetto  
Rachid Ouramdane  
Angelin Preljocaj

22 → 2



# saison 22 → 23

[85]



nse

[86]



.fr f @ t d

chaillot  
théâtre national  
de la danse

saison 23 → 24

[87]

chaillot **do**



chaillot  
théâtre national  
de la danse

saïson 23→24

chaillot danse chaillot danse

[88]

23→24





En janvier 2024, je continue d'emmagasiner, de collecter, d'enregistrer des images. Ce temps, ponctué d'écriture et d'échanges, m'aura permis de poser mon regard sur des images graphiques souvent consommées bien trop rapidement. Prendre le temps de les observer, les analyser. Ne pas être dans la fascination, mais m'interroger sur ce qu'elles produisent dans l'espace public.

Au travers de cette recherche, j'ai tenté de lire entre les lignes, de m'échapper de mon préalable de départ qu'était l'image déjà là, et de voir au-delà. Penser également à la composition, à la typographie, à la couleur. L'affiche est un espace de connexions entre les éléments iconographiques, mais aussi entre les différentes couches d'information, où il convient de produire de la séquence, de la temporalité. Monter, coller, décaler. Pour le-a designer graphique, un corpus iconographique préexistant est une source inépuisable de visuels. Ce parti pris esthétique fort demande un véritable engagement de la part du commanditaire. Il s'agit de laisser une liberté totale au designer graphique et d'oser accepter la prise de risque que provoquent ces images. Le design graphique pose un regard sur la société. L'affiche institutionnelle, au-delà d'un objet de communication, reste le premier acte de ressenti entre un lieu et le-a passant-e, potentiel public. Il est ici question pour les institutions culturelles de se rapprocher de son public, de créer un lien de proximité avec. Il convient également de ne pas omettre le lieu dans lequel elle prend place. Éduquer le regard. Imaginer des propositions singulières. Écrire dans les marges.

Enfin, rencontrer et écouter des designers graphiques. Les questionner sur leurs relations aux images. Découvrir des points de convergence, mais aussi de divergence dans leurs réponses. Différents positionnements. Ces moments ont été cruciaux et m'ont montré l'importance de rester alerte. Se nourrir des autres pour se nourrir soi-même. Sortir de l'entre-soi de l'école pour prendre en compte l'espace dans lequel j'évolue. Envisager le design graphique à l'extérieur. Produire des formes. Faire des images graphiques pour soi, mais aussi pour d'autres. Trouver le juste milieu.

Maintenant, il ne me reste qu'à investir l'espace public avec mes petits outils de graphiste, et continuer d'aller à la rencontre de faiseur-ses d'images inspiré-es et inspirant-es.

Et toujours, des images occuperont nos villes et nos quotidiens.

