

**Le festival comme médium de
démocratisation du design graphique
ou faire communauté à l'heure
de la digitalisation de l'événementiel**

 Festival |  Exposition |  Conférence

Introduction **7**

Chaumont, gardien du design graphique international **11**

Les collections de design graphique, les prémices de musée et de festival	12
L'évolution du festival au travers de ces directeur·rice·s	18
Les catalogues	28

Les différents composants d'un festival **47**

Expositions, conférences, workshops, ateliers, concours ; les événements culturels	48
S'installer dans la ville	56
Des identités graphiques fortes et reconnaissables	72
Le jury, sélection des affiches et scénographie d'exposition	82
Une collection d'affiches contemporaine	92

Une adaptation des institutions culturelles face à la crise sanitaire **95**

Professionnel ou culturel, fêter le graphisme	96
Les événements culturels filmés	98
De GDFS à INTL, du national à l'international	112
INTL, Festival distancié, rapproché malgré la distance par les réseaux sociaux	116

Conclusion	121
Annexes	125
Entretiens avec Vincent Perrottet	126
Index des festivals de design graphique cités	140
Bibliographie	143
Remerciements & colophon	151

Introduction

Le design graphique est une pratique peu valorisée en France. Dans l'espace urbain quotidien, elle est confrontée à la publicité, qui part ses sujets et ses mécaniques quantitatives, entame la force des signes. Pour que cette pratique acquiert une reconnaissance et une légitimation, elle a besoin d'une structure permanente pour se manifester dans sa spécificité et ses singularités, pour réfléchir et se ressourcer. Des communes et des institutions ont hérité de collections d'affiches anciennes, permettant l'élaboration de projets et d'événements culturels afin de considérer la diversité de ces formes léguées. C'est ainsi que sont nés les festivals de design graphique, qui se déroulent régulièrement dans des lieux bien précis. Ce sont des événements, des moments de retrouvailles pour cette communauté autour du partage et de la réflexion. Ils organisent des expositions présentant le travail de créateur·rice·s ou de mouvements importants en les inscrivant dans le temps. Ces manifestations regroupent sous forme de dons, des productions contemporaines pour les confronter lors de compétitions internationales.

Ce sujet a commencé à m'intéresser lors de ma deuxième année d'étude, grâce à l'élaboration d'un projet consistant à créer un calendrier annuel des événements culturels périodiques, que ce soient des festivals de graphisme, de typographie et d'illustration, des conférences et des expositions. Durant mes recherches à la documentation de l'ÉSAD d'Amiens, j'ai trouvé des documents relatifs aux festivals de Fontenay-sous-Bois, le Salon de l'éphémère et Graphisme dans la rue, des manifestations qui n'existent plus aujourd'hui. Je me suis demandé ce qu'est un festival, ce qu'il devenait après sa disparition et les traces qu'il laisse. Ces questionnements m'ont amené à réaliser un premier mémoire lors de ma troisième année.

Ce sujet est un prolongement des travaux de Caroll Maréchal et de Clémence Imbert qui ont travaillé distinctement sur les collections et les expositions de design graphique. Participer et vivre un festival en tant que spectateur, est une manière de réaliser une enquête de terrain.

Il a été aussi crucial de réaliser des entretiens afin d'acquérir suffisamment de connaissances et d'expérience. Ainsi, j'ai pu rencontrer Vincent Perrottet pour son expérience de directeur de festival ; Suzanne Schroeder qui est chargée du public du festival de Chaumont ; Manon Bruet en tant qu'auteure de l'article « The conference : a format » et Romain Oudin pour son émission sur la typographie *Open Type*.

Ce mémoire s'articule autour de trois parties, explorant des exemples concrets d'expositions, de conférences, de concours et d'événements pour comprendre le rôle du festival dans la démocratisation du design graphique. Dans un premier temps, nous étudierons la création des festivals dans l'histoire du graphisme, et l'évolution du Festival International de l'Affiche et du Graphisme de Chaumont suivant les actions des directions successives. Ensuite, nous décortiquerons ses événements, pour mieux comprendre son fonctionnement, son influence dans la communauté professionnelle et son impact culturel local. Finalement, nous observerons l'adaptation des événements culturels face à la crise sanitaire, notamment par la mise en ligne des manifestations.

**Chaumont,
gardien du design
graphique international**

Les collections de design graphique, les prémices de musée et de festival

Aujourd'hui, les festivals de design graphique sont divers et nombreux, allant de la petite manifestation municipale et associative à l'événement organisé par des institutions culturelles. On en compte plus d'une soixantaine dans le monde. Les premiers festivals de graphisme ont émergé grâce aux collections.

🌿 *Biennale Internationale de l'Affiche*. Varsovie, École des Beaux-Arts de Varsovie. 1966 – aujourd'hui.

1. Bruno Koper.
La Biennale Internationale de l'Affiche de Varsovie. n° 11, Signes, Juin 1994. p.35-42, ici p.36-38.
2. Jan Lenica.
L'école polonaise de l'affiche. n° 88, Graphis, mars 1960. p.136-143, ici p.141-142.
3. Mariusz Knorowski.
About the Museum, Poster Museum. www.postermuseum.pl/omuzeum/.

La biennale internationale de Varsovie 🌿 est créée en 1966¹ pendant la période de « l'école polonaise »². C'est le premier festival de design graphique [fig. 01] accompagné du premier Musée de l'affiche [fig. 02]. La nécessité de conserver et exposer l'histoire de la pratique devient primordiale. Une communauté internationale se forme autour de ce festival et devient un lieu de création et d'inspiration. De nombreux-se graphistes connu-e-s s'y sont forgés une culture graphique comme le collectif Grapus. Il a fallu deux années pour inventer les structures d'organisation, imaginer les phases de déroulement de la manifestation, mettre en place des principes de conservation et des règles d'inventaire et de documentation avec l'aide du musée Stedelijk d'Amsterdam, déjà expert sur les sujets de conservation³.

C'est seulement dans les années 1990 en France qu'un événement, s'inspirant de ce modèle, voit le jour. Le premier Festival international de l'affiche et du graphisme français est organisé par la ville de Chaumont et Alain Weill. Ce projet est en réflexion depuis le début des années 80, quand le don de Gustave Dutailly (1847–1906), composé de 5000 affiches anciennes et d'une bibliothèque de 3500 volumes léguées en 1905, est redécouvert par les nouveaux agent-e-s communaux. La ville demande à l'équipe de conservation de l'UCAD (Union Centrale des Arts Décoratifs) appelée plus tard le Musée des Arts Décoratifs, d'expertiser le fonds.

4. Musée des Arts Décoratifs.
Du mur au musée. Naissance d'un musée de l'affiche et d'un musée de la publicité à travers leurs archives.
madparis.fr—du mur au musée: naissance d'un musée de l'affiche.

5. Johanna Daniel.
1886-1896 : l'Affichomanie. Parcours sur Gallica autour des premiers collectionneurs d'affiches, Orion en aéroplane.
peccadille.net/2013/07/04/affichomanie/.

¶ Alain Weill, & Romain Lacroix.
3 avril 2015.
La collection d'Alain Weill. Parole au graphisme, Centre Pompidou à Paris.
www.centrepompidou.fr/fr/ressources/media/kibP9cx.

⊕ *L'Image des Mots.*
Paris, Centre de Création Industrielle.
11 sept. – 4 nov. 1985.

⊕ *Images d'Utilité Publique.*
Paris, Centre de Création Industrielle.
3 février – 28 mars 1988.

6. *Musée de la Publicité.*
In Wikipédia.
26 septembre 2021.

🍷 *Festival International de l'Affiche et du Graphisme.*
Chaumont. 1990 – 2015.

🍷 *Le Mois du Graphisme.*
Échirolles, Centre du Graphisme.
1990 – aujourd'hui.

Cette équipe est constituée de François Mathey conservateur en chef du Musée et directeur du Centre de Création Industrielle et d'Alain Weill, directeur et conservateur du musée de l'Affiche [fig. 03]. S'ils interviennent auprès de la ville de Chaumont, c'est parce qu'ils ont étudié et inventorisé le don Pochet légué en 1901⁴. Le lien entre ces deux legs d'affiches est qu'elles ont été collectionnées durant l'âge d'or de ce médium, « l'Affichomanie »⁵ [fig. 04]. La restauration et l'inventaire du legs Dutailly au début des années 1980 incitent la ville de Chaumont à entreprendre un projet culturel autour de sa valorisation, d'une part et de l'enrichissement de la collection, d'autre part. Le festival de l'affiche prend forme en 1990. *Les Premières Rencontres internationales d'Arts graphiques* sont ainsi inaugurées par Alain Weill, ancien conservateur du Musée de l'Affiche (jusqu'en 1983), devenu délégué général du festival ¶.

Les années 1990 voient un essoufflement des lieux démocratisant le design graphique. Deux expositions majeures du médium ont lieu au Centre de Création Industrielle (CCI), l'un des départements du Centre Georges Pompidou. *L'Image des mots* ⊕ [fig. 05 – 06] et *Images d'Utilité Publique* ⊕ [fig. 07 – 08]. Elles se déroulent quelques années avant la fusion du CCI avec le Musée National d'Art Moderne. À cette même période a lieu la conversion du Musée de l'Affiche en Musée de la Publicité⁶.

Ces deux événements réduisent la place du design graphique au sein de la capitale. Heureusement, une décentralisation de la culture vers la province prend forme, par la création du *festival international d'arts graphiques* 🍷 et *Le Mois du Graphisme* 🍷. Ces deux événements importants ont permis la création de structures démocratisant le design graphique et apporté une dimension événementielle, permettant l'inclusion d'une communauté internationale à sa pratique.

La collection et les collectionneur·euse·s ont permis la création de festival. C'est un phénomène ancré dans une période spécifique du design graphique, où les collections sont redécouvertes, conservées et étudiées. Des structures sont conçues pour les entretenir, comme des centres d'étude,

- Lahti Poster Triennial.*
 Lahti, Lahti Poster Museum.
 1985 – Aujourd'hui.

- Bienal Internacional del Cartel en México.* México.
 1990 – Aujourd'hui.

- &NowEast Poster Festival.*
 Bucharest, Point Art Hub.
 2021 – Aujourd'hui.

des bibliothèques..., attirant une communauté et un public spécifique. Le format du festival permet une autre dimension que l'exposition intégrant plusieurs concepts comme celui de la communauté, la temporalité et la profession/culture. Il en existe plusieurs suivant le modèle de Varsovie, Lathi  et Mexico . Ce n'est pas le seul exemple, il existe d'autres festivals construits autour de la valorisation d'une communauté et de son territoire comme le *AndNowEast Poster Festival* . Il permet la rencontre entre les professionnels du graphisme d'Europe de l'Est et expose leurs différentes productions.



[fig. 01]
 Muzeum Plakate, Photographie,
 Exposition des œuvres des lauréats
 de la 1^{ère} Biennale internationale, Varsovie, 1968.



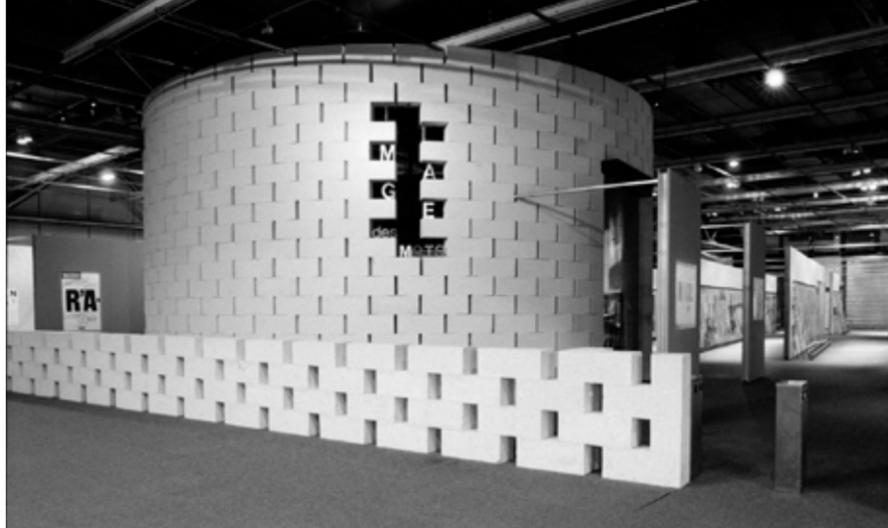
[fig. 02]
 Muzeum Plakate, photographie,
Ouverture du Musée de l’Affiche,
 Varsovie, 1968.



[fig. 03]
 Raymond Savignac,
 affiche, *Musée de l’Affiche.*
 18 rue de Paradis - Paris X^e, 1978.



[fig. 04]
 Anonyme, affiche,
L’affichomanie,
 Musée des Arts Décoratifs, 1980.



[fig. 05]

Jean-Claude Planchet,
photographie, *Images des mots*,
Centre de Création Industrielle,
Paris, 1985.



[fig. 06]

Jean-Claude Planchet,
photographie, *Images des mots*,
Centre de Création Industrielle,
Paris, 1985.



[fig. 07]
Eustache Kossakowski,
photographie, *Images d'Utilités publique*,
Centre de Création Industrielle,
Paris, 1988.



[fig. 08]
Eustache Kossakowski,
photographie, *Images d'Utilités publique*,
Centre de Création Industrielle,
Paris, 1988.

L'évolution du festival au travers de ces directeur·rice·s

Le festival de Chaumont est une manifestation annuelle, axé autour d'un concours international qui regroupe environ 1500 affiches en provenance d'une quarantaine de pays. L'événement compte aujourd'hui 29 éditions depuis 1990. Il a connu de nombreuses mutations, d'une forme annuelle à la biennale, d'un concours d'affiches thématique à un critère autour de la commande, etc. Différents directeur·rice·s artistiques se sont succédé afin d'apporter leur vision du design graphique au festival. La direction du festival est inaugurée par Alain Weill (1990–2001), suivi par Pierre Bernard, Alex Jordan et Vincent Perrottet (2002–2009), ensuite d'Étienne Hervy (2010–2015) puis actuellement Jean-Michel Gériidan (2018–).

7. Michel Wlassikoff.
Longue vie à la Maison livre et de l'affiche, n° 11, Signes, juin 1994.

Les directeur·rice·s et leurs équipes ont de nombreuses missions : établir la politique du festival, inviter les participant·e·s et s'occuper de l'organisation qui en découle, choisir les membres du jury du concours, assurer la gestion de la programmation annuelle et festivalière..., iels travaillent aussi avec la commune, la région et le ministère afin de mettre en place des projets à l'échelle locale. Par exemple, la ville inaugure en 1994 la Maison de l'Affiche et du Livre dit « Les Silos » [fig. 09]. Elle est à la fois une médiathèque dynamique, qui anime le territoire par une programmation culturelle annuelle et un centre d'arts graphiques, qui conserve et expose les créations d'artistes du monde entier, que ce soit dans le cadre du festival ou hors du festival⁷. Outre les collections courantes d'une médiathèque de service public, les silos conservent le fonds ancien et la collection d'affiches et d'objets graphiques.

Les premières éditions du festival d'affiches sont dirigées par Alain Weill, en tant que délégué général, jusqu'en 2001. Il a été précédemment conservateur au Musée des Arts Décoratifs et directeur du musée de l'Affiche de Paris.

¶ Alain Weill & Romain Lacroix.
(2015, 3 avril).
op. cit., ici 1 min 58 sec

8. Michel Wlassikoff.
« Abécédaire du festival ».
In *Chaumont, images
du monde, monde des
images / 13^e Festival d'affiches
de Chaumont*, p. 248.
Chaumont : Association du
festival d'affiches,
2002, ici p. 8.

9. Michel Wlassikoff.
*Revue graphique
à Chaumont*,
Signes, 1997.

Ainsi, il est familiarisé à la création d'expositions, il est un « chasseur-cueilleur » ¶ de belles images qu'elles soient publicitaires ou artistiques et il est historien du design graphique. Il imagine un festival annuel fonctionnant par thématique. Les thèmes abordés étaient « Théâtre, danse, opéra » (1990), « Cinéma » (1991), « Environnement » (1992), « Jazz, pop, rock » (1993), « Affiches d'expositions » (1994), « Affiches politiques et sociales » (1995), « Arts de la scène » (1996), « Jeux de lettres » (1997), « La photo/graphie » (1998), « Musiques » (1999), « l'engagement politique et social » (2000) et « Qui commande ? » (2001)⁸. Ce fonctionnement avait la particularité de mettre en avant différents domaines du graphisme.

À chaque édition, une affiche était créée par une ou un graphiste reconnu·e en fonction du thème retenu. La manifestation était composée d'expositions des sélections du concours international et du concours *Étudiants, tous à Chaumont !* créé en 1994 par Manuel Delannoy, étudiant à l'École Supérieure d'Art et de Design d'Amiens⁹. Outre les concours, des expositions étaient organisées pour présenter des œuvres anciennes autour du fonds Dutailly et du thème annuel, ainsi que des travaux de graphistes contemporains. La manifestation prend place dans la ville, dans les rues et dans les bâtiments municipaux faisant office de lieux d'expositions, comme la Chapelle des Jésuites [fig. 10] ou des entrepôts abandonnés achetés par la ville [fig. 11].

En 2002, Alain Weill laisse sa place de directeur artistique à trois graphistes, Pierre Bernard, Alex Jordan et Vincent Perrotet. Cette nouvelle direction prend place dans un contexte mondial et géopolitique compliqué, à la suite des événements du 11 septembre 2001, qui a bouleversé le monde entier. C'est une période de transition dans le monde du graphisme à la suite de la mutation des outils et à l'effervescence des images publicitaires. Elle remet principalement en question la place de l'auteur face aux outils numériques et la monopolisation de l'espace urbain par le monde du marketing.

« Dans la période actuelle, avec la difficulté du graphisme à se faire reconnaître, l'excellence, c'est-à-dire le travail le plus artistique est une manière de personnaliser et de distinguer les sujets d'importances. La fonction des formes graphiques est autre que simplement belle, elles portent une relation prometteuse pour le public. [...] Pour l'avenir, il est souhaitable de ne pas confondre le graphisme avec une pratique artisanale en déclin. C'est avant tout la pratique du signe. Dans son déploiement, le festival doit porter le graphisme comme la marque d'une société tout entière. Son importance culturelle ne peut pas être sous-estimée. Il est le contraire de l'abrutissement de masse médiatique qu'on nous fait subir. [...] La publicité, par ses sujets et ses mécaniques quantitatifs, a entamé la force des signes. Ils sont un élément fondamental pour aller vers une culture humaniste. »¹⁰

10. Pierre Bernard, Alex Jordan et Vincent Perrottet. *Pour une qualité du regard*. In Chaumont, Pyramid. p. 274. Paris, 2009.
11. Jean-François Millier. *Graphisme en chantier*. In Chaumont, par 17^e Festival international de l'affiche et des arts graphiques de Chaumont, Pyramid. Paris, 2006.