- [01] Marcel Häusler @posterinthecity. Sans titre, Paris, 9.08.2020.
- [02] Zoo, Chaillot. Affiche de saison 2022-2023, 2022. Photo: Victor & Arthur Brun.
- [03] Spassky Fischer, T2G. Affiche de saison 2020-2021, 2020.
- [04] Marcel Häusler @posterinthecity. Sans titre, Paris, 25.06.2019. <https://www.instagram.com/p/BzH8VloBw-u/> (téléchargée le 3.01.2024, 15:49).
- [05] Zoo, Chaillot. Affiche de saison 2022-2023 (détail), 2022. Photo: Victor & Arthur Brun.
- [06] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche de saison 2020-2021 (détail), 40×60cm, sérigraphie 2 couleurs, 2020.
- [07] Métro Nation, Paris, 4.01.2024, 17:58.
- [08] Zoo, Chaillot. Affiche de saison 2022-2023, 2022. Photo: Victor & Arthur Brun.
- [09] Métro Nation, Paris, 30.06.2023, 09:41.
- [10] Marcel Häusler @posterinthecity. "I wish to live in greener city. Thx", Paris, 26.08.2019. <https://www.instagram.com/p/B1nIPMahciC/> (téléchargée le 17.12.2023, 14:58).
- [11] Spassky Fischer, T2G. Affiche de saison 2021-2022, 2021.
- [12] Métro Billancourt, Paris, 14.01.2024, 00:03.
- [13] Image d'archives «Travaux de création de la grande salle du Théâtre Nanterre-Amandiers», 1975.
- [14] Vue d'exposition «Grapus», Usine du May, Thiers, 1<sup>er</sup> juillet–17 septembre 2017.
- [15] *ibid.*
- [16] «Le théâtre de la Salamandre s'installe Grand place à Lille», JT FR3 Nord Pas de Calais, INA, 23.01.1982, 01:27 (capture d'écran, 12.01.2023, 14:34).
- [17] Labomatic, Théâtre Nanterre-Amandiers. Affiche du spectacle «Une virée» (détail), 2004.
- [18] Labomatic, Théâtre Nanterre-Amandiers. Affiche de saison 2003-2004, 2003.
- [19] Labomatic, Théâtre Nanterre-Amandiers. Affiche de saison 2004-2005, 2004.
- [20] Labomatic, Théâtre Nanterre-Amandiers. Affiche du spectacle «La vie est un songe» (détail), 2003.
- [21] Labomatic, Théâtre Nanterre-Amandiers. Affiche du spectacle «Un pont», 2003.
- [22] Labomatic, Théâtre Nanterre-Amandiers. Affiche du spectacle «Italienne, Scène et Orchestre», 2004.
- [23] Labomatic, Théâtre Nanterre-Amandiers. Affiche du spectacle «Phèdre», 2008.
- [24] Labomatic, Théâtre Nanterre-Amandiers. Affiche du spectacle «Shadow Time» (détail), 2004.
- [25] M/M (Paris), CDDB-Théâtre de Lorient. Affiche du spectacle «Marion Delorme» (détail), 1998.
- [26] M/M (Paris), CDDB-Théâtre de Lorient. Affiche du spectacle «Les Aventures de Nathalie Nicole Nicole» (détail), 2007.
- [27] M/M (Paris), CDDB-Théâtre de Lorient. Affiche du spectacle «Savannah Bay» (détail), 2002.
- [28] M/M (Paris). *Les affiches du Théâtre de Lorient, 1996–2015*, Lorient: CDDB-Théâtre de Lorient, Centre Dramatique National avec M/M (Paris), 2015, p.7, 19.01.2024, 11:14.
- [29] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. PDF du programme du spectacle 'Im Wald ist man nicht verabredet' (détail), 19×24cm, 2009.
- [30] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. PDF du programme du spectacle 'Rechnitz (Der Würgeengel)' (détail), 19×24cm, 16p., 2009.
- [31] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Affiche du spectacle 'Im Wald ist man nicht verabredet' (détail), 42×59,4cm, 2009.
- [32] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Affiche du spectacle 'Warum läuft Herr R. Amok?' (détail), 42×59,4cm, 2009.
- [33] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Affiche du spectacle 'Triumph der Liebe' (détail), 42×59,4cm, 2009.
- [34] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Charte graphique, 2009.
- [35] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Programme 2009-2010 (détail pages jaunes), 21×29,7cm, 244p. Impression rotative offset 4 couleurs sur papier monocouche, dos carré collé, 2009.
- [36] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Affiche du spectacle 'Maria Stuart' (détail), 42×59,4cm, 2009.
- [37] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Programmes mensuels de la saison 2009-2010 (détail), 19×24cm, couverture affichette pliée/piquée. Impression offset 2 couleurs sur papier bouffant, 2009.
- [38] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Images extraites de la charte graphique, 2009.
- [39] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Affiche de saison 2009-2010, 2009.
- [40] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Affiche de saison 2010-2011, 2010.
- [41] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. PDF du programme du spectacle 'Martin Salander' (détail), 19×24cm, 2009.
- [42] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Affiche du spectacle 'Der Revisor' (détail), 42×59,4cm, 2009.
- [43] Cornel Windlin, Schauspielhaus Zurich. Charte graphique, 2009.
- [44] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche «Le Volcan a 60 ans», 40×60cm, 2020.