Cette direction avait pour objectif de répondre à tous ces questionnements, proposant ainsi un plan d'évolution du festival autour de quatre axes principaux : présenter la réalité contemporaine du graphisme en confrontant les pratiques des ateliers et studios français aux travaux des graphistes internationaux et ouvrir les portes des expositions aux nouvelles générations, quelques soient les formes et supports de création. En second point, restituer la dimension historique du graphisme à travers une exposition monographique annuelle dédiée à une/un créateur·rice. Troisièmement, renforcer la place du support de l'affiche en développant les relations avec les écoles françaises et européennes à l'occasion d'un concours étudiant et des workshops. Il était aussi nécessaire de renforcer le concours international et de favoriser la relecture du fonds d'affiches anciennes par des graphistes d'aujourd'hui. En dernier point, faire de Chaumont une plateforme nationale et internationale de rencontre des professionnel·le·s, des étudiant·e·s, des enseignant·e·s et d'un public toujours plus nombreux, curieux et exigeant¹¹. Le design graphique manque de reconnaissance et de légitimation, il ne dispose d'aucune structure permanente ni en France ni en Europe pour se manifester dans sa spécificité et ses singularités, pour se réfléchir et se ressourcer.

12. Musée des Arts Décoratifs, op. cit., madparis.fr—du mur au musée : naissance d'un musée de l'affiche.

Pour cette raison, la ville de Chaumont et son festival ont réfléchi, dès les années 2000, à la création d'un centre permanent dédié au graphisme, un pôle national et européen. C'est en quelque sorte une réponse au souhait de Roger Marx qui demandait déjà en 1898 la création d'un musée de l'Affiche¹². Ce projet, qui voit le jour seulement en 2015, à trois objectifs, conserver et mettre à disposition du public le fonds ancien et la collection contemporaine, procurer aux professionnels un outil de création, de diffusion, de formation et de recherche en phase avec les nouveaux besoins d'un secteur en pleine expansion, créer un espace citoyen de réflexion et de débat sur les signifiants qui nous cernent quotidiennement. Cet espace aura une programmation annuelle.

En 2010, Pierre Bernard, Alex Jordan et Vincent Perrotet laissent leur place à une personnalité déjà active au sein du festival, notamment par certains écrits introductifs dans des catalogues comme celui de 2005, Étienne Hervy, ancien journaliste et rédacteur en chef de la revue *Étapes*. Au cours de cette expérience, il a pu traiter des sujets tels que des visites d'atelier, des portraits, des entretiens, des comptes-rendus de concours, des signalétiques, des revues critiques..., ce qui lui apporte de nombreux contacts avec les acteur·rice·s du design graphique en France et à l'international. Il est mandaté pour s'occuper de la direction du festival et chargé de la préfiguration du Centre International du Graphisme (CIG).

Étienne Hervy et son équipe ont apporté des changements, transformant les catalogues en livres de designer·euse·s auteur·rice·s. Les contacts établis par le festival avec les écoles pour le concours *Étudiant, tous à Chaumont!* ont permis au pôle graphisme de centraliser les mémoires de fin de diplôme avec pour objectifs de les rendre consultable par les étudiant·e·s. L'un des principaux objectifs de cette équipe est de préparer l'arrivée du CIG. Il a fallu trouver des financements du projet, que ce soit lors d'entretiens avec le ministère de la Culture ou avec la DRAC (Direction Générale des Affaires Culturelles), pour qu'ils s'intéressent au projet. Étienne Hervy quitte ses fonctions de directeur en décembre 2015.

13. [GRAPHIC DESIGN] Opening:
Le Signe - Centre National
du Graphisme à Chaumont.
www.culture.gouv.fr/
Regions/Drac-Grand-Est/
actu/an/2016/GRAPHISME-
Ouverture-Le-Signe-Centre-
national-du-Graphisme-a-
Chaumont.

A partir de juillet 2016, Hélène Charbonnier succède Hervy pour la direction du festival. Elle a précédemment fait une formation en sémiologie et communication puis elle a créé le service des éditions des musées de la ville de Strasbourg. Elle devient ensuite secrétaire générale de la Commission de Liaison Interprofessionnelle du Livre (CLIL) pour ensuite faire des formations de gestion publique et financière. Ce parcours amène Hélène Charbonnier à la direction du Signe et du festival. Elle a pour mission de soutenir la conception graphique, de mettre en place un pôle de formation de haut niveau, de participer au développement économique et culturel local, de jouer un rôle national et international en design graphique et intégrer et poursuivre les missions du Festival International de l’Affiche et du Design Graphique¹³. Avec le soutien de Vincent Perrottet, ils inaugurent la biennale de 2017 et l’édition du catalogue d’affiches.

- 00 La Collection. Chaumont,
Le Signe, Centre Nationale
du Graphisme.
8 octobre 2016 – 8 janvier 2017.

La mairie de Chaumont demande à Vincent Perrottet de s’occuper du lancement du CIG, renommé Le Signe [fig. 12]. Un projet culturel est écrit afin de réfléchir à l’économie de ce lieu, définir combien de postes créer et combien de dépenses engager pour son fonctionnement. Perrottet était chargé de préparer et d’ouvrir en octobre 2016 une exposition inaugurale des collections d’affiches anciennes et contemporaines dans les 1000 m² d’espace d’exposition, réalisée avec Jean Schneider et Éric Aubert 00 [fig. 13 – 14]. Il a réalisé une identité visuelle provisoire du Centre, pour pouvoir accueillir et organiser l’édition de 2017, c’est sa troisième et dernière mission qui lui a été demandée. Le festival prend la forme d’une biennale puisqu’il était trop compliqué de garder un rythme annuel tout en suivant la programmation culturelle du Signe.

Jean-Michel Géridan prend ses fonctions en 2018. Il lance la collaboration entre Le Signe et Mathias Schweizer pour la réalisation de l’identité visuelle du Centre, tout en menant un projet d’élaboration de plateforme numérique mise en place avant la biennale de 2019. Avec Virginie Vignon, la responsable de la collection, ils enclenchent le traitement de l’histoire de Chaumont et sa collection en les numérisant sur la plateforme.

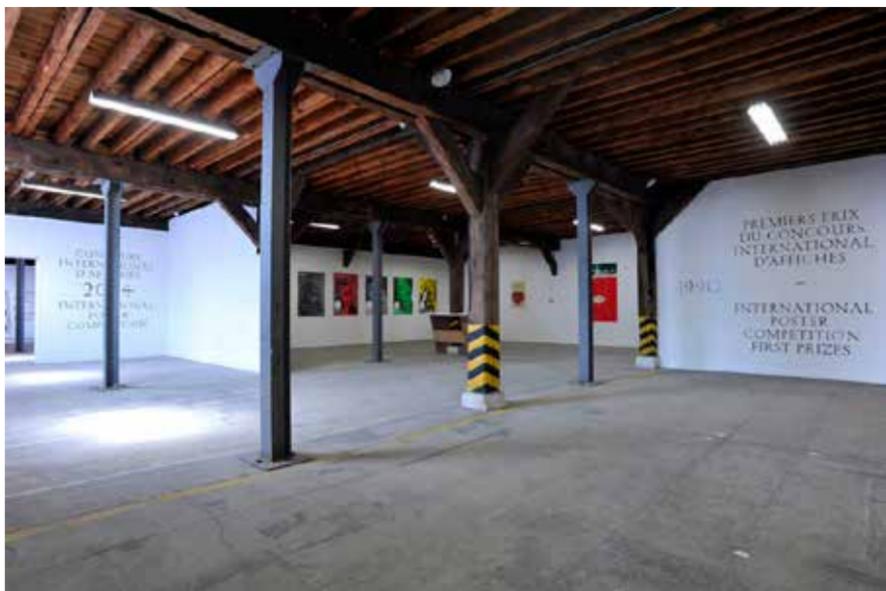
Il cherche des partenariats culturels européens avec d'autres institutions et festival, mais il doit faire face à partir du début de l'année 2019 à la crise sanitaire. Cette crise apporte des complications de gestion, mais est aussi une occasion au festival de développer des outils numériques.



[fig. 09]
Benjamin Prestat,
photographie, *Les Silos*,
maison du livre et de l'affiche,
Chaumont, 2007.



[fig. 10]
Metahaven,
installation, *Nomadic Chess*,
La Chapelle des Jésuites,
Chaumont, 2013.



[fig. 11]
Jerome Chabanne,
exposition, *Concours Internationale
d'Affiches*, Chaumont, 2014.



[fig. 12]
Michel Denance,
photographie, *Le Signe*, Centre National
du Graphisme, Chaumont, 2016.



[fig. 13]
Centre National du Graphisme,
exposition, *La collection*,
Le Signe, Chaumont, 2016.



[fig. 14]
Centre National du Graphisme,
exposition, *La collection*,
Le Signe, Chaumont, 2016.

Les catalogues

14. Graphic Design Festival of Scotland. *International Poster Book*. James Gilchrist., 2019.

📖 *Graphic Design Festival of Scotland*, Glasgow, 2014 – Aujourd'hui.

15. Ville de Chaumont. *Exposons affichons*. Vol. 5. Paris : Somogy Édition d'art, 1994.

Aujourd'hui, les festivals cherchent à déplacer l'objet du catalogue vers une nouvelle forme, tout en gardant l'édition papier. Le catalogue rassemble d'abord les créations présentées au sein du festival. Il est fréquemment utilisé comme un livre de références mettant en avant les affiches des concours internationaux et des tendances graphiques. Les affiches sélectionnées lors de ces concours sont mises en page aux formats des supports d'origine, proportionnellement réduits. Elles sont souvent présentées en pleine page, le livre devient alors un espace propice à la contemplation. Par exemple, le catalogue¹⁴ de 2019 du *Graphic Design Festival Scotland* 📖 est un grand format (20 x 27,5 cm). Le visuel placé sur la couverture est un paysage paradisiaque [fig. 15], faisant référence à l'identité visuelle du festival, on peut hésiter entre un sentiment d'apaisement ou une touche humoristique. À l'intérieur du livre, les images pleines pages sont accompagnées d'une description avec le nom de l'auteur, sa nationalité, le nom du projet, sa date de création et un lien vers son portfolio. Les informations sont en petite taille pour mettre en avant les images. [fig. 16] Ce catalogue présente les vainqueurs du concours et les questionne sur leur posture de designer graphique. En outre, il est assez original et accessible, valorisant le graphisme expérimental contemporain.

Cette vision du catalogue comme espace d'inspiration graphique est assez ancienne. Dès les premières éditions du festival de Chaumont, les ouvrages étaient conçus de cette manière. Il y avait une ambition de montrer toutes les œuvres exposées. Dans l'ouvrage *Exposons affichons*¹⁵ de 1994, chaque partie du livre représente une exposition différente, accompagnée d'un texte d'introduction qui les contextualise. Les visuels d'affiches sont composés en groupe et proposent une lecture similaire à celle de l'exposition. Les images se confrontent par leur nombre et leur mise en page dynamique.

Alain Weill a pris le parti de réaliser des catalogues qui ressemblent plus à des livres d'art que des livres de graphisme, par une mise en page minimale avec aucun signe graphique. Tous les livres édités durant sa direction ont le même format et ainsi forment une série.

16. 16^e Festival international de l'affiche et des arts graphiques de Chaumont. *Chaumont 2005*. Pyramyd, 2005.
17. Kopsa, Maxine. « Werkplaats Typografie, Dutch Resource ». In *Chaumont 2005*, pp. 78-105, 199. Paris : Pyramyd, 2005.
18. Gériidan, Jean-Michel, et Collectif. *VIRAL - Biennale internationale de design graphique de Chaumont*. Chaumont : Le Signe, Centre National du Graphisme, 2021.

Dans cette idée de catalogue qu'on identifie par le format, la direction qui a suivi Alain Weill en 2002, composé de Pierre Bernard, Alex Jordan et Vincent Perrottet, a gardé un format unique. Ils ont apporté une forte touche graphique et expérimentale. Le simple catalogue d'affiches devient un réel catalogue de graphiste avec une identité forte et différente pour chaque édition. Par exemple, le catalogue de 2005¹⁶ devient un espace d'expérimentation typographique incorporant les travaux présentés. Alors que le texte général du catalogue est composé avec une typographie à empattement, une seule partie du livre est composée avec une autre typographie. C'est dans le chapitre *Werkplaats Typografie, Dutch Resource*¹⁷ qu'une typographie constituée de formes rectilignes est utilisée. Ce choix fait référence à la scénographie de l'exposition réalisée par l'école néerlandaise et les graphistes représentatifs des Pays-Bas, comme Irma Boom ou Experimental Jetset. D'autres expérimentations graphiques font office de titrage sur les pages de parties, qui superposent des images des différents lieux où ont eu lieu les événements. [fig. 17] Il est rare de voir dans un catalogue l'association d'un événement avec son lieu et il est tout aussi rare de voir la scénographie des expositions.

Dernièrement a eu lieu la 5^e *Biennale Internationale de Design Graphique* de Chaumont qui s'articule principalement autour de l'exposition thématique Viral. L'identité visuelle du festival et le design du catalogue sont réalisés par DIA¹⁸. Ce catalogue est en quelque sorte une extension du festival, gardant sa principale fonction d'archives. Il devient un corpus des différentes expositions présentées et de différents écrits, qu'ils soient dans l'exploration des thèmes traités par les expositions ou des entretiens sur la pratique de certain-e-s graphistes.

L'ouvrage devient un outil de compréhension de ce qu'à pu observer la/le spectateur·rice et ainsi s'adresse à un public plus large que le public professionnel de Chaumont. Le catalogue garde sa fonction de référence graphique, mais inclut les œuvres exposées dans leurs scénographies et valorise l'important travail du ou de la scénographe [fig. 18 – 19].

19. Alex Balgiu, Thierry Chancogne, Étienne Hervy, et Olivier Lebrun.
Eigengrau. Chaumont : Chaumont design graphique éd., 2014.

Une norme s'est progressivement imposée au sein des catalogues avec pour ambition de présenter des affiches issues des concours et les expositions présentées. Le domaine du catalogue n'a pas été totalement exploré et Thierry Chancogne, Alex Balgiu, Étienne Hervy et Olivier Lebrun nous l'ont prouvé en éditant en 2014 le livre *Eigengrau*¹⁹, véritable détournement. *Eigengrau* est la couleur vue par l'œil humain dans l'obscurité totale. Étienne Hervy explique dans un entretien avec le Centre National d'Art Plastique :

« Cette publication vise à étendre le champ d'investigation et de discours du festival, à pointer des secteurs et des abords du design graphique qui nous semblent trop peu éclairés alors qu'ils sont essentiels pour la constitution d'une culture et d'une pratique contemporaine du design graphique. À travers ce projet, nous travaillons à ce que le festival ne soit pas uniquement adressé à ses visiteur·euse·s professionnel·le·s, pour qu'il ait des répercussions sur l'ensemble du territoire français et nourrisse les discussions qui y animent le graphisme. »²⁰

20. Véronique Marrier.
Focus sur... Chaumont Design Graphique / Cnap. CNAP.
Consulté le 30 octobre 2021.
www.cnap.fr/focus-sur-chaumont-design-graphique.

L'ambition de l'ouvrage était de témoigner de la pratique éditoriale pour une/un graphiste comme d'un territoire multidisciplinaire. Ce catalogue n'est pas la restitution des expositions du festival en cours, il invente un espace d'expositions autre, il devient une extension de la réflexion scénographique avec l'invitation de graphistes, d'artistes et la création d'œuvres originales. D'un certain point de vue, *Eigengrau* signe la mise à mort du traditionnel médium du catalogue, qui archivait les affiches de festival et présentait les expositions [fig. 20].

- ☞ *Graphisme dans la Rue*, Fontenay-sous-Bois, 1993 – 2014.
- 21. Évelyne Chat. *Festival – Graphisme dans la rue*. La Galeru. Consulté le 30 octobre 2019. lagaleru-original.org/fr/graphisme-dans-la-rue/festival.
- 22. 27th International Poster Biennale. *27th International Poster Biennale in Warsaw 2021*. Consulté le 29 octobre 2021. warsawposterbiennale.com.
- ☞ *Hong Kong International Poster Triennial*, Hong Kong, Hong Kong Heritage Museum, 1997 – Aujourd'hui.
- 23. Hong Kong International Poster Triennial, *Hong Kong International Poster Triennial / Call for Entry*. Consulté le 27 juillet 2021. www.heritagemuseum.gov.hk/hkipt/en/archive.

Documenter un festival permet d'écrire son histoire, en invitant des photographes pour faire des reportages in situ et en archivant les différents imprimés, photographies et projets produits. Pour le bon fonctionnement d'une documentation et d'une archive, il faut qu'une équipe puisse s'y consacrer. Par exemple, le festival *Graphisme dans la rue* ☞ de Fontenay-sous-Bois était une initiative municipale dirigée par Philippe et Évelyne Chat. Ce festival s'est interrompu en 2014 en raison de leurs décès successifs. Le festival fonctionnait autour d'une petite galerie d'art de quartier. On peut se demander ce que devient un festival après sa disparition, quelle trace laisse-t-il derrière lui. Les différents catalogues du festival témoignent son histoire et des dons d'affiches ont été envoyés à différentes bibliothèques, la BNF, la bibliothèque Forney, Le Signe..., pour les archiver. Ces traces laissées par le festival sont éparpillées. Heureusement, Évelyne Chat avait réalisé un site web qui servait de programme et d'archive de la galerie et du festival²¹. On peut y retrouver de nombreuses productions, de 2004 à 2014. Ce site est un premier essai d'extension numérique du catalogue. Il a l'avantage de restituer par la photographie le côté social d'un festival. Nombreux sont les festivals qui utilisent les plateformes uniquement pour partager les modalités de participation du concours et les dates du déroulement de la manifestation, comme l'*International Poster Biennial de Varsovie*²². Alors que certains festivals documentent leur histoire par le biais de ces plateformes, le festival *Hong Kong International Poster Triennial* ☞ donne accès à ses précédentes manifestations sur son site web²³. Il y présente les différentes identités visuelles des événements, les différents jurys qui se sont occupés des concours, les catégories thématiques et leurs statistiques d'affiches entrées et sélectionnées, les différents lauréat·es et des photographies in situ des festivals et des expositions. Chaque édition est documentée et fonctionne comme une fiche informative.

[fig. 15]
Graphic Design Festival of Scotland,
catalogue, *International Poster Book*,
Glasgow, 2014.





[fig. 16]

Graphic Design Festival of Scotland,
catalogue, *International Poster Book*,
Glasgow, 2014.



Jack Knöll (Sven Tillack, Steffen Knöll)

Opening Party, 2018 (Germany) studiotillackknoell.com





Julien Lelièvre
AA 2019, 2019 (France) julienlelievre.com

[fig. 17]
Festival international de l'affiche et des arts,
catalogue, Chaumont, 2005.





193

[fig. 18]

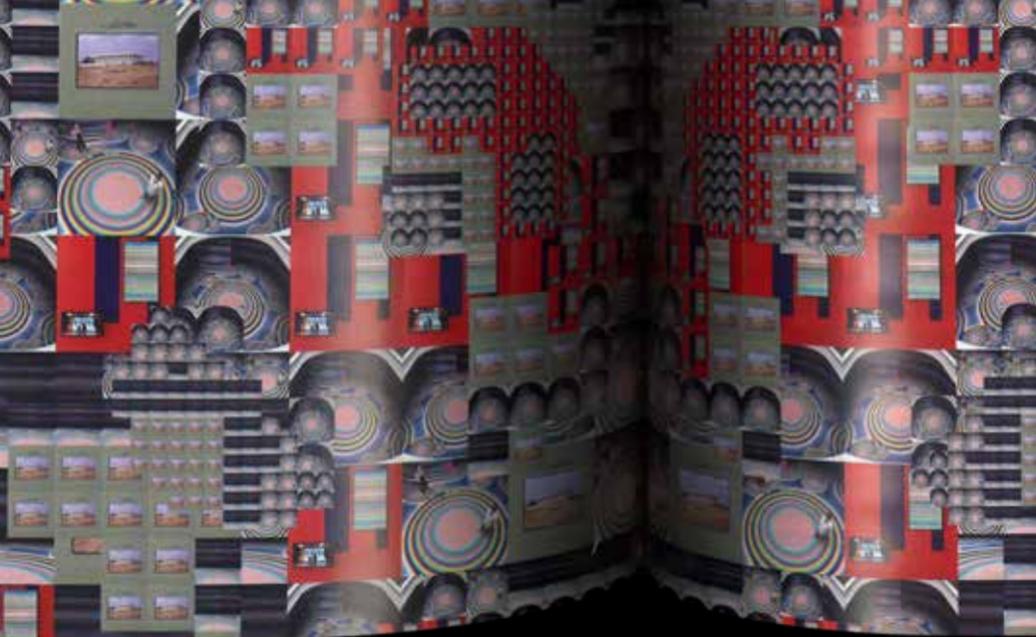
Jean-Michel G ridan, catalogue,
*Biennale internationale de design graphique
de Chaumont, Le Signe, Chaumont, 2021*

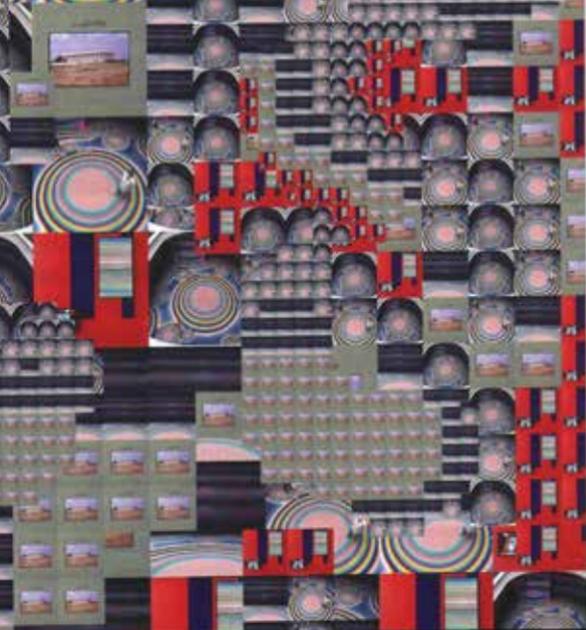


77

WER

TYP





[fig. 19]

Jean-Michel G ridan, catalogue,
Biennale internationale de design graphique
de Chaumont, Le Signe, Chaumont, 2021





RETOUR

080

[fig. 20]

Alex Balgiu, Thierry Chancogne,
Étienne Hervy, et Olivier Lebrun,
catalogue, *Eigengrau*, Chaumont, 2014



...ars du livre. Un personnage
tecte des espaces du livre.
AC Mais croyez-vous qu'au XVI^e sié
fonction séparée des autres fon
maître-imprimeur qui distribue
du correcteur qui établit le te
n'y a pas d'autonomie de cette
TC Il y a peut-être une autonomie
il y a un champ disciplinaire.



...antes qui va faire le relief, le relief entre les
... qui va être une sorte de maître d'œuvre, d'archi-

...e ou au XVII^e siècle il y a quelqu'un qui a cette
...ctions: celle de graveur des estampes, celle de
...le travail dans l'atelier, celle du *copy editor* ou
...texte pour sa publication? Dans le livre ancien, il
...fonction.

...relative, mais en tous les cas il y a une fonction,

2 081

RC

A MER ROUGE

Au monde
des Po

[fig. 21]
Alex Balgiu, Thierry Chancogne,
Étienne Hervy, et Olivier Lebrun,
catalogue, *Eigengrau*, Chaumont, 2014





**Les différents
composants d'un festival**

Expositions, conférences, workshops, ateliers, concours ; les événements culturels

Lors d'un entretien réalisé avec Vincent Perrottet, il a su trouver les mots pour parfaitement définir ce qu'est un festival :

« Un festival est un lieu de rencontre autour d'un sujet, se déroulant sur une base périodique dans un endroit donné. Il est forcément associé à un lieu et à une histoire. Le Festival de Cannes a pour sujet le cinéma, alors que celui d'Angoulême s'articule autour de la bande dessinée et celui d'Avignon autour du théâtre. Ce sont des lieux principalement dédiés aux personnes appartenant au même domaine et qui ont la même activité, mais le public extérieur à la pratique est aussi convié. »²⁴

24. Citation de Vincent Perrottet lors d'un entretien effectué le 21 avril 2021.

🌿 *Une Saison graphique*, Havre, 2009 – aujourd'hui.

🌿 *La Fête du graphisme*, Paris, 2013 – 2016.

Dans le domaine du design graphique français, il y a peu de manifestations en regard à d'autres pays comme la Suisse ou les Pays-Bas. Elles se situent souvent dans les villes de province. Il y a la *Biennale Internationale de design graphique* à Chaumont, la *Saison Graphique* 🌿 au Havre et *Le Mois du Graphisme* 🌿 à Échirolles. Celles qui se sont déroulées à Paris n'existent plus aujourd'hui, comme *La Fête du Graphisme* ou *Graphisme dans la rue*. C'est un domaine peu reconnu dans la culture française alors qu'il est omniprésent dans l'espace urbain. La recherche universitaire néglige le domaine du design graphique, pour pouvoir réaliser un doctorat, on est contraint de l'associer à un autre domaine comme les sciences sociales ou l'histoire de l'art. Pour qu'une véritable culture se développe, il est nécessaire que les différents acteur·rices se mobilisent, que ce soient des graphistes ou des enseignant·e·s... Justement, le festival est un lieu propice à la rencontre des différents acteur·rices et à la réflexion des problématiques actuelles. Il est important qu'ils puissent regarder les productions de chacun·e avec un regard critique. C'est l'essence même des expositions.

Le festival de Chaumont a acquis une notoriété internationale grâce à sa collection d'affiches anciennes, qui a permis l'organisation d'un concours.

C'est l'occasion de confronter au sein d'une compétition des productions contemporaines soigneusement sélectionnées, sur le thème de la commande, par un jury constitué de graphistes reconnus internationalement. Tous les deux ans, lors de la *Biennale Internationale de Design Graphique*, des spécialistes et des spectateur·rice·s ont l'opportunité de considérer les meilleures affiches réalisées dans le monde sous la forme d'une exposition. Dans une plateforme mise à disposition du public, il pourra choisir quelle affiche recevra le prix. Des récompenses sont attribuées aux affiches lauréates lors d'une cérémonie. Il y en a habituellement trois, le grand prix, le prix espoir et le prix du public. Pour les graphistes lauréat·e·s, c'est l'occasion d'être reconnu pour la qualité de leur production. Pour participer au concours, il faut envoyer ce que la/le graphiste considère comme sa meilleure production de l'année, en signant un certificat de donation et un droit à la diffusion de l'image. Durant plusieurs années, toutes les affiches envoyées étaient conservées, ce n'est seulement plus tard, par manque de place qu'il a fallu faire une sélection de ce qui était entreposé. Ce concours valorise une pratique contemporaine du design graphique d'auteur et constitue une collection. Pour le public, les concours sont perçus comme un espace d'inspiration graphique, mais c'est aussi une occasion d'observer des affiches.

00 *Dessinons l'invisible!*, Havre, Bibliothèque Oscar Niemeyer, 7 mai – 6 juillet 2019.

Un festival se construit autour d'une histoire et d'une actualité de notre discipline. Il est principalement un lieu de monstration et développe la culture et la connaissance historique du public. L'un des moyens les plus efficaces pour transmettre un savoir, c'est l'exposition. Il existe de nombreuses formes qui se définissent par leur temporalité, par leur sujet, ou par leur localisation. Elles permettent la reconnaissance du travail de créateur·rice·s ou de mouvements importants et les inscrivent dans le temps. La rétrospective est un format adapté à cette reconnaissance. Dans le cadre de la *Saison Graphique* de 2019, Pierre-Emmanuel Lyet a été invité pour une rétrospective de son travail dans la bibliothèque municipale du Havre 00.

Il a proposé une exposition composée de différents médiums d'expression graphique s'articulant entre elles, comme l'illustration, l'animation et la typographie. Ces médiums sont transcrits au public par l'utilisation de réalité augmentée et d'objets de design. L'exposition permet au public d'appréhender la typographie de manière ludique et participative. Lyet combine l'exposition et les ateliers pour donner une seconde dimension à cette exposition, une interaction omniprésente, organisant des séances d'apprentissage typographique avec les enfants. Cette manifestation hybride profite du contexte festivalier pour jouer avec les différents types d'événements. [fig. 22 – 27]

∞ Graphic Design Festival of Scotland, Warriors Studio et Infinity Eye. Olympia Gallery, 2019. Consulté le 12 novembre 2021. www.olympiagallery.org/2019/.

Dans cette continuité, le *Graphic Design Festival of Scotland* a réalisé une galerie numérique ∞.

Elle a pour fonction de donner une seconde vie aux expositions d'affiches sélectionnées pour leur concours international. Cet espace numérique transcende les limites géographiques et physiques imposées aux expositions donnant accès à un public international aux créations contemporaines. Cette exposition nous propose de circuler librement dans un White Cube virtuel, de regarder les affiches selon plusieurs points de vue [fig. 28 – 30].

Pour avoir plus d'informations comme dans une exposition normale, on peut avoir un autre point de vue sous forme de diaporama avec les affiches en plein écran [fig. 31].

Dans le monde du design graphique, il est important que ses acteur·rices transmettent leur savoir, leur expérience, leur méthodologie de travail, leur pensée aux étudiant·e·s, mais aussi à d'autres afin de privilégier un renouvellement et une progression de la pratique. La conférence est destinée à cette transmission. Elle se déroule généralement dans des espaces tels que des théâtres ou des cinémas pour accueillir un large public. Elle peut aussi avoir lieu sur Internet, afin de faciliter l'accès et l'archivage. Elle nécessite d'être filmée pour être partagée sur des plateformes. Ce médium est utilisé par des graphistes, des chercheur·euse·s et des historien·ne·s pour transmettre leurs connaissances sur un domaine et présenter leur travail. Certaines personnes ou studios ont acquis une grande expérience, leur permettant de s'approprier cette pratique.

25. Manon Bruet.
The conference : a format.
Édité par Editions Empire.
Revue Faire, n°28 (2021).
26. Experiment Jetset.
Chaumont (((O))) Lecture,
juin 2005, Chaumont.

Faire de la conférence une performance, c'est ce que Manon Bruet propose dans son article, *The Conference a format*²⁵. Elle retranscrit à l'écrit une conférence qui permet de nous inclure en tant que spectateur. Elle y restitue des moments de rire du public, mais aussi la crainte et la peur du présentateur·rice·s face à la foule. Elle cite différent·e·s graphistes comme le studio Experimental Jetset ou Abake pour leurs expérimentations de conférences. Par exemple, Experimental Jetset était invité à une conférence lors de la 16^e édition du festival de Chaumont²⁶. Le studio a trouvé peu nécessaire de présenter leur travail, qui est déjà sur leur site web et a préféré partager ses influences dans la pop musique. Chaque personne a reçu un CD compilant leurs différentes inspirations et des explications pour neuf différents morceaux.

La conférence est un lieu de transmission et d'échange. Le spectateur·rice·s peut prendre la parole pour poser des questions, mais reste passif par rapport à d'autres événements comme le workshop ou l'atelier. Les workshops sont généralement destinés aux étudiant·e·s. La/le graphiste invité·e propose aux participant·e·s de mener un projet autour de problématiques liées à son parcours professionnel. À partir d'un sujet et des directions données, les participant·e·s proposent leur propre interprétation. Les workshops peuvent durer quelques heures jusqu'à une semaine. À la fin, il est habituel de montrer les résultats de chacun·e afin de mettre en avant les démarches qui aboutissent à des réponses totalement différentes. C'est un événement court qui permet l'élaboration d'un cercle de connaissance par l'entraide et la pratique. Pour un étudiant·e en graphisme, les workshops sont primordiaux.

L'atelier est un espace éducatif et créatif avec pour objectif de faire découvrir des pratiques du design graphique, comme la typographie, mais aussi des techniques d'impression comme la sérigraphie et la risographie. Pour les enfants, il est le meilleur moyen de transmettre une culture autour du graphisme par le jeu et la pratique. Le festival de graphisme ne touche pas seulement un public étudiant et adulte, mais permet aussi à de jeunes générations d'appréhender cette discipline.



[fig. 22]
Pierre-Emmanuel Lyet, exposition, *Dessins
l'invisible!*, Une Saison Graphique, Le Havre, 2019.



[fig. 23]
Pierre-Emmanuel Lyet, exposition, *Dessins
l'invisible!*, Une Saison Graphique, Le Havre, 2019.



[fig. 24]
Pierre-Emmanuel Lyet, exposition, *Dessins
l'invisible!*, Une Saison Graphique, Le Havre, 2019.



[fig. 25]
 Pierre-Emmanuel Lyet, exposition, *Dessins
 l'invisible!*, Une Saison Graphique, Le Havre, 2019.

[fig. 26]
 Pierre-Emmanuel Lyet, exposition, *Dessins
 l'invisible!*, Une Saison Graphique, Le Havre, 2019.



[fig. 27]
 Pierre-Emmanuel Lyet, exposition, *Dessins
 l'invisible!*, Une Saison Graphique, Le Havre, 2019.





[fig. 28]
 Olympia Gallery, exposition numérique,
Graphic Design Festival of Scotland,
 Glasgow, 2019.



[fig. 29]
 Olympia Gallery, exposition numérique,
Graphic Design Festival of Scotland,
 Glasgow, 2019.



[fig. 30]
 Olympia Galery, exposition numérique,
Graphic Design Festival of Scotland,
 Glasgow, 2019.



[fig. 31]
 Olympia Galery, exposition numérique,
Graphic Design Festival of Scotland,
 Glasgow, 2019.

S'installer dans la ville

27. A. Lenz & V. Perrottet,
Le Nouveau Relax, Chaumont,
2007 – aujourd'hui.

Dans l'espace urbain, les signes graphiques sont omniprésents, qu'ils soient sur des panneaux publicitaires, des façades de boutiques, de restaurants, de boulangeries, des panneaux de circulation, partout où il y a besoin de communiquer un message. Il est légitime de la part des festivals de vouloir s'emparer de la ville, pour exposer le design graphique. S'installer dans la rue permet d'attirer et toucher un large public, mais c'est aussi l'opportunité de s'adresser à la population locale.

La commune de Chaumont place la Biennale au cœur de son projet politique et citoyen afin de créer une ville culturelle, créative, durable et solidaire. De nombreux projets émergent pour valoriser le graphisme, comme l'aménagement du quartier de la gare, en regroupant différentes structures culturelles, composé du Silo (la médiathèque qui conserve la collection d'affiches), du Cinéma à l'affiche (l'espace qui accueille les conférences du festival) et récemment le Centre du Graphisme. Cette centralisation culturelle devient le cœur du festival. La valorisation du graphisme se constate aussi par la création du lycée polyvalent, axé principalement autour de formations de graphisme, que ce soit un Bac ST2A ou un DNMD ou un DSAA. Pour mieux s'installer dans la ville et toucher la population locale, la commune décentralise certains espaces d'expositions comme la Chapelle des Jésuites et l'espace Bouchardon qui sont dans le quartier ancien. Grâce à cette émergence de la culture graphique, la commune veut élargir ses domaines culturels en créant le théâtre « Le Nouveau Relax », le cinéma et le conservatoire de musique. Elle fait appel à son réseau obtenu par le festival pour demander à des professionnel·le·s de réaliser les identités visuelles de ces lieux. Par exemple, l'identité du Nouveau Relax est réalisée par Vincent Perrottet et Anette Lenz²⁷ [fig. 32]. Récemment, la municipalité a compris l'importance du design graphique au sein de la commune. Elle a mandaté le studio Baldinger-Vu-Huu pour réaliser toute sa signalétique.

🕒 André Baldinger & Toan Vu-Huu, (2021, 15 octobre). *Chaumont, devenir ville du graphisme*. Biennale Internationale de design graphique, Le Signe Centre National du Graphisme, Chaumont, youtu.be/DDHUnaxIT8U.

🌿 *Salon de l'éphémère*, Fontenay-sous-Bois, 1988 - 2000.

Le studio a fait une conférence 🕒 à l'occasion de la Biennale [fig. 33], pour présenter une première partie de leur travail, l'observation de la signalétique actuelle et son fonctionnement. Ils ont pu observer que la ville de Chaumont se proclame la capitale internationale du graphisme, mais elle ne le représente ni par son logo actuel, ni par son site web, ni par ses réseaux sociaux. L'histoire culturelle de Chaumont s'est construite grâce au graphisme, il est donc évident que la commune articule sa signalétique et sa communication avec cette discipline. Aujourd'hui, le festival et la commune fonctionnent en symbiose avec l'ambition de partager une culture internationale du design graphique.

Le festival *Graphisme dans la rue* avait un impact similaire que celui de Chaumont sur son implication culturelle dans la ville. La commune de Fontenay-sous-Bois était dirigée par le parti communiste depuis l'après-guerre. Ce parti avait longtemps valorisé l'art et la culture, ce qui avait permis l'émergence de manifestations artistiques. La municipalité voulait redonner la parole aux habitant·e·s en installant des panneaux d'affichage municipaux pour confronter les panneaux publicitaires, qui occupaient une grande partie de l'espace urbain. De cette manière, la manifestation *Salon de l'éphémère* 🌿 avait été créée par Évelyne et Philippe Chat. Ils avaient pour objectifs de faire sortir l'art des musées afin de le rendre universel et accessible par tous. Contrairement aux arts plastiques, le graphisme est né de l'affichage urbain, il avait pris petit à petit la place de l'art dans la manifestation. Avec la participation de certains membres de Grapus, l'art avait été totalement remplacé. *Graphisme dans la rue* héritait du bagage intellectuel du Salon de l'éphémère. Il invitait une/un graphiste à produire des images autour d'un thème. Elles étaient ensuite affichées sur les 110 panneaux municipaux de la ville, sur un format de 1 m 20 x 80 cm. Chaque année, une personne différente était invitée, ainsi se sont succédés Gérard-Paris Clavel, Claude Baillargeon, Michel Quarez, les graphistes associés... [fig. 34 - 35] Durant les mois de juillet et août, la population de Fontenay-sous-Bois vivait avec de grandes affiches dans leurs rues.