- [45] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche «Le Volcan a 60 ans», 40×60cm, 2020.
- [46] «Le centre culturel d'Oscar Niemeyer au Havre», Estivales 94, INA, 04.09.1994, 03:01 (capture d'écran, 14.01.2024, 18:11).
- [47] Image d'archives «Intégration dans les locaux du Théâtre de l'Hôtel de Ville, de la Maison de la culture du Havre», 1967.
- [48] Atelier Poste 4, Le Volcan. Programmes de saison (détail), 16×23cm, 2019-2023.
- [49] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche de saison 2022-2023, 2022.
- [50] Atelier Poste 4, Le Volcan. Programme bimestriel n°2, janvier-février 2023, 30×42,5cm, 2023.
- [51] Atelier Poste 4, Le Volcan. Programme de saison 2023-2024, 11,5×16cm, 2019
- [52] Atelier Poste 4, Le Volcan. Images extraites du PDF de l'appel d'offres, 2019.
- [53] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche de saison 2021-2022, 2021.
- [54] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche de saison 2023-2024, 2023.
- [55] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche «En ville pendant le COVID», 2020.
- [56] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche «En ville pendant le COVID», 2020.
- [57] Atelier Poste 4, Le Volcan. Programme de saison 2020-2021 (détail), 16×23cm, 2020.
- [58] *ibid.*
- [59] Atelier Poste 4, Le Volcan. Affiche de saison 2023-2024, 2023.
- [60] Spassky Fischer, T2G. Image identitaire pour la saison 2023-2024, 2023.
- [61] Spassky Fischer, T2G. Tee-shirt (détail), 2021. (téléchargée le 17.12.2023, 15:15).
- [62] Spassky Fischer, T2G. Site web, 2023 (capture d'écran, 17.12.2023, 19:29).
- [63] Spassky Fischer, T2G. Support de communication pour la saison 2020-2021, 2020.
- [64] T2G. Vue du théâtre de l'intérieur, 2020.
- [65] Spassky Fischer, T2G. Affiche de saison 2021-2022, septembre-décembre (détail), 2021.
- [66] Spassky Fischer, T2G. Image identitaire pour la saison 2023-2024, 2023.
- [67] Spassky Fischer, T2G. Image identitaire pour la saison 2021-2022, 2021.
- [68] Spassky Fischer, T2G. Affiche de saison 2021-2022, septembre-décembre (détail), 2021.
- [69] Spassky Fischer, T2G. Supports de communication pour la saison 2020-2021, 2020.
- [70] Spassky Fischer, T2G. Image identitaire pour la saison 2023-2024, 2023.
- [71] Spassky Fischer, T2G. Image identitaire pour la saison 2023-2024, 2023.
- [72] Spassky Fischer, T2G. Supports de communication pour la saison 2020-2021, 2020.
- [73] Spassky Fischer, T2G. Affiche de saison 2021-2022, septembre-décembre, 2021.
- [74] Zoo, Chaillot. Signalétique. Photo: Victor & Arthur Brun, 2022.
- [75] Zoo, Chaillot. Supports de communication pour la saison 2022-2023 (détail), 14,5×21cm, 2022. Scan.
- [76] Zoo, Chaillot. Image vernaculaire issue de la charte graphique de Chaillot, 2022.
- [77] Zoo, Chaillot. Image de campagne pour la saison 2022-2023, 2022.
- [78] Zoo, Chaillot. Affiche de saison 2023-2024, 2023. Photo: Victor & Arthur Brun.
- [79] Zoo, Chaillot. Image de campagne pour la saison 2022-2023, Kenny Duncan / Galerie Les filles du calvaire, 2022.
- [80] Zoo, Chaillot. Support de communication pour la saison 2022-2023 (détail), 14,5×21cm, 2022. Scan.
- [81] Zoo, Chaillot. Image de campagne pour la saison 2022-2023, 2023.
- [82] Zoo, Chaillot. Support de communication pour la saison 2022-2023 (détail), 14,5×21cm, 2022.
- [83] *ibid.*
- [84] Zoo, Chaillot. Affiche de saison 2022-2023, 2022. Photo: Victor & Arthur Brun.
- [85] Zoo, Chaillot. Affiche de saison 2022-2023 (détail), 2022.
- [86] Zoo, Chaillot. Supports de communication pour la saison 2022-2023 (détail), 14,5×21cm, 2022.
- [87] Zoo, Chaillot. Programme de saison 2023-2024 (détail), 2022.
- [88] Métro Nation, Paris, 30 juin 2023, 09:39.
- [89] Marcel Häusler @posterinthecity. Sans titre, Paris, 17.09.2020.