28. Clément Grison. *Les festivals de design graphique*. École Supérieure d'Art et de Design, 2020.

 Demo festival, Amsterdam, Central Station, 2019.

29. Design in motion festival: DEMO. *Programme*, 2019. demofestival.com/programme2019.

Ces panneaux municipaux ornés d'affiches de graphistes auteurs confrontaient les panneaux publicitaires et donnaient à voir au spectateur-riche de belles images dans leur milieu urbain. Au-delà des panneaux d'affichage, des installations graphiques ont été réalisées directement dans la ville, que ce soit dans des parcs ou sur des maisons, comme « L'AIR DE RIEN » de David Poullard [fig. 36]. La commune avait été marquée par le passage du festival. On y retrouve aujourd'hui des vestiges.²⁸

Avec une ambition plus contemporaine, le Demo Festival  choisit de montrer des affiches animées dans la gare d'Amsterdam [fig. 37 – 41]. Durant seulement une journée, le festival présente du motion design sur tous les écrans publicitaires de la gare avec un programme détaillé. Sur le site de l'événement²⁹, on peut le retrouver, sous forme d'agenda, les heures et les différents lieux de projection. La gare est un lieu de mouvement constant et d'attente, un emplacement idéal pour toucher un public international et démocratiser une pratique récente. Les affiches présentées ont été sélectionnées par un jury, avec pour objectif de présenter un design expérimental peu connu. Contrairement aux deux précédents exemples, ce festival est uniquement numérique.



[fig. 32]
Anette Lenz & Vincent Perrotet, affiche,
Nouveau Relax, Chaumont, 2020.



[fig. 33]
baldinger-vu-huu, conférence, *Chaumont, devenir ville du graphisme*, Le Signe, Chaumont, 2021.



[fig. 34]
Bruno Souêtre, affiche, *Nous sommes ici*, Graphisme dans la rue, Fontenay-sous-Bois, 2007.



[fig. 35]
Vincent Perrottet, affiche, *Je n'aime plus les villes*,
Graphisme dans la rue, Fontenay-sous-Bois, 2007.



[fig. 36]
David Poullard, Installation, *L'AIR DE RIEN*,
Graphisme dans la rue, Fontenay-sous-Bois, 2007.



[fig. 37]
Aad Hoogendoorn, photographie,
DEMO Festival, Amsterdam, 2019.





[fig. 38]
Aad Hoogendoorn, photographie,
DEMO Festival, Amsterdam, 2019.





[fig. 39]
Aad Hoogendoorn, photographie,
DEMO Festival, Amsterdam, 2019.





[fig. 40]
Aad Hoogendoorn, photographie,
DEMO Festival, Amsterdam, 2019.

Info





[fig. 41]
Aad Hoogendoorn, photographie,
DEMO Festival, Amsterdam, 2019.



Des identités graphiques fortes et reconnaissables

30. Graphic Design Festival of Scotland. *Poster generator*. Consulté le 13 novembre 2021. graphicdesignfestival.scotland.com/2017/poster-generator/.

Pour la communauté professionnelle de design graphique, le festival est une manifestation qui sert à fédérer et à questionner leur pratique. Il est un espace d'exposition et d'inspiration qui revient sur des créateur·rice·s connus ou méconnus, soit en encourageant des graphistes contemporain·e·s et jeunes en les incluant dans la programmation du festival. Pour fédérer ces créateur·rice·s, le festival a besoin d'une identité qui les inspire par son innovation esthétique, conceptuelle et technique. De cette manière, les organisateur·rice·s font appel à des designers ayant une pratique expérimentale pour produire l'identité de la manifestation et la penser comme un objet de design. Il peut arriver que les organisateur·rice·s soient eux-mêmes graphistes comme pour le *Graphic Design Festival of Scotland*, créé en 2014 et dirigé par Beth Wilson et James Gilchrist de Warrior Studio. Pour l'édition de 2017, ils réalisent une identité visuelle générative et donnent l'opportunité au public de produire l'affiche de l'événement³⁰. Ce système fonctionne selon un choix entre deux propositions graphiques [fig. 42]. Chaque affiche devient unique par la taille, le placement et la couleur des formes et du texte [fig. 43]. Ce système est inspiré du travail de Sol Lewitt, ils réalisent le protocole et son programme et laissent une personne tierce donner sa propre interprétation. Le public se sent impliqué dans la création de l'identité, ce qui lui donne envie de participer au festival.

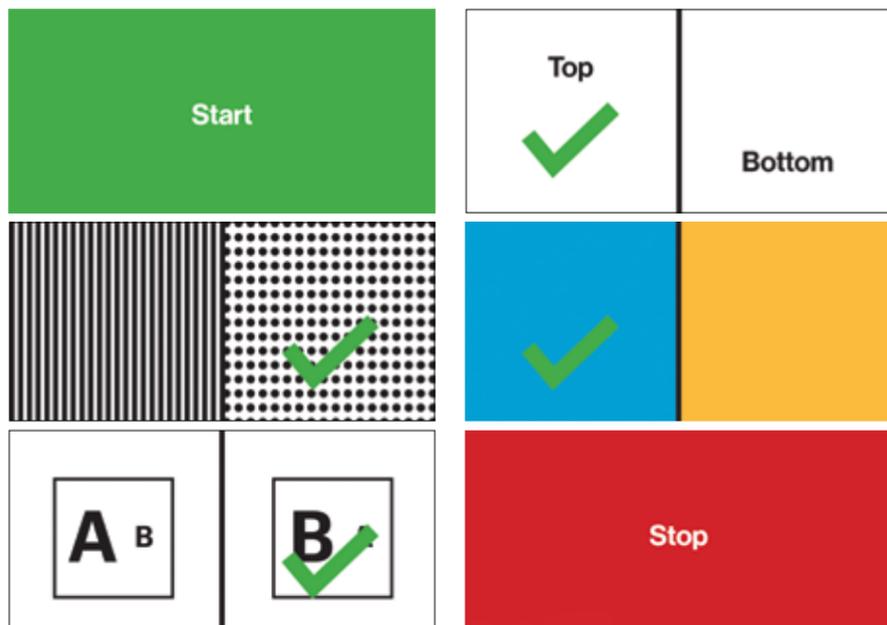
Les festivals fonctionnant avec une institution culturelle collaborent avec des designers graphiques pour réaliser leurs identités. À Chaumont, avec l'arrivée du Signe et sa programmation annuelle, le centre avait besoin d'une identité à part entière. Jean-Michel Gérard a fait un appel d'offres et a sélectionné le projet de Mathias Schweizer. Sa proposition joue beaucoup avec le signe graphique lui donnant toute sa place dans l'identité, en mélangeant le signe graphique et le cygne.

31. DIA. *Chaumont Biennale*. Consulté le 1 décembre 2021. dia.tv/project/chaumont-biennale/.

Son identité est très intéressante par son style graphique et très épuré. Lors des festivals, le mélange et la confrontation entre les identités sont gérés de manière astucieuse. L'identité du Centre prend en charge toutes les informations liées au Signe, que se soit le logo, la signalétique, les flyers du programme annuel, mais aussi du festival, les tote-bags..., alors que l'identité de la biennale se construit autour du catalogue, des affiches du festival, certains flyers et des visuels concernant le festival pour le site web et les réseaux sociaux. [fig. 44 – 49] En 2019, Ines Cox s'est occupée de l'identité du festival et de la réalisation du catalogue [fig. 50 – 51]. Le jeune studio Stéréo Buro l'a accompagné en réalisant le programme sous forme de brochure. L'identité s'est formée autour d'un habile travail typographique [fig. 52 – 53]. Pour l'édition de 2021, le studio DIA a proposé une identité générative à partir du thème Viral. A partir d'une multitude de même d'Internet, ils ont formé un logo animé pour ensuite décliner ce système sur les affiches. Dans un second temps, ils confrontent ces mêmes avec des visuels en lien avec le festival, que ce soit des affiches ou des photographies de la ville. Ils utilisent cette confrontation pour d'autres affiches et la réalisation du catalogue. En allant du livre jusqu'à l'affiche animée, ils ont codé un programme leur permettant de développer l'identité sur différents formats³¹.



[fig. 42]
Warrior Studio, affiche, Graphic Design
Festival of Scotland, Glasgow, 2017.



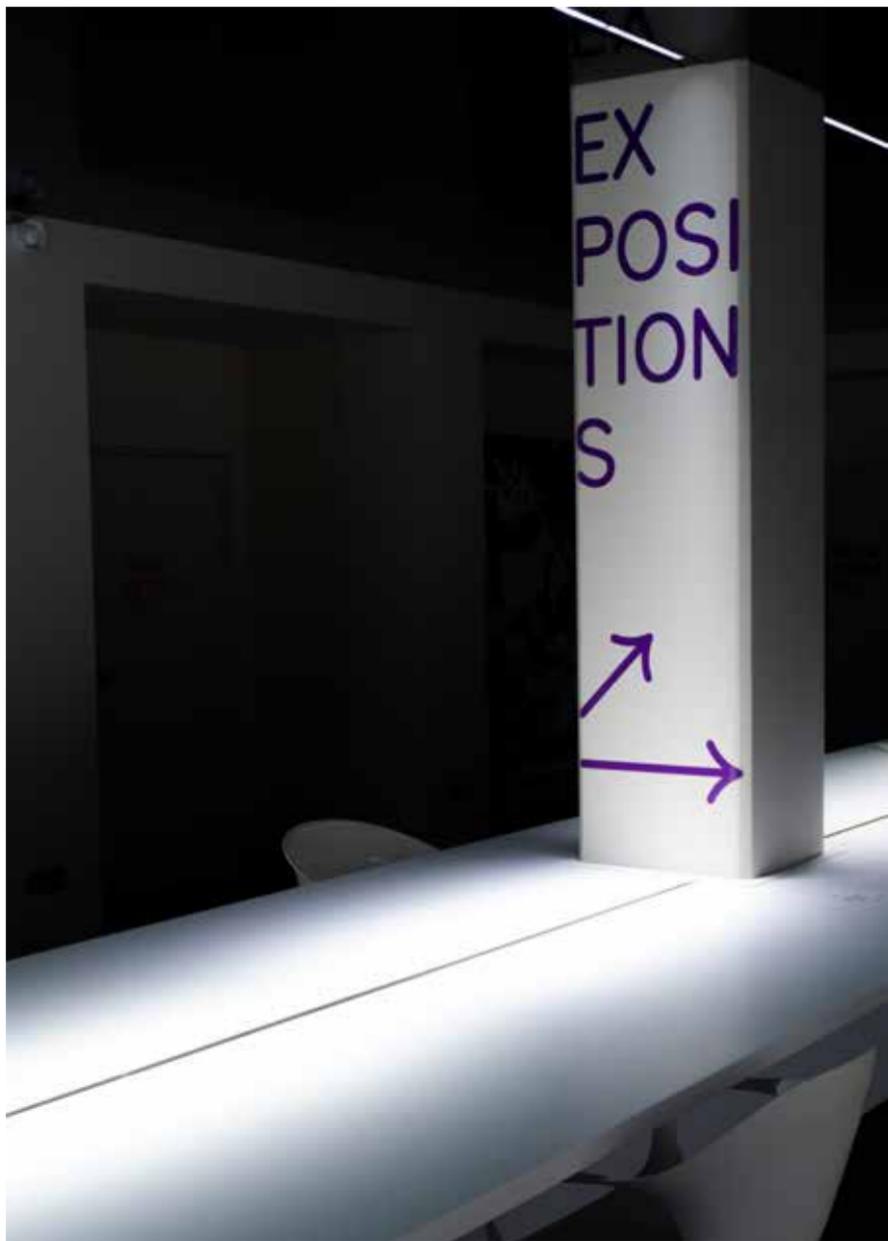
[fig. 43]
Warrior Studio, système génératif,
Graphic Design Festival of Scotland, Glasgow, 2017.



[fig. 44]
Clément Grison, photographie,
*Retrouvailles, Biennale Internationale
de Design Graphique*, Chaumont, 2021.



[fig. 45 - 46]
Clément Grison, photographie,
*Retrouvailles, Biennale Internationale
de Design Graphique, Chaumont, 2021.*



[fig. 47]
Clément Grison, photographie,
*Retrouvailles, Biennale Internationale
de Design Graphique*, Chaumont, 2021.



[fig. 48 – 49]
Clément Grison, photographie,
*Retrouvailles, Biennale Internationale
de Design Graphique, Chaumont, 2021.*



[fig. 50 – 51]
Inès Cox, catalogue, *Biennale Internationale
de Design Graphique*, Chaumont, 2019.



[fig. 52 – 53]
 Stéréo Buro, programme, *Biennale Internationale de Design Graphique*, Chaumont, 2019.

Le jury, sélection des affiches et scénographie d'exposition

✿ *International Poster Triennial, Toyama, Prefectural Museum of Art & Design, 1985 – aujourd'hui.*

32. *Hong Kong International Poster Triennial | Call for Entry.* Consulté le 27 juillet 2021. www.heritagemuseum.gov.hk/hkipt/en/.

Un jury international, composé de personnalités reconnues dans le domaine du design graphique, se réunit afin de sélectionner les affiches puis finalement organiser une exposition les regroupant. Le concours se constitue d'une multitude de participations. Leur nombre peut être considérable, dans le cas des principaux festivals comme Chaumont, Toyama ✿, Varsovie, Mexico..., pouvant atteindre plus de 1500 affiches par an. À la triennale de Hong Kong, la période de sélection a été documentée nous permettant de voir l'organisation [fig 54 – 55]. De grandes bandes de papier de soie soutiennent les affiches disposées en ligne au sol. À l'occasion de sa huitième édition, le concours de Hong Kong de 2020 a évalué les affiches de quatre catégories, « idéologie », « promotion des événements culturels », « commercial et publicitaire » et « affiches animées »³². Ce choix permet de représenter deux types de commandes distincts, les événements culturels et la publicité, mais donne aussi la possibilité aux affiches, qui ne répondent pas à ces critères, d'avoir leur place. Au-delà de la question du commanditaire, une catégorie met en avant le support des affiches animées, une pratique récente qui s'impose.

Pour le festival de Chaumont, la commande est un critère primordial, la relation graphiste/client·e, le contexte de diffusion et les modes de reproductions sont pris en compte dans la sélection. Lors du 28^e concours d'affiches en 2019, Fanette Mellier a présidé le jury. Elle revient sur ses expériences dans le catalogue :

« Le critère premier, en tant que jury, est quasi « ontologique » : est-ce bien une affiche ? Et d'ailleurs qu'est-ce qu'une affiche ? ... La question de la commande, du contexte de diffusion, du rapport texte/image et du mode de reproduction nous guide dans le jugement de la nature des objets graphiques. Car il s'agit en premier lieu de déterminer : « est-ce bien une affiche ? », puis d'en juger la qualité dans un second temps.

Néanmoins, le critère de la commande paraît parfois obsolète, lorsqu'il s'agit par exemple d'une affiche militante diffusée dans la rue... mais déterminant dans l'absolu, car une image autoproduite et imprimée en numérique ne peut être considérée avec les mêmes égards qu'une affiche de théâtre diffusée dans le métro. Ainsi, les critères de jugement, dont les contours sont parfois flous, doivent parfois être bousculés, redéfinis. La nature inédite des propositions doit être considérée dans une dimension prospective, qui fait évoluer notre pratique de designer et l'ancre dans un présent complexe. »³³

33. Mellier, Fanette.
« Exposition, 28e Concours International d'Affiches ». In *POST-MEDIUM_Biennale_internationale_de_design_graphique_Chaumont_2019_cover_catalogue.pdf*, Le Signe éditions, p.269-270, 319 p. Chaumont, 2019.
34. Fanette Mellier. op. cit., p.269-270, 319 p. Chaumont, 2019.

Récemment, les affiches animées ont été intégrées au concours et sont évaluées au même titre que les affiches imprimées. Parfois, l'affiche animée est une extension de la version imprimée, il faut les considérer ensemble pour apprécier la pertinence de la version animée. Plus fréquemment, elles sont pensées uniquement en animation, dans ce cas, il faut confronter leur support de diffusion et les moyens de leur production, qui lui sont spécifiques, aux affiches imprimées.

Fanette Mellier explique que les affiches militantes ou expérimentales doivent être considérées différemment d'une affiche commanditée. Certaines affiches ne répondent à aucune commande comme celles produites pour les expositions *Air Poster* [fig. 56]. Est-ce que ces affiches ont leur place au sein d'un concours qui tend à évaluer la réponse donnée au commanditaire ? Ne faudrait-il pas mettre plus en avant les expérimentations graphiques hors commandes, afin de montrer une autre diversité, une autre évolution ? Fanette Mellier explique que le jury a décidé de diviser la sélection en deux temps, les productions des jeunes designers de moins de 36 ans d'une part, et celles des designers plus âgés et confirmés d'autre part. Elle raconte :

« Nous avons en effet pu constater une grande homogénéité dans les affiches des jeunes graphistes, par rapport à l'autre partie. Ainsi, au-delà des points communs que sont l'énergie et la vivacité des productions, le rapport à la couleur, à la typographie et au-delà « style » dessinent un paysage commun. Mais comme dans tout domaine artistique (appliqué ou non), c'est la singularité des écritures qui doit être récompensée [...]. »³⁴

Ce concours montre aussi qu'une grande partie des affiches présentée ont été imprimées par Lézard Graphique. Une imprimerie-sérigraphique spécialisée dans la fabrication de supports de communication, de médiation et de signalétique. Par leur haut niveau de qualité et leur savoir-faire, ils se sont distingués dans l'univers de l'impression au service du graphisme, en France et à l'étranger. Pour la qualité de leurs affiches, les graphistes ont besoin de penser le processus d'impression, cette méthodologie fait partie de la création. Lézard Graphique permet aux graphistes d'expérimenter la sérigraphie grâce à une évolution constante des outils, des matériaux mais aussi à la confiance accordée à l'imprimeur·euse.

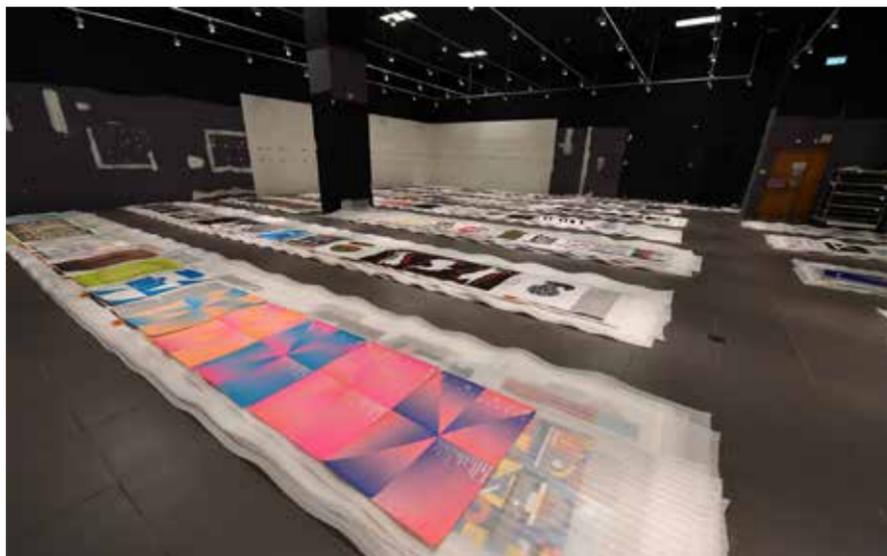
✂ *Typomania*, Moscou, Museum of Moscow, 2012 – aujourd'hui.

✂ *100 Beste Plakate*, Berlin, 2001 – aujourd'hui.

Après toute la période de concertation pour sélectionner une/un gagnant·e, ces concours prennent la forme d'une exposition. Il faut prendre en compte la fragilité du format de l'affiche et réfléchir à la scénographie de l'exposition. Les affiches sont très souvent imprimées sur des papiers avec un grammage conséquent, lorsqu'elles sont envoyées par la poste, elles sont roulées, elles prennent une forme courbée. Il faut trouver un moyen pour tendre ces affiches sans les abimer. Dans un premier exemple, le festival russe *Typomania* ✂ prend le parti pris d'exposer les affiches sur les murs et sur des caissons au sol. Celles sur les murs sont disposées en quadrillage, en s'approchant, on peut se rendre compte qu'elles sont accrochées avec des pinces. Celles qui sont le plus courbées sont tendues avec des pinces sur le bas. Ce système d'accrochage peut en rayer quelques-unes, mais son principal défaut est que le poids pour tendre les affiches ne soit pas assez lourd, ce qui laisse majoritairement des affiches courbées reflétant à la lumière selon le type de papier et d'impression [fig. 57 – 59]. Contrairement à l'affichage mural, le concours *100 Beste Plakate* ✂

utilise des structures métalliques inclinées, permettant de suspendre les affiches par des aimants. Cette inclinaison des supports d'expositions permet de dynamiser la scénographie. Ces structures ont des rabats métalliques pour séparer chaque affiche et sont à la hauteur du spectateur·rice.

La technicité de l'accrochage est intéressante, mais le système diminue les possibilités de circulation dans l'espace et laisse peu de recul pour contempler les images [fig. 60 – 62]. Le concours de la biennale met en scène les affiches par des plans verticaux suspendus. Ils fonctionnent par paire formant un angle ouvert et utilisent les surfaces recto verso donnant quatre plans d'expositions. Ces plans sont des plaques de Plexiglas et les affiches sont accrochées dessus à l'aide d'aimants positionnés sur les deux faces du plastique. Ce système de plan en angle permet une meilleure circulation dans l'espace et du recul pour contempler les affiches [fig. 63 – 64].



[fig. 54]
Hong Kong Poster Triennial, photographie,
Jugement, Heritage Museum, Hong Kong, 2017.



[fig. 55]
Hong Kong Poster Triennial, photographie, Jury: Kjell Ekhorn / Norway,
Kazunari Hattori / Japan, Tommy Li / Hong Kong, Ariane Spanier / Germany,
Niklaus Troxler / Switzerland, Heritage Museum, Hong Kong, 2017.



[fig. 56]
Air Poster 5, exposition,
Musée des Arts Décoratifs, Paris, 2018



[fig. 57]
Katya Chashina, exposition,
Typomania Festival, Moscou, 2021.



[fig. 58]
Katya Chashina, exposition,
Typomania Festival, Moscou, 2021.



[fig. 59]
Katya Chashina, exposition,
Typomania Festival, Moscou, 2021.



[fig. 60]
Michael Kirsten, exposition,
100 beste posters 20, Berlin, 2021.



[fig. 61]
Michael Kirsten, exposition,
100 beste posters 20, Berlin, 2021.



[fig. 62]
Michael Kirsten, exposition,
100 beste posters 20, Berlin, 2021.



[fig. 63]
 Centre National du Graphisme, exposition,
Concours International d'affiches, Le Signe, Chaumont, 2021.



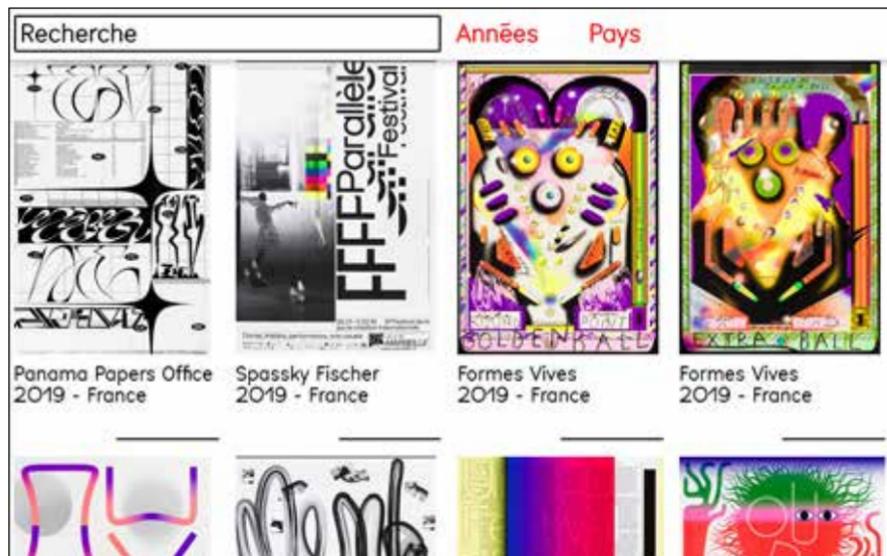
[fig. 64]
 Centre National du Graphisme, exposition,
Concours International d'affiches, Le Signe, Chaumont, 2021.

Une collection d'affiches contemporaine

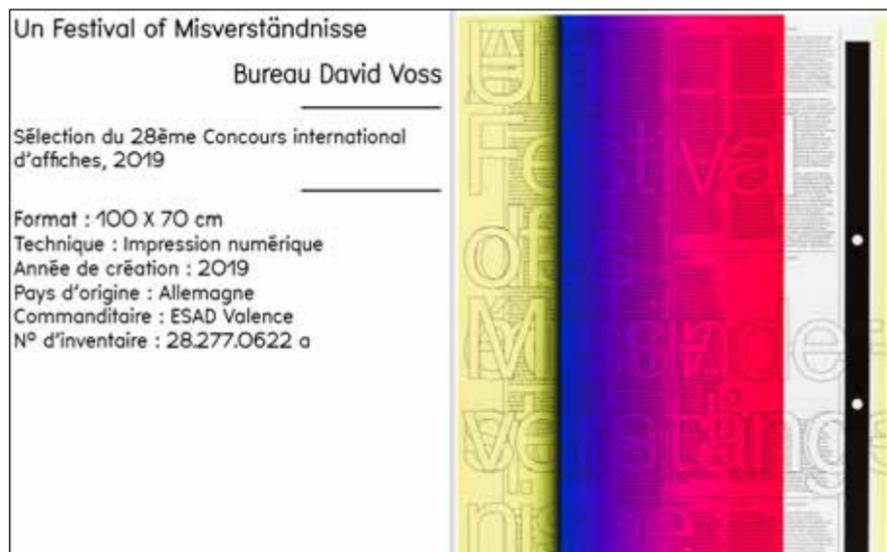
35. 100 Beste Plakate e. V.
100 Beste Plakate.
Consulté le 23 novembre 2021.
100-beste-plakate.de/.

36. Le Signe. *La collection.*
Consulté le 13 octobre 2021.
www.centrenationaldugraphisme.fr/le-signe/collection/collection.

Les collections de design graphique contemporaines se constituent à partir des concours d'affiches. La localisation du concours peut exercer une grande influence sur la représentation géographique des participant·e·s. Certains concours jouent justement avec cette localisation pour représenter seulement une région, tels que le *100 beste Plakate*. Ce concours a pour objectif de constituer une collection des meilleures affiches d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse et d'en proposer une exposition itinérante³⁵. À partir d'une communauté régionale, l'exposition internationalise son public en voyageant, alors que d'autres concours prennent des dimensions internationales comme celui de Chaumont qui représente trente-cinq pays, avec la participation majoritaire de la Chine, la France, l'Allemagne, la Suisse, la Pologne, la Russie et Taïwan. Cette diversité de cultures graphiques devient l'essence même de la collection. Il devient un espace de confrontation et de brassages culturels. Mais elle reste un ensemble d'objets matériels fragile restreint par sa localisation, son public reste majoritairement national et européen. Pour permettre à un public international de découvrir ces formes graphiques, le festival numérise sa collection et la présente sur une plateforme où toutes les images sont en RVB, et donnent accès par des hyperliens aux sites web des créateur·rice·s³⁶ [fig. 65 – 66].



[fig. 65]
Centre National du Graphisme, site web,
Collection de design graphique, Le Signe, Chaumont, 2021.



[fig. 66]
Centre National du Graphisme, site web,
Collection de design graphique, Le Signe, Chaumont, 2021.

Une adaptation des institutions culturelles face à la crise sanitaire

Professionnel ou culturel, fêter le graphisme

La biennale de Chaumont dure près de six mois, de fin mai à fin novembre. Elle invite sa communauté nationale et internationale, constituée d'une majeure partie d'étudiant·e·s et d'enseignant·e·s d'écoles supérieures de graphisme, de professionnel·le·s et de théoricien·ne·s, à se réunir autour d'événements clés centralisés sur une semaine. Elle est l'ouverture du festival regroupant la cérémonie de remise des prix et l'inauguration de l'exposition du concours d'affiches et des autres expositions présentées et par une semaine de workshops et de conférences. Quel que soit la/le spectateur·rice, iel explore tous ces événements au travers de trois concepts, la profession, la culture et la fête.

Par exemple pour l'édition de 2021, la crise sanitaire a rendu peu accessible le festival, la période d'inauguration s'était déroulée sur trois jours en octobre. À la suite de l'annonce du pass sanitaire, la culture est redevenue plus ouverte et donnant à de nombreuses personnes, principalement des étudiant·e·s, le besoin de se réunir. Victime de son succès, le festival a dû s'adapter, pour proposer à tout son public, l'accès aux événements. Un programme de conférences et d'événements étalés sur tout le week-end était proposé dans le cinéma devenant un lieu de rendez-vous. La conférence est un médium qui touche un public professionnel par la transmission de savoir, de connaissance et de méthodologie de travail du graphiste. Cette programmation laissait des moments libres aux visiteur·euse·s pour qu'ils puissent voir les différentes expositions éparpillées dans la ville. L'exposition est un médium culturel servant à former le regard et aide la compréhension des discours du commissaire d'expositions, des scénographes et des artistes. Elle touche un large public. Si la communauté du festival se réunit et s'agrandit à chaque édition, c'est aussi pour son équilibre entre la culture, la profession et sa dimension festive.

Il est un espace de rencontres et d'échanges entre les différents publics, qu'ils soient locaux ou internationaux et étudiant·e·s ou professionnel·e·s. De nombreux petits moments, qui pouvaient paraître anodins à première vue, étaient cruciaux pour la construction d'une communauté solidaire, comme les moments d'attente et de détente sur l'esplanade du Signe favorisé par ses transats graphiques et les rayons de soleil, mais aussi par les soirées et concerts organisés à la salle des fêtes qui favorise la socialisation. Il faut fêter le graphisme !

Les événements culturels filmés

37. *Mnémosyne*.
Consulté le 15 octobre 2021.
mnemosyne.esad-amiens.fr/
38. *Le Signe, centre national du graphisme*.
Consulté le 3 mars 2020.
www.youtube.com/c/LeSignecentrenationaldugraphisme.

Certains événements de design graphique éphémère comme les conférences, les performances artistiques, les cérémonies de remise de prix... ont besoin d'être filmés pour devenir pérennes dans le temps. Certaines personnes sont contre le médium filmé pour préserver leur travail de conférencier·ère par crainte de retrouver leurs prestations sur Internet. Les écoles et les institutions culturelles sont les lieux réalisant le plus de conférences. Ils ont pour responsabilité de les archiver et de les rendre disponibles si l'auteur donne les droits. Par exemple, l'École Supérieure d'Art et Design d'Amiens a créé la plateforme Mnémosyne³⁷ qui regroupe toutes ses conférences [fig. 67]. Ce médium est souvent négligé dans le domaine du design graphique, avec peu de moyens investis dans la captation et la mise en scène, souvent constitué d'un plan unique, de caméra non adaptée, d'une basse luminosité confrontée à la forte lumière de l'écran projeté et d'une qualité sonore peu qualitative.

Avec la crise sanitaire, le médium filmé prend une nouvelle dimension en plus de sa fonction d'archive, il consent à rendre accessibles ces événements en les diffusant en direct à son public. Le Signe a diffusé des conférences en ligne sur son compte Facebook et YouTube dès octobre 2020³⁸. Elles ont été filmées au Signe et sont constituées de trois scènes différentes : un écran d'accueil pour faire patienter le public, l'écran de la conférence avec la présentation PDF et un petit espace en haut à gauche consacré au conférencier·ère et finalement un écran de début ou de fin de conférence filmée avec une autre caméra montrant uniquement les orateur·rice·s [fig. 68 – 70]. Plusieurs conférences se sont succédé présentant des personnes et des studios comme Claire Peressotti et l'atelier Téméraire, mais aussi des thématiques actuelles du graphisme comme « Petit vadémécum de l'activité de graphiste professionnel » et « vers une comptabilité de création ». Ces plateformes permettent au public d'interagir en écrivant des commentaires.

D'autres initiatives voient le jour sur d'autres plateformes comme Instagram et Twitch. Une jeune génération, étudiante et professionnelle, lance des projets en ligne pour la promotion et le partage du graphisme. Le réseau social Instagram est une application smartphone spécialisée dans la photographie. L'application nous impose le format carré, elle développe de nombreuses fonctionnalités comme la possibilité de créer des stories, de filmer et partager en live... Une importante communauté du design graphique s'est approprié ce réseau pour partager leurs différents projets. Cet espace facilite la communication d'événements. Ainsi, le compte Epheméride.fun³⁹ est une initiative d'étudiant-e-s de l'ENSAD de Nancy, un espace de partage entre créatif. Iels organisent des discussions filmées en ligne, des expositions numériques et partagent des portfolios [fig. 71-72]. Quelques personnalités du graphisme sont passées par Éphéméride, comme Étienne Hervy, Spassky Fischer, Atelier Téméraire... Instagram n'est pas forcément la plateforme la plus adaptée pour organiser des conférences en ligne, puisqu'on peut uniquement utiliser un téléphone, ce qui restreint la captation filmée.

Dans la scène jeu vidéo et du esport, une tendance s'est développée consistant à filmer et partager des parties de jeu sur la plateforme Twitch. Ces personnes sont des streameur·euse·s indépendants, iels réunissent du matériel de premier prix, iels s'équipent de caméras, de microphones, d'ordinateurs plus ou moins qualitatifs et se filment, partagent leurs écrans depuis chez elleux. Iels régissent leurs propres lives à partir de nombreux logiciels permettant de construire des scènes, des animations d'introduction, de transition, d'interactions du stream... Ce phénomène a pris beaucoup d'ampleur ces dernières années, ce qui a amené à une popularisation de la plateforme comme YouTube précédemment. De grands événements sont organisés par la communauté de streameur·euse, que ce soit autour des jeux vidéo ou d'autres thématiques, tel que l'événement caritatif *Zevent*, mais aussi des émissions hebdomadaires autour de la culture et de l'information comme *Popcorn*. Ces événements ressemblent de plus en plus aux émissions de télévision.

40. Twitch. Yonkonline.
Consulté le 1 décembre 2021.
www.twitch.tv/yonkonline.

Avec la crise sanitaire, le phénomène a pris beaucoup d'importances, le public et le nombre de streameur·euse ont largement augmenté.

Par la démocratisation de cette plateforme, des graphistes et typographes ont essayé de s'approprier la plateforme Twitch et ses outils. Ainsi, le jeune studio hollandais Yonk partage leur séance de sculpture 3D et de réalité augmentée sur la plateforme⁴⁰. La/le spectateur·rice voit leurs avatars 3D en pratique et peut interagir avec elleux par un tchat et les différentes interactions du public comme suivre la chaîne, s'abonner tous les mois pour avoir un contenu supplémentaire, faire des dons..., elles peuvent être personnalisées par le streameur·euse [fig. 73 – 74].

41. Twitch. Lift Type.
Consulté le 20 novembre 2021.
www.twitch.tv/lift_type.

42. Entretiens avec Romain Oudin
réalisé le 25 novembre 2021.

Dans cette continuité, la fonderie Lift Type se lance sur la plateforme, durant le confinement, pour proposer des entretiens en ligne entre typographes⁴¹. L'objectif est de profiter de la spontanéité et de la diffusion en direct du médium, pour proposer des discussions dynamiques autour des expériences de créateur·rice·s de caractère, partager leurs travaux, leurs références... [fig. 75 – 76] Ce format a pris la forme d'une émission mensuelle, nommé *Open Type*. Romain Oudin est l'organisateur ces moments de vie et de discussion, il ne les perçoit pas du tout comme une conférence :

« Je n'ai jamais trouvé le bon format puisque les invités et les tons étaient différents. Lors de l'un des derniers Open Type avec Jean-Baptiste Levée et Floriane Rouselot, au lieu de lancer le live, j'ai préféré que l'on discute en off sur comment on s'était rencontré et de lancer le stream sans prévenir personne au bout de dix minutes, pour garder la spontanéité. Pour moi, Twitch est une plateforme de proximité et de spontanéité, ce n'est pas un espace solennel. Tu m'appelles pour parler de conférences, ce n'est pas le format qui m'intéresse. C'est pour cette raison qu'il y avait des jeux à la fin des lives et que l'on pouvait gagner des typographies. Le tchat pouvait interagir, poser des questions. J'aurais voulu que lorsqu'il y avait de gros débats, que l'on invite des personnes du tchat. Une fois, il y avait Margot Lévêque qui interagissait beaucoup dans le tchat, j'ai regretté de ne pas l'avoir invité. »⁴²

Cinq éditions se sont succédé, chaque fois composées de deux invités : Pauline Fourest et Anton Moglia ; Émilie Rigaud et Matthieu Salvaggio ; Lucas Descroix et Jérémy Landes ; Jules Durand et Morgane VanTorre ; Floriane Rousselot et Jean-Baptiste Levée. L'émission s'est constitué son public à partir de communications sur les réseaux sociaux, principalement Facebook et Véronique Marrier qui avait aussi relayé l'information au nom du CNAF. En invitant des professionnels, les discussions étaient plutôt solennelles, alors qu'en invitant des étudiant·e·s, elles étaient plus spontanées. Cette émission est une des rares scènes médiatiques de la typographie française, elle reprendra sous la forme d'une deuxième saison, à partir de janvier.