## LIVRES

Augustinyak, Mathias. «Un concours d'affiches n'est pas un concours hippique» in *Catalogue du 22<sup>e</sup> Festival international de l'affiche et du graphisme de Chaumont*, Paris: Pyramyd, 2011.

Béjean, Pascal; Ledoux, Nicolas (dir.). *En jaune et noir. 8 saisons. Théâtre Nanterre-Amandiers*, Paris: Pyramyd, 2010.

Berger, John. *Voir le voir* [1972], trad. de l'anglais par Monique Triomphe, Paris: B42, 2014.

Bernard, Pierre. *Mon travail ce n'est pas mon travail. Design pour le domaine public*, Baden: Lars Müller Publishers, 2007.

Debat, Michelle. *L'impossible image. Photographie, danse, chorégraphie*, Bruxelles: La lettre volée Collection Essais, 2009.

Debord, Guy. *La société du spectacle* [1967], Paris: Gallimard, coll. Folio, 1996.

King, Emily (dir.). *M/M (Paris) de M à M, Paris*: Éditions de La Martinière, 2012.

M/M (Paris). *Les affiches du Théâtre de Lorient, 1996–2015*, Lorient: CDDB–Théâtre de Lorient, Centre Dramatique National avec M/M (Paris), 2015.

W.J.T. Mitchell. *Que veulent les images? Une critique de la culture visuelle*, trad. de l'anglais par Maxime Boidy, Nicolas Cilins et Stéphane Roth, Dijon: Les presses du réel, 2014.

## REVUES

Chancogne, Thierry; Hervy, Étienne. «Une identité de théâtre: le Schauspielhaus par Cornel Windlin», in *Revue Faire*, n°24, Paris: Éditions Empire, 23 septembre 2020.

Hervy, Étienne. «Une série d'affiches: CDDB Théâtre de Lorient par M/M (Paris)», in *Revue Faire*, n°14, Paris: Éditions Empire, 03 juillet 2018.

## ARTICLES

Hollis, Richard. «Cornel Windlin: le designer graphique en tant qu'artiste?» in *Back Cover*, n°5, Paris: B42, 2012.

Malte, Martin. «Le design graphique: projet global ou réserve indienne?», 2012, [en ligne]. Disponible sur: [https://ecouter-pour-voir.net/docs/DuPublic\\_2012.pdf](https://ecouter-pour-voir.net/docs/DuPublic_2012.pdf)

Perrottet, Vincent. «Partager le regard», 2013, [en ligne]. Disponible sur: <https://vincent-perrottet.com/PARTAGERLEREGARDOK.pdf>

Philizot, Vivien. «Graphisme et transgression. Citation et détournement dans les codes visuels du design graphique contemporain» in *Signes Discours Sociétés*, n°2, janvier 2009, [en ligne]. Disponible sur: [http://vivienphilizot.com/wp-content/articles/Vivien\\_Philizot\\_RevueSignes\\_Graphisme\\_et\\_transgression.pdf](http://vivienphilizot.com/wp-content/articles/Vivien_Philizot_RevueSignes_Graphisme_et_transgression.pdf)

Philizot, Vivien. «When is graphic design? Quelques remarques nominalistes sur la définition d'une discipline», Tombolo, 2014 [en ligne]. Disponible sur: <https://core.ac.uk/download/pdf/227316556.pdf>

Rouffineau, Gilles. «Soit un(e) X conceptuel(le). Si X= graphisme, alors...», in *Initiales*, n°1: Initiales G.M., Dijon: Les presses du réel, 2013, p.109-114. Disponible sur: <http://problemata.org/fr/articles/811>

## CONFÉRENCES

Chouzenoux, Erwan; Grétilat, Claude. «Conférence avec l'Atelier Poste 4», Le Fitz, Le Volcan, 8 mars 2022.