Durant le mois de juin, Silvia Dore et Romain Diant organisent en binôme l'exposition *Point Commun* ⁴⁰, un rendez-vous annuel orchestré par l'Alliance France Design. *Point Commun* permet de questionner la position du designer·euse dans la société, dans un monde remis en question par une pandémie, et d'ouvrir le dialogue au-delà de la sphère des designers. L'exposition a fonctionné en table ronde, autour de quatre rencontres thématiques, « Care », « Ressources », « Territoires » et « Communs ». Cet événement était retransmis en direct sur Twitch⁴³ et sur le site web⁴⁴, mais on pouvait aussi participer de manière physique. Silvia Dore animait les débats pendant que Romain Diant en était le régisseur. Il s'occupait de réunir les questions et de la mise en scène du live, par les différents plans filmés, fixes et mobiles, par un caméraman, et la gestion des textes informatifs et des transitions [fig. 77 – 79]. Cette manifestation est une des premières initiatives avec une aussi grande organisation dans le milieu du design. Elle participe amplement à la diffusion et la reconnaissance du design à un large public en rompant les liens physiques des rencontres.

Ces initiatives d'institutions culturelles, d'indépendants, de professionnels, d'étudiant·e·s, etc., cherchent encore leurs formes et leurs publics. Les confinements ont favorisé la dématérialisation de ces projets ambitieux, mais il ne faut pas abandonner ces aspects de l'événementiel par la réouverture des lieux culturels.

⁴⁰ *Points Commun*. Paris, Alliance France Design. 11 sept. – 4 nov. 1985.

43. Twitch. Alliance France Design. Consulté le 20 novembre 2021. www.twitch.tv/alliancefrancedesign

44. *Point Commun*. Consulté le 20 novembre 2021. pointcommun.design/.

45. Elodie Boyer, Max Bruinsma, et Eloïsa Pérez. « Design graphique et société ». *Graphisme en France*.

La société actuelle évolue vers une numérisation constante et une médiatisation des médiums. Le graphisme et le design trouvent des portes d'entrée à la démocratisation d'une pratique par des moyens populaires. Il faut encourager la jeune génération de graphistes à s'approprier ces nouveaux canaux. Dans le *Graphisme en France 2021*⁴⁵, l'émission *Open Type* est citée dans le calendrier de la revue, lui donnant une visibilité nationale. C'est une première approche de valorisation de ce type de contenu. La forme de ces événements se précisera par l'expérimentation de ces auteurs. C'est un champ encore peu exploré qui demande uniquement d'être découvert.

Le champ du signe

(Étude d'intelligence artificielle)

Avec la montée en puissance des capacités de calcul des processeurs, de nombreux programmes auto-apprenants exploitent des schémas complexes d'analyse de langage et convergent à optimiser l'environnement. Des flux digitalisés de données, combinés à de nouveaux algorithmes dans les champs de l'intelligence artificielle (IA), aboutissent à l'émergence d'une dicibilité calculable. D'une écriture figée, nous passons à une écriture computabilisable et ses signes exécutoires automatiquement construits à partir de l'IA dans deux approches complémentaires : symbolique et connexionniste. Incorporant une dimension probabiliste, elle bénéficie d'une exactitude prédictive avec comme seule limite, celle de la puissance de calcul de ces machines. Ces simulations algorithmiques bousculent l'interaction entre ses échos amnésés et marionnés et illustrent la notion d'apprentissage artificiel.

<https://lechampdusigne.ecad-amiens.fr/>

[retour à la liste des contributions](#)

 <p>Automatisation ou méthanisation ? Le design à l'ère des intelligences artificielles Anthony Masure</p>	 <p>Données locales Jérôme Saint-Clair</p>	 <p>Intelligence artificielle ou la libération Histoire de l'intelligence artificielle IYEN ORO</p>	 <p>Le numérique : langage contre langage Salomé Entemeyer</p>
 <p>Machine learning for artists Tracking, prediction, classification, generation, computer vision Martial Geoffre Rousselot</p>	 <p>Écriture et code, motivation du sens et arbitraire du calcul Bruno Bachmann</p>	 <p>Design de fiction Design Fiction</p>	 <p>Machine Learning For Design Fiction Alaura Mathieu [HEAD Media Design]</p>
 <p>Micro-travail culture visuelle et jeu de l'imitation Valérie Bernard [Digital Design Studio]</p>			

[fig. 67]
École Supérieure d'Art et de Design d'Amiens, site web, *Mnemosyne*, Amiens, 2019.



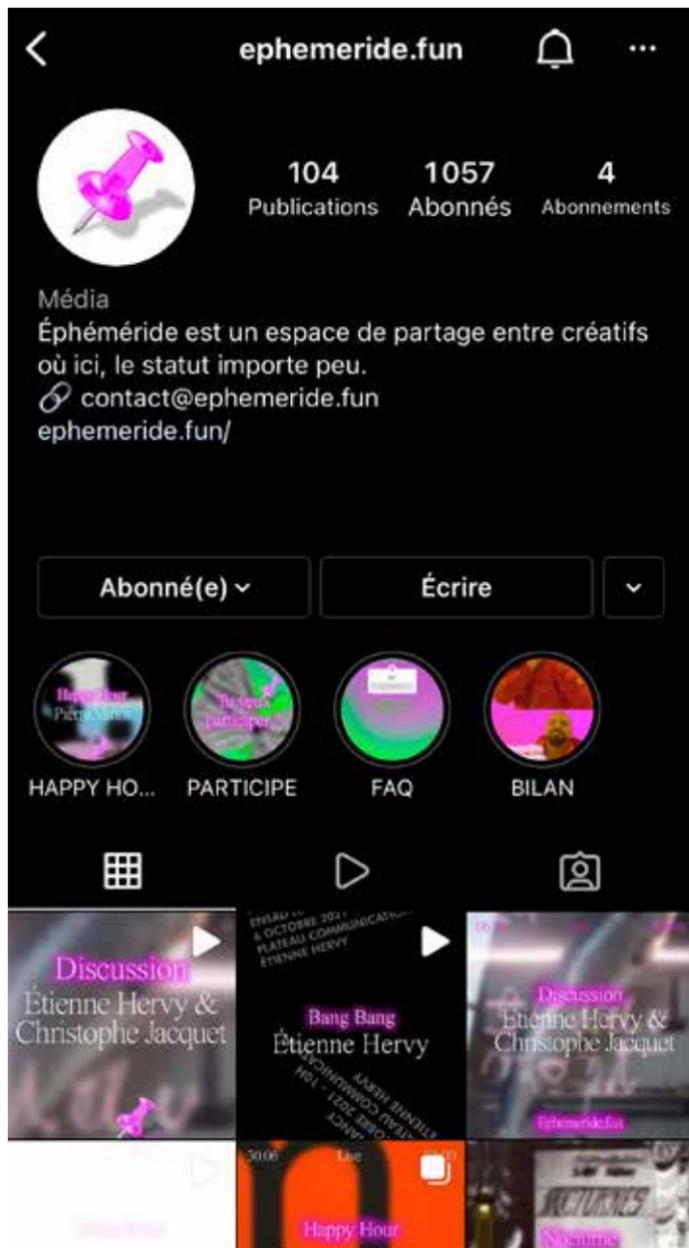
[fig. 68]
 Centre National du Graphisme, conférence,
Petit vadécum des graphistes, Le Signe, Chaumont, 2021.



[fig. 69]
 Centre National du Graphisme, conférence,
Petit vadécum des graphistes, Le Signe, Chaumont, 2021.



[fig. 70]
Centre National du Graphisme, conférence,
Petit vadécum des graphiq̄tes, Le Signe, Chaumont, 2021.



[fig. 71]
Ephemeride.fun, Instagram,
Éphéméride, 2021.



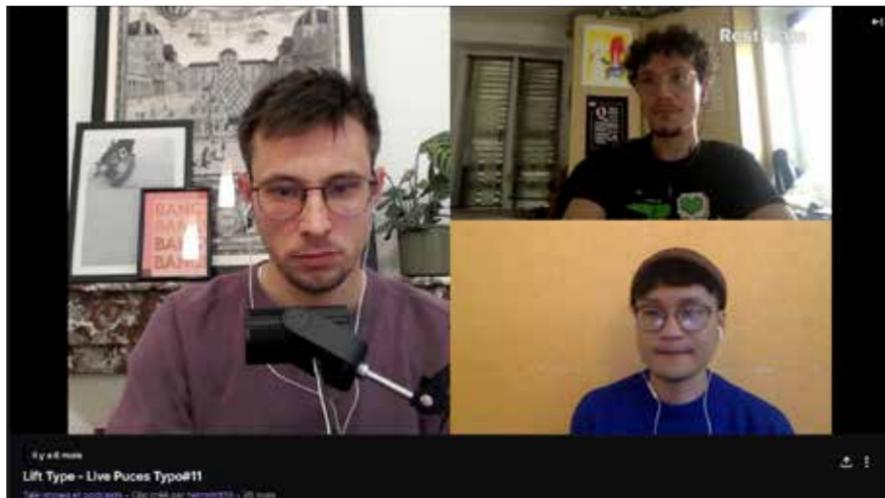
[fig. 72]
Ephemeride.fun, conférence,
Éphéméride, 2021.



[fig. 73]
Yonkonline, Twitch,
Yonk & friends, 2021.



[fig. 74]
Yonkonline, Twitch,
Yonk & friends, 2021.



[fig. 75]
Lift Type, Twitch,
Live Pucos Typo#11, 2021.



[fig. 76]
Lift Type, Twitch,
Live Pucos Typo#11, 2021.



[fig. 77]
Alliance France Design, site web,
Point Commun., 2021.



[fig. 78]
Alliance France Design, Twitch,
Point Commun., 2021.



[fig. 79]
Alliance France Design, Twitch,
Point Commun., 2021.

De GDFS à INTL, du national à l'international

À Glasgow, le Graphic Design Festival of Scotland est créé en 2014 par Beth Wilson et James Gilchrist. Après l'obtention de leur diplôme, iels constatent qu'il y a un manque dans le système éducatif écossais en design graphique. Iels décident de le combler en créant une connexion entre leurs modèles et les agences locales, ainsi qu'un espace d'apprentissage et d'évolution. Les premières éditions du festival se déroulaient sur cinq jours, un espace de mutualisation du travail, de collaboration, de discussion et de moments de vie. Une communauté s'est constituée. Ils faisaient intervenir différent·e·s acteur·rice·s du monde du graphisme local et européen, que ce soient des ateliers de risographie, des médias du domaine, des galeristes, des chercheur·euse·s et des designers provenant de domaines d'expertises distincts, comme l'édition, la vidéo, le motion design, la typographie... En proposant un large panel de création, le festival voulait mettre en relation les étudiant·e·s et les acteur·rice·s locaux du graphisme par des workshops, des conférences, des expositions et des ateliers, pour créer un espace pédagogique. Un concours de création graphique eut aussi lieu, se déroulant sur deux jours, fonctionnant sur un système de mentorat [fig. 80 – 81]. Plusieurs mentor·e·s étaient à la disposition des participant·e·s pour les conseiller et les aider à l'élaboration d'un projet. Toutes les propositions étaient évaluées par un jury, qui décernaient à trois gagnant·e·s des prix. Le festival ne s'adresse pas seulement aux étudiant·e·s, mais à toute la sphère professionnelle.

Contrairement à la France, les événements fonctionnent par le soutien financier d'entreprises privées et d'autofinancement en rendant payant l'accès à certains événements. À chaque édition, le festival évolue, se popularise et se constitue une communauté de plus en plus internationale.

Il élargit ses domaines de création, en proposant en 2016, un concours de court-métrage [fig. 82] et en diversifiant ses workshops. En investissant des lieux culturels importants de la capitale comme la bibliothèque Mitchell pour les conférences TopForm et le Centre National d'architecture et de design pour le concours d'affiches, il met en lumière la scène nationale et internationale du design graphique. En 2019, le festival présente sa dernière édition du GDFS, pour leur format de conférence TopForm [fig. 83], Beth Wilson et James Gilchrist ont invité des personnalités qu'ils considèrent comme les leaders internationaux de l'industrie créative : Pantagram, Swiss Typefaces, Sagmeister & Walsh, Kelly Anna, HORT et Vice. L'événement s'établit à l'échelle internationale et cherche à se réinventer.

En 2020, le duo remet en question le festival, voulant lui donner un nouveau nom et une identité plus appropriée à leur vision, ils s'expliquent sur le site web:

« Après 6 éditions du Graphic Design Festival Scotland, accueillant plus de 220 000 participant·e·s et visiteur·euse·s, plus de 30 000 soumissions d'affiches, plus de 120 événements et de belles expériences partagées, il est temps de regarder vers l'avenir. [...] Le festival combinera la conception graphique, la direction artistique, la photographie, le cinéma, la narration, l'image de marque, la stratégie, la publicité, la conception de caractères, l'animation, l'illustration, l'art, la mode et différentes formes d'expression créative, y compris de nouvelles disciplines à mesure qu'elles émergent. »⁴⁶

46. *Graphic Design Festival Scotland Announcement.* Graphic Design Festival Scotland. Consulté le 6 décembre 2020. graphicdesignfestivalscotland.com/.

 INTL, Glasgow, 2020 – aujourd'hui.

Ils enclenchent ces réflexions en changeant le nom de la manifestation, de Graphic Design Festival of Scotland à INTL . La manifestation vise à célébrer, présenter et inspirer les créatifs du monde entier à travers de trois piliers : International Assembly, International Creative Awards et International Posters. La crise sanitaire a bouleversé leur planification, les forçant à s'adapter, innover et se réinventer malgré la situation culturelle.



[fig. 80]
Graphic Design Festival of Scotland, photographie,
Concours, Glasgow, 2015.



[fig. 81]
Graphic Design Festival of Scotland, photographie,
Concours, Glasgow, 2015.



[fig. 82]
Graphic Design Festival of Scotland, photographie,
Short, Glasgow, 2015.



[fig. 83]
Graphic Design Festival of Scotland, photographie,
TopForm, Glasgow, 2019.

INTL, Festival distanciel, rapproché malgré la distance par les réseaux sociaux

Les directeur·rice·s du festival font partie de Warrior Studio qui s'occupe de créer les identités visuelles de chaque édition et les décline sur le réseau social Instagram. Leur identité évolue dans le temps tout en gardant certains principes, cela leur permet de se renouveler pour présenter les différents cycles d'événements. Cette communication s'articule autour de trois axes, l'utilisation de références graphiques, la présentation des professionnel·le·s invités et l'annonce des événements. Ce système propose un flux d'information et de références constant tout en faisant découvrir des studios et artistes. Durant une période non active du festival, il présentait des professionnel·le·s et leurs travaux chaque semaine, donnant à ces designers libre accès au compte Instagram [fig. 84]. C'est une manière efficace de dynamiser la communauté.

Pour l'instant le festival s'est déroulé uniquement de manière numérique, par des conférences et des workshops en ligne. Trois cycles de conférence ont eu lieu en utilisant l'application Zoom, d'avril à juin 2021. Ils invitent des designers à partager leurs travaux, des professionnel·le·s avec une forte signature graphique, des domaines d'expertises distincts et des utilisations d'outils originaux. Ces invités sont composés de Stefan Sagmeister, Grilli Type, Balmer Hälen, etc... Ces conférences commencent par une brève présentation des directeur·rice·s [fig. 85]. Ils laissent ensuite leur place aux designers, qui présentent leurs travaux chacun·e à leur tour, à travers de leurs ordinateurs [fig. 86]. Pour le public, ces rencontres nécessitent de s'inscrire et de payer leurs places pour y participer. Ils reçoivent un code quelques minutes avant le lancement, pour se connecter aux salons Zoom. Ils peuvent communiquer au travers d'un chat avec les différentes personnes du public, mais aussi les intervenant·e·s. Ces échanges permettent de recréer du lien entre les différents acteur·rice·s internationaux, qui ne peuvent pas forcément se déplacer.

Récemment, du 4 au 11 novembre a eu lieu l'*International Assembly*, un rassemblement mondial en ligne, accueillant des créatifs, durant une semaine. Cet événement était composé de deux journées de conférences présentant de grands noms comme Paula Scher, mais aussi des pionnier·ère·s dans des domaines méconnus tels que des designers de filtres 3D, des web designers... Des workshops en ligne ont aussi pris place durant le reste de la semaine, en plus des conférences. Le public avait la possibilité d'apprendre des pratiques comme du code génératif avec Yehwan Song, de la conception d'affiches expérimentales avec Nam Huynh et Mark Bohle, de la sculpture 3D en réalité augmentée avec Yonk, du motion design avec le Studio Dumbar, et de l'illustration avec Jordy van den Nieuwendijk.

INTL prend une place importante dans la scène internationale du design graphique, en réunissant des stars du design contemporain et des designers avec des pratiques méconnues. En présentant de nouvelles disciplines du design graphique, le festival agrandit sa communauté et diversifie ses pratiques pour élargir les apprentissages.



[fig. 85]
INTL, conférence,
International Assembly, Glasgow, 2021.



[fig. 86]
INTL, conférence,
International Assembly, Glasgow, 2021.

Conclusion

Pour comprendre comment les festivals démocratisent le design graphique, nous avons étudié leur histoire et leur création. La Biennale Internationale de l’Affiche de Varsovie a été une grande influence pour de nombreux festivals internationaux cherchant à se construire sur un modèle similaire. Ils sont souvent constitués d’un musée consacré à l’affiche. Celui-ci offre des espaces de conservations des collections anciennes et contemporaines ainsi que des lieux d’expositions pour y accueillir une communauté internationale. La collection est un outil important servant à la compréhension d’une pratique, à la diffusion du design graphique vers un large public. Elle amène à la création d’espaces de réflexion, de débat et de formation.

De cette manière, nous nous sommes intéressés à l’histoire du festival de Chaumont construit sur plus de trente années d’expérience. Nous avons pu y observer une évolution dans sa direction à travers ses directeurs successifs. Le projet culturel du festival a pris comme objectif de faire de Chaumont la capitale internationale du design graphique et de se créer un réseau culturel et professionnel européen. Pour y arriver, il était nécessaire d’étendre sa portée. Le festival annuel se déroulant dans différents lieux de la commune et sur une période de quelques mois a évolué en un espace culturel pérenne. Celui-ci accueille une programmation d’expositions s’étalant tout au long de l’année servant au rayonnement du design graphique. Cet espace prenant la forme d’un Centre International du Graphisme appelé Le Signe sert à réunir une communauté internationale autour de son festival devenu une biennale. Ce centre accentue les questions de conservation d’une collection contemporaine, par sa mise à disposition d’espace et d’outils pour la conserver et la traiter.

Ensuite, nous avons étudié différents exemples de festival pour comprendre leur impact culturel à travers les événements et les médiums qui les constituent. L’objectif d’un festival est de réunir un public, qu’il soit professionnel ou extérieur à la pratique. Par le biais d’événements comme les concours, les expositions, les conférences, les workshops et les ateliers, il démocratise le design graphique et partage le travail de créateurs et des mouvements plus ou moins connus.

Ces événements donnent la possibilité à des designers graphique d'expérimenter et de partager la vision qu'ils ont de leur pratique. Par des performances événementielles, que ce soit par la scénographie d'exposition, les conférences ou de workshop, le festival offre des espaces d'échanges.

Finalement, nous avons observé l'adaptation de l'événementiel face à une crise sanitaire, entraînant une distanciation sociale.

Celle-ci a apporté de la nouveauté dans la mise en ligne des médiums filmés et la digitalisation de manifestations. De nombreuses initiatives voient le jour sur les réseaux sociaux, les seuls supports permettant de garder un contact avec les communautés professionnelles. Ces projets permettent de mettre en lumière des pratiques récentes et peu connues du design graphique. Le travail de créateurs jusqu'alors peu valorisé par les institutions culturelles s'est étoffé. Le festival INTL se donne comme objectif de représenter les nouvelles disciplines, de les valoriser et faire des formations pour les démocratiser.

Ce mémoire est une réponse à mes questionnements sur la démocratisation du design graphique, en m'appuyant sur l'expérience des différentes personnes qui y ont contribué, mais aussi à travers un vécu personnel et des connaissances acquises au fil des visites de festivals. Les analyses et recherches sur mon sujet me permettront d'étendre cette réflexion dans un projet de diplôme. Celui-ci aura pour but de réaliser un festival de design graphique, entre présentiel et distanciel, usant les nouveaux canaux de communications. L'objectif est de m'approprier les différents médiums à ma disposition pour innover et chercher de nouvelles formes d'événementiels.

Entretiens avec Vincent Perrottet

Je voulais m'entretenir avec vous, principalement par rapport à votre lien avec le Signe et le festival de design graphique de Chaumont.

Vous y avez réalisé des missions qui avaient pour objectif la transition du festival en biennale et la construction du Signe.

Le festival est un lieu de rencontre autour d'un sujet. Celui de Cannes a pour sujet le cinéma, Angoulême c'est la BD et Avignon c'est le théâtre, etc. Chaumont, Échirolles et la Saison Graphique ont pour sujet le graphisme. Il y a peu de manifestations de design graphique en France comparé aux autres expressions artistiques. Le design d'objet de qualité et l'architecture sont aussi peu popularisés. C'est une forme de pauvreté culturelle française. Ce n'est pas le même cas en Suisse ou aux Pays-Bas. Il y a tout un travail à faire par les graphistes ou les personnes qui enseignent le graphisme, pour qu'une culture se développe. Les festivals réunissent les différents acteur·rices afin qu'ils puissent échanger entre eux et qu'ils puissent regarder ce que font les uns et les autres. C'est l'essence même des expositions. C'est un lieu principalement dédié aux personnes qui ont la même activité, mais le public extérieur à la pratique est aussi nombreux. Ces lieux dédiés au graphisme se trouvent souvent dans des villes de province. Chaumont est une ville de 20 000 habitant·e·s (40 000 habitant·e·s avec l'agglomération) et Échirolles compte 35 000 habitant·e·s. Il n'y a pas de public national pour considérer les formes graphiques ou dans le design en général. Le festival se construit autour d'une histoire et d'une actualité autour de notre discipline. Une histoire est retour sur de grands créateur·rice·s ou des mouvements importants. On ne peut pas être bon dans son domaine si on a aucune connaissance historique de sa pratique. On essaye de développer dans les écoles une vraie culture du design, mais on peut se demander ce qu'est une culture du design. Cette culture du design est de reconnaître le travail de créateur·rice, les inscrire dans le temps, essayer de connaître la littérature qui en sort. C'est un long travail, mais en même temps quand on aime, il faut juste regarder.

Quelle est votre relation avec les festivals ?

Les festivals ont formé mon regard et ma connaissance du sujet. Lorsque j'étais jeune graphiste, Gérard Paris Clavel a été à la fois un maître et un ami, qui m'a obligé d'aller au festival de Chaumont. J'y suis allé en traînant des pieds puisque j'avais toujours mieux à faire. Quand j'y suis allé, j'étais épaté de voir toute cette richesse de formes et de rencontrer des gens. On peut croiser plein de monde et faire des connaissances. Ainsi, on peut entretenir un réseau d'amitié, de respect du travail.... c'est un lieu de rencontre et de monstration. Avec Pierre Bernard et Alex Jordan, on l'a axé avec cet objectif lorsqu'on a eu la responsabilité du festival.

Est-ce que vous aviez participé à Graphisme dans la Rue à Fontenay-sous-Bois ?

J'y ai participé en tant que participant amical. C'était une des rares et bonnes manifestations avec peu de moyen. Tout ce qui touche à la culture du graphisme est bon à prendre. La moindre manifestation est bonne, il ne faut pas qu'il n'y ait que des grandes. Je préfère plein de petites manifestations.

Qu'est-ce que ça fait d'avoir participé à de nombreux festivals internationaux en tant que graphiste renommé ?

Je déteste voyager, je ne suis allé quasiment nulle part. Aujourd'hui, il se vérifie que voyager n'est pas très bon pour l'écosystème de notre planète. Je ne parle pas anglais et j'ai décidé à une période de ma vie qu'il était trop tard pour voyager. J'ai rencontré beaucoup de personnes dans les festivals français et Suisse. Il y a des lieux magnifiques à Zurich, il y a une vraie culture du graphisme. Aux Pays-Bas aussi avec le magnifique musée Stedelijk qui avait une vraie collection de design et des manifestations avec des graphistes. Souvent ce sont les graphistes étranger-ère-s qui viennent à Chaumont ou à Échirolles.

Comment faites-vous lorsque vous participez à un concours international d'affiche étranger ?

Une fois de plus, je n'aime pas voyager, ce qui est important c'est le travail, c'est n'est pas tant la personne, si je voulais que l'on connaisse ma personne, j'aurai fait du théâtre ou du cinéma. En tant que graphiste, j'aime faire des images et parler au travers d'elles. Si mon image est réussie, je n'ai pas besoin d'y être, c'est qu'elle fonctionne.

Le fait de voyager, c'est aussi une occasion de découvrir d'autres cultures.

Dans les pays étrangers, il y a le paysage alors que la culture, elle vient à nous, le cinéma, la littérature, des peintures, des objets magnifiques, etc... Pour tout ça, il n'y a pas besoin que j'aille à l'étranger, il y a plein de livres, d'émissions, de films, on n'a pas forcément besoin de tout voir. C'est une sorte de folie qui habite le monde en ce moment. Peut-être parce que l'on dit festival international, qu'il y a des gens qui se déplacent, je peux le comprendre, c'est le paradoxe. Il y a l'AGI (l'Alliance Graphique Internationale) qui a de plus en plus de membres en France. Il y a des AGI nationales, et elles organisent ou accompagnent des manifestations. Ce n'est pas encore bien développé en France, mais ça commence.

Une de vos missions consistait à transformer le festival annuel de design graphique en une biennale, est-ce bien cela ? Comment repense-t-on le fonctionnement d'un festival, ces programmations, etc... ?

Le festival de Chaumont est devenu une biennale, parce qu'il y avait enfin l'existence du Signe. C'est un bel outil situé à Chaumont qui permet de faire des expositions, accueillir un festival, faire des formations, des résidences... Il y a plein de choses dans le programme du Signe qui doit se développer parce qu'il n'y a toujours pas assez de moyens. C'est un lieu qui fonctionne en moyenne avec 5/7 expositions par an. À partir du moment que l'on a l'énergie de faire autant d'expositions, on ne peut pas se concentrer à 100 % sur l'organisation d'un festival. Un festival c'est près de 6 mois de travail d'affilés.

Lorsque je gérais la direction artistique, le festival se déroulait fin mai. Début septembre, on avait nos premières réunions pour la suivante. Il fallait définir le thème, quels pays et quels graphistes on invitait pour faire une exposition. Une exposition met des mois à se monter, c'est un travail à temps plein en termes d'organisation. Ce n'était pas possible de faire à la fois un festival avec à peu près 8 expositions et plus de cinq expositions dans l'année, ça devenait irréalizable. Le système biennal est assez répandu dans le cadre des festivals de graphisme. Ça permet à des gens de venir plus souvent paradoxalement. Parce que c'est tous les deux ans, c'est un meilleur rythme. Je regrette qu'il n'y ait pas plus de personnes qui viennent au festival. C'est un problème encore assez français, les graphistes ont du mal à se fédérer et à se retrouver. Ceux dont j'apprécie le travail et qui vont dans le bon sens, faire des images de qualité pour des publics qu'on veut de qualité. Le Signe comme le festival, c'est un lieu qui peut permettre à des gens qui travaillent moins bien ou autrement, je pense au monde de la communication et de la publicité, de se ressourcer et d'aller vers des formes plus intéressantes que celles qu'ils produisent.

Il est intéressant de voir que le festival peut toucher un public plus large que seulement des graphistes d'auteurs.

Tout le monde voit du graphisme, mais ce n'est pas discuté. Il n'y a pas de discussion autour de la qualité d'une œuvre graphique comme il pourrait y avoir pour le cinéma ou le théâtre... c'est devenu complètement ordinaire la critique de certains arts. En design graphique, personne n'écrit sur ce média, à part Xavier de Jarcy de Télérama. Il y a quelques journaux comme Étapes. C'est peu pour une discipline qui est composée de nombreux mauvais graphistes et les quelques bons qui occupent pratiquement tout le paysage urbain, il y a des signes partout. On ne peut ni les commenter ni les cultiver.

Comment s'organise un festival ?

Chaque festival a une histoire particulière, est-ce qu'il y a une thématique, quels sont les créateur·rice·s présentés, quels types d'expositions, quelles relations avec les écoles... C'est un travail de création. On appelle ce poste direction artistique, mais on réfléchit comment le festival va s'insérer dans l'histoire. Ces questions sont longuement discutées avec des théoricien·ne·s ou des graphistes. C'est un travail de direction artistique, mais demande aussi beaucoup d'organisation. Lorsqu'on invite des gens, il faut organiser leur venue. Il faut réfléchir à comment organiser les expositions, trouver des scénographes, trouver des graphistes. S'il y a 8 expositions, cela fait un sacré travail. Pour organiser un concours international, il faut trouver le jury, savoir s'il y a une thématique, activer les demandes d'inscriptions. Des personnes s'occupent de tout organiser durant toute l'année pour que ça puisse fonctionner. Des conservateurs s'occupent de récupérer les affiches et de toutes les recenser. On ne conserve plus toutes les affiches, avant, c'était une obligation liée au règlement du festival, on voulait tout garder. On s'est aperçu que l'on manquait de place et surtout que toutes les productions ne sont pas de qualité. Pourquoi garder des objets qui ne méritent pas d'être gardés, c'est subjectif. Ça demande beaucoup de travail d'entrer autant d'affiches. Organiser un festival représente beaucoup de travail et demande aussi beaucoup de moyens. C'est pour cette raison que le festival annuel est passé en biennale.

Les missions qui vous ont été confiées, proviennent-elles du maire de Chaumont ?

La municipalité a toujours cherché à développer le graphisme à Chaumont. On les a aidés en tant que graphiste, en les prévenant qu'ils avaient une merveilleuse collection d'affiches. Elle est peu montrable dû à sa conservation. Dans les années 2000, on s'est battu pour avoir un lieu dédié au graphisme. Ça ne pouvait pas être Paris, il n'y a pas de raison, Paris n'a jamais rien fait pour le graphisme.

Il y avait Chaumont, qui avait cette collection d'affiches anciennes et une vraie volonté municipale d'avoir quelque chose qui pouvait donner de l'attrait. La municipalité à accepter de monter un projet de centre du graphisme. À l'origine, la commune pensait à refonder totalement le quartier de la gare en prévision d'avoir ce bâtiment. Il y a eu 17 années de discussion pour avoir le Signe, il fallait s'entretenir avec le ministère pour avoir un peu de moyens. Faire en sorte que les DRAC s'intéressent plus aux subventions données aux graphistes.

Est-ce que Graphisme en France (CNAP) peut aider dans ce genre de situation ?

Graphisme en France est la brochure éditée par le CNAP. Véronique Marrier s'en occupe. C'est une forme de reconnaissance institutionnelle. Le CNAP n'a pas de moyen, il n'en délivre pas. Ce n'est pas lui qui subventionne, à part des recherches ou des résidences, il n'est pas doté d'outils culturels comme le Signe. Mais Véronique et son supérieur au CNAP font des rencontres avec des ministères, des régions ou des villes. C'est la fonction principale du CNAP.

Une de vos missions était de revoir l'économie du festival et du Signe, comment s'occupe-t-on de cela ?

On connaissait l'économie du festival, elle se répète une année sur l'autre avec plus ou moins de moyen. Le Signe est un outil qui nécessite de fonctionner tout le temps, ce sont des frais de fonctionnement, des frais d'équipe, des moyens pour réaliser des expositions, pour faire venir des gens. Il y a un projet culturel qui a été écrit. À quoi va servir cet outil. Ça a commencé il y a des années puis ça s'est résolu au moment où le chantier avançait. On avait vraiment travaillé sur un projet qui contenait toutes les activités qui devaient être pensées dans ce bâtiment. Ensuite on a essayé de chiffrer poste par poste ce que va coûter tel chose, on arrivait à un budget de fonctionnement, mais la région et l'état n'ont pas donné assez pour que ça fonctionne à la perfection. Ça fonctionne, c'est déjà énorme.

Le changement de annuel à biennal, a-t-il joué un rôle sur les événements et est-ce qu'il y a eu une inspiration d'autres festivals fonctionnant ainsi ?

La temporalité des manifestations n'a pas forcément de relation avec les événements.

Tous les deux ans, c'est plus simple techniquement et économiquement. Faut mettre beaucoup d'énergie pour faire venir les gens. La réussite d'un festival, c'est la venue des intéressés.

Le public de la ville y est au moins durant le week-end d'inauguration. Il y a les gens de la ville et des petites manifestations avec. Le Signe est beaucoup visité par la population de la commune. Parce que c'est un beau bâtiment, il y a des expositions, il y a une cafétaria... Il y a plein d'ateliers suivis par les enfants, donc il a un public ce bâtiment. Le festival est une autre affaire.

Trouvez-vous que le festival de Chaumont aurait pu s'inspirer d'un courant, inauguré par Varsovie, construit sur la base d'une collection et d'un musée, que l'on peut retrouver dans différents pays, comme Toyama au Japon ou Lathi en Suède ?

Il y a toujours des recettes, pour un festival, il s'agit de faire venir, de montrer, de discuter, il peut y avoir des thématiques ou autre, il peut y avoir plus ou moins d'importance des choses montrées. On peut faire de très belles expositions de livres, d'affiches. Beaucoup de biennal sont parties de l'affiche, car c'était un élément spectaculaire du graphisme, c'est facile à montrer comparé à un livre ou à une identité graphique. Il est important de comprendre ce qu'est une bonne identité graphique, un bon livre, une bonne affiche ou bien des beaux sites. La plupart des lieux où l'on célèbre le graphisme ont tendance à montrer l'évolution du graphisme d'aujourd'hui. L'affiche, on est en train de réaliser les dernières. Elle était le moyen de communication principale, il y a encore une vingtaine d'année. Les nouvelles formes de l'affiche sont leur animation. Dans le cas du Demo Festival, voir des images gratuite dans des panneaux publicitaires, qui donne seulement à voir, cela doit être beau à voir.

Dans tous les pays, des graphistes passionnés qui essaient de faire reconnaître leurs disciplines, de le conserver, de le montrer. Beaucoup de graphistes s'impliquent dans la culture des formes dans leurs pays.

Comment vous voyez la notion de profession/culture au sein d'un festival/manifestation ?

Dès qu'on parle de création, on parle de culture. Les professionnel·le·s vont dans ce genre de festival pour comprendre comment être créateur. C'est plus confortable de pouvoir signer ce que l'on fait que de faire une image anonyme non signée. C'est quelque chose de paradoxal, ce qui restera du graphisme, ça sera ce qu'on a trouvé nécessaire de conserver, des très bonnes images et ça ne sera pas représentatif de l'époque dans laquelle on a vécu, parce qu'elles sont minoritaires, toutes les autres auront disparu. Ça sert à donner le goût à des gens de faire de meilleures images. J'aime bien qu'on puisse reconnaître qu'il y a quelqu'un derrière. Là on m'a vraiment regardé, parce qu'une image ça regarde tout le monde. Pour moi, une/un vrai·e graphiste, c'est quelqu'un qui essaie de devenir une/un créateur·rice. Le fait d'essayer, c'est déjà d'être une/un très bon graphiste.

Est-ce que le festival est-il un lieu qui favorise les rencontres et la création ?

Dans les festivals, on essaie de discuter de ce que l'on trouve le plus intéressant, regarder comment ça se passe, comment les images évoluent. Hier, je suis allé chez un imprimeur que j'aime beaucoup, Lézard graphique, ils impriment de plus en plus d'images de superbes graphistes et je suis tombé à l'arrêt devant deux images magnifiques, une pour un festival de littérature en Allemagne et une autre pour un lieu d'art contemporain à Lausanne. Ces images étaient sublimes. J'avais qu'une envie, c'était les prendre, c'est ce que j'ai fait d'ailleurs. Je les regarde comme un véritable plaisir parce qu'elles sont de nouvelles graphiques dont je n'avais jamais vu encore. Je suis tout de suite allé voir sur Internet le nom des deux ateliers. Elles m'avaient donné envie de les collectionner.

C'est la fonction même de la création, c'est donner le désir de créer. Quand je vois de belles choses, pas forcément du graphisme, ça me donne envie d'en faire d'aussi belles. Les festivals sont faits pour découvrir tout ce qui se fait qu'on ne connaît pas encore ou pour confirmer la qualité qu'on confère à certain·e·s, dans de belles expositions, dans des rétrospectives, on peut aussi célébrer des gens tout jeunes comme Super Terrain. Il faut aussi que pour une exposition, il y ait assez de choses à montrer quand on veut présenter une personnalité ou un groupe de personnes. C'est le but du concours international, tous les deux ans récupérer les productions annuelles de qualité.

Le festival est constitué de différents événements comme le workshop, le festival ou bien le concours d'affiche

Le workshop est destiné à des jeunes graphistes, presque toujours des étudiant·e·s, qui rencontrent des créateur·rice·s de qualité, et qui puissent travailler, voir ce qu'est un travail critique sur leur propre travail. Un travail très cultivé, très documenté. Des gens qui savent faire, de grands graphistes. Les workshops ont existé très tôt au sein du festival, dans la fin des années 1990. C'est vrai que ce sont des événements qui font le festival. Il y a entre 100 et 150 jeunes d'endroits divers du monde qui arrivent pour travailler une grosse semaine, c'est vivant. C'est aussi ouvert au public, des gens qui viennent voire c'est quoi essayer de créer une image sur un sujet. C'est pareil pour les conférences, il y a les conférences de graphistes qui permettent de montrer un travail, de mieux en mieux fait grâce aux outils numériques et il y a des conférences de personnes qui savent parler de l'histoire et de la fonction du graphisme.