Détré, Natacha. «Les "relecteurs d'images": une pratique contemporaine de collecte, d'association et de diffusion d'images photographiques», conférence donnée dans le cadre de la journée d'étude L'image empruntée: l'artiste comme éditeur, Université Toulouse le Mirail–Toulouse II, 24 janvier 2013. Disponible sur: <https://www.canal-u.tv/chaines/universite-toulouse-jean-jaures/images-empruntees-l-artiste-comme-editeur/les-relecteurs-d>

Dupeyrat, Jérôme. «Emprunts et remédiation», conférence donnée dans le cadre de la journée d'étude L'image empruntée: l'artiste comme éditeur, Université Toulouse le Mirail–Toulouse II, 24 janvier 2013. Disponible sur: <https://www.canal-u.tv/chaines/ut2i/images-empruntees-l-artiste-comme-editeur/emprunts-et-remediation-jerome-dupeyrat>

Labomatic, «Labomatic et le Théâtre Nanterre–Amandiers», conférence donnée au MAD (Musée des Arts Décoratifs de Paris), 7 octobre 2010. Disponible sur: <https://www.youtube.com/watch?v=tFEFQfODen0>

## SITES

John L. Walters. "We want fresh bread. Prizes for Yasuda, Schraivogel, Windlin, etc. at Brno Biennial 2010", in *Eye Magazine*, 23 juin 2010 [en ligne]. Disponible sur: <https://www.eyemagazine.com/blog/post/we-want-fresh-bread>

eMuseum, "Cornel Windlin". Disponible sur: <https://www.emuseum.ch/people/6925/cornel-windlin/objects/images?filter=peopleFilter%3A31287&page=1>

Zoo, designers graphiques. Disponible sur: <http://www.z-o-o.fr/works/chaillot-theatre-national-de-la-danse/>

Tous les liens ont été consultés le 16.01.2024.

Espace Image Public

Mémoire réalisé pour l'obtention du DNSEP  
mention Design graphique et interactivité  
Parcours Design et Éditions

ESADHaR

École Supérieure d'Art et de Design  
65, rue Demidoff  
76600 Le Havre

Écriture et conception graphique  
Eulalie Aries

Typographie

Neue Haas Grotesk Display  
par Christian Schwartz, 2011

Imprimé à l'ESADHaR en janvier 2024

Soutenance le 18 mars 2024,  
en présence de Sabine Bouckaert

Espace Image Public

Eulalie Aries

2023–2024

Merci à Vanina Pinter pour son dévouement, ses mots justes, encourageants et toujours bienveillants, Yann Owens pour ses relectures, Alain Rodriguez pour son regard avisé et ses précieux conseils de mise en page.

Merci aux designers graphiques qui ont pris le temps d'échanger sur leurs pratiques, Hugo Anglade et Thomas Petitjean (Spassky Fischer), Erwan Chouzenoux (Atelier Poste 4) et Baptiste de l'Espinay (Zoo). Merci aux images qu'ils produisent et qui m'inspirent au quotidien.

Merci à Marlène Daniel (Chaillot), ainsi que Benjamin Fouet (Le Volcan) et Adrian Jacobi (Schauspielhaus) pour leur réactivité et leur aide dans la collecte de supports de communication.

Merci à Rémi et Sarah Salomé de faire partie de mon quotidien, de partager mes doutes et mes joies, Maéva pour son soutien et optimisme à toute épreuve, Laure d'être toujours présente malgré la distance géographique, Maxime pour sa relecture presque assidue.

[89]