Est-ce que vous trouvez que le graphisme contemporain prend plus une forme conceptualisée ou théorique par les formations à la recherche au sein des écoles ?

Qu'une époque soit révolue, où l'on pouvait voir des événements assez politisés comme **Graphisme dans la Rue** ?

Ça dépend de ce que l'on entend par recherche, dans les sciences humaines ou en physique, ce n'est pas la même chose qu'une recherche qui inclut un domaine de création. Il y a deux types de recherches, celles faites pour les historien-ne-s et les théoricien-ne-s, ça peut être sur l'histoire de notre pratique et des personnalités qui l'ont animé, mais ça peut être aussi sur des sujets plus généraux sur le numérique, sur les images dans la rue, etc... mais avec un travail qui va s'associer avec les sciences humaines, la sémiologie, la sémantique, la sociologie. C'est une forme de recherche menée par des gens comme Catherine de Smet ou Vivien Philizot. Et il y a une recherche un peu fondamentale ou pratique, je pense à l'atelier national de typographie. Il y a des gens du post-diplôme qui viennent travailler, réfléchir sur la typographie ou à son dessin, d'expérimenter toutes ces choses-là. C'est une autre forme de recherche. Lorsque les étudiant-e-s font ce travail, ils se cherchent eux-mêmes en tant que créateur. Mais il est aussi possible de chercher de manière technique plutôt que sensible. Depuis que j'ai commencé à faire du graphisme en 1982, il n'y a jamais eu autant de bons graphistes et de bons designer-euse-s dans le domaine, ça n'a pas arrêté de progresser. Il faudrait que ce soit mille fois plus pour que ça puisse modifier quelque chose. Il n'y en a jamais eu autant. Je découvre presque tous les mois quand je vais chez Lézard graphique de nouveaux graphistes, ils n'ont pas tous atteint une écriture qui soit reconnaissable. C'est un objectif qui ne me paraît pas stupide d'atteindre, ça veut dire qu'il y a quelqu'un derrière. Quelquefois, sans savoir qu'il y a quelqu'un derrière, on voit qu'il y a un énorme savoir-faire et ça c'est super. Je vois de plus en plus de jeunes savoir-faire.

Depuis un certain temps, le fait que les graphistes ont des sites, le fait que des images circulent sur Instagram ou sur d'autres supports, il y a beaucoup de graphistes qui sont reconnue·e·s sans que l'on voit une seule image en vrai. Je peux témoigner pour mon travail, ceux qui ne vont pas à Chaumont ou à Échirolles, ils ne voient pas grand-chose de mon boulot. Avec Internet, mon travail est beaucoup vu. Les images sont faites pour être baladées sur d'autres réseaux que leur fonction première. Quand je fais une pratique pédagogique, des workshops, beaucoup d'étudiant·e·s ont la connaissance d'œuvres graphique au travers d'Internet. Une affiche est un véritable objet, par sa taille, sa matière. La scénographie d'exposition a aussi un grand rôle. Dans la rue, ce n'est pas facile d'arriver à prendre sa place, tellement il y a d'informations visuelles. L'exercice du graphiste est d'arrêter les personnes pour reconnaître qui s'adresse à celles, ça peut être un théâtre, un festival. Nike essaye de faire la même chose d'ailleurs. Au départ une affiche est un signal qui est donné, elle est faite pour durer par sa qualité plastique. Une affiche on la regarde une fois que l'information est passée, ça veut dire qu'il y a autre chose dedans. Par exemple, on ne garde pas tous les trucs de solde, etc... ce n'est pas assez beau pour les conserver. Avant que mon image devienne affiche, ce sont des images sur lesquelles je travaille. Aujourd'hui je sais qu'il y a des images qui peuvent rester dans l'écran et de rester à cet endroit-là. La seule chose, c'est que l'image doit être de qualité, qu'elle donne envie de comprendre la proposition de l'image. Ce n'est plus vraiment un objet.

Avec la situation sanitaire, les festivals ont du s'adapter à cette situation en passant par le numérique.

Il n'y a pas trop le choix, si on veut continuer de discuter de loin, parce que l'on parle de public, puisqu'il ne peut pas se déplacer, il cherche un canal pour avoir des informations sur ce qu'il aime, en moment le canal principal est le numérique. C'est des visites virtuelles pour les festivals, des festivals de cinéma qui se font sur écran, ça ne me plaît pas trop, mais c'est comme ça.

À Glasgow, il est organisé des conférences en ligne, avec 7 à 8 personnes qui s'enchaînent, ça permet d'y participer sans avoir le besoin de s'y rendre.

L'avantage est de ne pas bouger, l'inconvénient est de ne rencontrer personne, c'est dans ces endroits là qu'on fait connaissance, on sait aussi qu'il y a de plus en plus de gens qui se rencontrent sur le net.

Qu'est-ce que le festival peut apporter à un public non cultivé au graphisme ?

Des que l'on fréquente quelqu'un ou quelque chose de façon durable, ça nous change, quand on vit dans une ville différente, on change puisqu'il faut s'adapter à son nouveau décor.

Là il peut y avoir quelque chose qui peut changer au fur et à mesure, c'est le regard qui va être de plus en plus cultivé. Les gens de Chaumont viennent visiter les expositions du festival, ils regardent, des fois ils ne comprennent pas, mais au début on ne comprend jamais quand on ne sait pas, puis au fur et à mesure, ça finit par les intéresser et leur regard se développe. Le signe produit beaucoup d'affiche, avec Mathias Schweizer, de mon côté avec le Relax, j'essaie de faire des images intéressantes, la communication de la mairie a décidé de travailler avec des graphistes, alors qu'elle ne le faisait pas avant. À Chaumont, le repère change par la pratique, l'usage de la ville et des expositions. Au moins quand on descend dans la rue à Chaumont et que l'on demande ce qu'est un graphiste, pour la plupart, ils savent, alors qu'à Paris personne ne le sait.

À Paris, il y a des tests de festivals, qui n'ont pas forcément fonctionné.

C'était la fête du graphisme géré par Michel Bouvet, il y avait des problèmes d'organisation et de contenu, ça ne fonctionnait plus comme il le souhaitait, si on connaît pas les graphistes, ils ne viennent pas. C'est pour cette raison que dans les festivals, lorsque ce sont des graphistes qui s'en occupent, ils ont intérêt à être connu des autres. Dès qu'il n'y avait plus de graphiste pour la manifestation de Paris, il n'y avait plus rien.

J'aimerais qu'il y ait de plus en plus de lieux qui s'intéressent à cette richesse de pensée, de façon de faire, etc., que l'on trouve dans le graphisme et qu'il y est plus de personnes qui soient capable d'en parler, de le critiquer. Je souhaite plein de choses, que ça fonctionne seulement si les graphistes s'en mêlent. J'en parle aussi pour vous, jeunes graphistes, c'est d'essayer de développer nos propres outils pour mieux comprendre ce que l'on fait. Ça ne peut pas être quelqu'un d'autre que les graphistes qui arrivent à inventer les outils pour comprendre ce qu'ils font. Même si j'adore les conservateurs, les personnels de musée, etc., le projet ne peut être mené que par des graphistes et ils ne sont pas bien organisés entre eux, ni bien syndiqués. Ils ne vont pas assez dans les festivals et je le regrette à chaque fois. Il est dommage de ne pas y voir les graphistes que je connais. C'est fou, qu'il n'y a que si peu de manifestations, qu'on n'y soit pas systématiquement. C'est se tirer une balle dans le pied de n'y pas aller.

Avoir un centre d'art est un avantage pour l'accueil et les espaces d'expositions, mais est-ce que vous voyez des désavantages ? par exemple la Saison Graphique n'avait pas de centre et a réussi à fonctionner durant de nombreuses années.

Un centre est important puisque l'on a besoin d'espace pour conserver, pour travailler, pour regarder. C'est quasiment le seul avec Échirolles, le Havre tenait par l'énergie d'un directeur de bibliothèque universitaire, par une école d'art et une galerie privée associative. Cela tenait par quelques professeurs tous bénévoles. C'est un événement moins pérenne et ce n'est pas la même importance d'organisation. Le festival de Chaumont était un budget à 800 000 euros alors que le Havre s'ils avaient 45 000, ils étaient heureux. Ce n'étaient pas les mêmes échelles. Le Signe est un beau bâtiment, il y a un beau geste architectural bâti sur un ancien bâtiment. Si on pouvait avoir deux fois plus de places, ça ne m'embêterait pas, parce qu'ils y ont plein de choses à montrer et il y a une collection prodigieuse. Il y a 800 m² de sous-sols pour pouvoir tout entreposer. L'architecture arrive à bien se marier avec l'architecture locale. Je suis très heureux que ça existe.

Index des festivals de design graphique cités



Biennale Internationale de l’Affiche.
Varsovie, École des Beaux-Arts de
Varsovie. 1966 – aujourd’hui.



International Poster Triennial,
Toyama, Prefectural Museum
of Art & Design,
1985 – aujourd’hui.



Lahti Poster Triennial.
Lahti, Lahti Poster Museum.
1985 – Aujourd’hui.

Pas de logo

Salon de l’éphémère,
Fontenay-sous-Bois,
1988 – 2000.



*Festival International
de l’Affiche et du Graphisme.*
Chaumont. 1990 – 2015.



Le Mois du Graphisme.
Échirolles, Centre du Graphisme.
1990 – aujourd’hui.



*Bienal Internacional del Cartel
en México.* México.
1990 – Aujourd’hui.

Pas de logo

Graphisme dans la Rue,
Fontenay-sous-Bois,
1993 – 2014.



*Hong Kong International Poster
Triennial,* Hong Kong,
Hong Kong Heritage Museum,
1997 – Aujourd’hui.



100 Beste Plakate, Berlin,
2001 – aujourd’hui.



Une Saison graphique, Havre,
2009 – aujourd’hui.



Typomania, Moscou,
Museum of Moscow,
2012 – aujourd’hui.



La Fête du graphisme,
Paris, 2013 – 2016.



Graphic Design Festival of Scotland,
Glasgow, 2014 – Aujourd’hui.

Identité variable
chaque année

*Biennale Internationale de Design
Graphique,* Chaumont, Le Signe,
2017 - aujourd’hui



Demo festival, Amsterdam,
Central Station, 2019.



INTL, Glasgow,
2020 – aujourd’hui.



&NowEast Poster Festival.
Bucharest, Point Art Hub.
2021 – Aujourd’hui.

Bibliographie

Alliance France Design.

Consulté le 20 novembre 2021.

www.twitch.tv/alliancefrancedesign

Baldinger, André & Vu-huu, Toan (2021, 15 octobre).

Chaumont, devenir ville du graphisme [Conférence].

Biennale Internationale de design graphique,

Le Signe Centre National du Graphisme, Chaumont,

[En ligne : youtu.be/DDHUnaxIT8U].

Boyer, Elodie, Max Bruinsma, et Eloïsa Pérez.

Design graphique et société. Paris : Centre National des Arts Plastiques, 2021.

Bruet, Manon.

The conference : a format. Édité par Editions Empire.

Revue Faire, n° 28 (2021).

Catalogues des festivals de Chaumont.

de 1994 à 2021.

Chat, Évelyne.

« Festival – Graphisme dans la rue ». *La Galeru*.

Consulté le 30 octobre 2019.

lagaleru-original.org/fr/graphisme-dans-la-rue/festival.

Daniel, Johanna.

« 1886 – 1896 : l’Affichomanie. Parcours sur Gallica autour des premiers collectionneurs d’affiches »,

Orion en aéroplane,

peccadille.net/2015/07/04/affichomanie/.

Dept Agency.

Creating the Largest Motion Design Festival.

Consulté le 6 décembre 2020.

www.deptagency.com/case/creating-the-largest-motion-design-festival/.

Étapes Eds.

Dossier festival. Étapes : Design graphique & culture visuelle, Revue Étapes Graphiques,

n° 256 (20 août 2020).

Experimental Jetset.

Chaumont (((O))) Lecture, juin 2005,

www.jetset.nl/archive/sun.

Gilchrist, James.

International Poster Book.

Édité par Graphic Design Festival Scotland.
Glasgow, 2017.

Gilchrist, James.

International Poster Book.

Édité par Graphic Design Festival Scotland.
Glasgow, 2018.

Gilchrist, James.

International Poster Book.

Édité par Graphic Design Festival Scotland.
Glasgow, 2019.

Grison, Clément.

Les festivals de design graphique.

École Supérieure de Design Graphique d'Amiens, 2020.

Graphic Design Festival Scotland.

Graphic Design Festival Scotland Announcement.

Consulté le 6 décembre 2020.

graphicdesignfestivalscotland.com/.

Graphic Design Festival of Scotland.

Poster generator.

Consulté le 13 novembre 2021.

graphicdesignfestivalscotland.com/2017/poster-generator/.

**Graphic Design Festival of Scotland,
Warriors Studio et Infinity Eye.**

Olympia Gallery, 2019.

Consulté le 12 novembre 2021.

www.olympiagallery.org/2019/.

Hong Kong International Poster Triennial.

Hong Kong International Poster Triennial |

Call for Entry. Consulté le 27 juillet 2021.

www.heritagemuseum.gov.hk/hkipt/en/archive.

Imbert, Clémence.

Les expositions de design graphique contemporain.

Édité par Première édition. Dispositif(s) dans l'art contemporain, Marges, revue d'art contemporain, n° 20 (10 avril 2015): p. 86–99 (200 p.).

Imbert, Clémence.

«*Vous en faites une œuvre*» *Quelques réflexions sur les expositions de graphisme*. Édité par Centre national des arts plastiques et Graphisme en France.

Exposer le design graphique, Graphisme en France, no 24 (avril 2018): p. 6–29 (87 p.).

Instagram.

@ephemeride.fun. Consulté le 17 octobre 2021.
www.instagram.com/ephemeride.fun/.

International Poster Biennale.

27th International Poster Biennale in Warsaw 2021.

Consulté le 29 octobre 2021.

warsawposterbiennale.com.

Knorowski, Mariusz.

«*About the Museum*», *Poster Museum*,

www.postermuseum.pl/o-muzeum/.

Koper, Bruno.

La Biennale Internationale de l’Affiche de Varsovie, n°11, Signes, Juin 1994.

Lenica, Jan.

L’école polonaise de l’affiche, n°88, Graphis, mars 1960.

Le Signe,

Concours international: Flashback,

[www.centrenationaldugraphisme.fr/](http://www.centrenationaldugraphisme.fr/biennale/1990-2015/programme/concours-international-flashback)

[biennale/1990–2015/programme/concours-international-flashback](http://www.centrenationaldugraphisme.fr/biennale/1990-2015/programme/concours-international-flashback).

Lift Type.

Consulté le 20 novembre 2021.

www.twitch.tv/lift_type.

Marrier, Véronique.

Focus sur... Chaumont Design Graphique | Cnap.

CNAP. Consulté le 30 octobre 2021.

www.cnap.fr/focus-sur-chaumont-design-graphique.

Ministère de la Culture.

[GRAPHIC DESIGN] Opening: Le Signe – Centre National du Graphisme à Chaumont.

[www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Grand-Est/](http://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Grand-Est/actu/an/2016/GRAPHISME-Ouverture-Le-Signe-Centre-national-du-Graphisme-a-Chaumont)

[actu/an/2016/GRAPHISME-Ouverture-Le-Signe-Centre-national-du-Graphisme-a-Chaumont](http://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Grand-Est/actu/an/2016/GRAPHISME-Ouverture-Le-Signe-Centre-national-du-Graphisme-a-Chaumont).

Mnémosyne.

Consulté le 15 octobre 2021.
mnemosyne.esad-amiens.fr/.

Moisy, Isabelle.

Graphic design festival Scotland. Édité par Etapes
Eds. étapes : Design graphique & culture visuelle,
Revue Etapes Graphiques, n° 252 (7 juillet 2016).

Musée des Arts Décoratifs,

*Du mur au musée. Naissance d'un musée de l'affiche
et d'un musée de la publicité à travers leurs archives*,
madparis.fr/du-mur-au-musee-naissance-d-un-musee-de-l-affiche-et-d-un-musee-de-la-publicite.

**Négrier, Emmanuel, Bénédicte Dumeige,
Jacques Renard, Jean-Paul Roland, Marie-José
Justamond, et IRMA CNM.**

*Les festivals : un modèle anthropologique de rapport
à la culture*. IRMA CNM : Centre d'information
et de ressources pour les musiques actuelles,
4 décembre 2015.
www.irma.asso.fr/Les-festivals-un-modele.

Oswald, Margareta von.

« La Triennale : Entre négociations et
volontarisme ». *De l'art (d'être) contemporain, Cahier
d'études africaines*, n° 225 (2016).
[journals.openedition.org/
etudesafricaines/18534#toc](http://journals.openedition.org/etudesafricaines/18534#toc).

Point Commun.

Consulté le 20 novembre 2021.
pointcommun.design/.

**Sapiro, Gisèle, Myrtille Picaud, Jérôme
Pacouret, et Hélène Seiler.**

« L'amour de la littérature : le festival, nouvelle
instance de production de la croyance ; Le cas des
Correspondances de Manosque ». Édité par Scuil.
*La culture entre rationalisation et mondialisation,
Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 206/207
(16 avril 2015).

Wanner, Rene.

« Rene Wanner's Poster Page ».
Rene Wanner's Poster Page (blog), 1997.
www.posterpage.ch/.

Weill, Alain & Lacroix, Romain. (2015, 5 avril), *La collection d'Alain Weill* [Conférence], Parole au graphisme, Centre Pompidou à Paris, www.centrepompidou.fr/fr/ressources/media/kibP9ex.

Wlassikoff, Michel.

Forger une culture graphique.

Édité par Centre National des Arts plastiques et Délégation aux arts plastiques, Graphisme en France, n° 9 (janvier 2002).

Wlassikoff, Michel.

« Le graphisme dans la rue et l'espace public (un jour) ». *Les dix ans du Salon de l'éphémère à Fontenay-sous-bois*, Signes, n° 5 (septembre 1997).

Wlassikoff, Michel.

Longue vie à la Maison lièvre et de l'affiche, n°11, Signes, juin 1994.

Wlassikoff, Michel.

Revue graphique à Chaumont, Signes, 1997.

Yonkonline.

Consulté le 1 décembre 2021.
www.twitch.tv/yonkonline.

Je remercie tout particulièrement Sébastien Morlighem et Sara Martinetti pour leurs suivis et leurs nombreux encouragements
Merci à Dominique Giroudeau pour son soutien et son aide à la mise en forme de ce mémoire.

Merci tout particulièrement à toutes les personnes interviewées pour leur temps, merci à Vincent Perrottet qui m'a grandement encouragé, à Manon Bruet, à Suzanne Schroeder et à Romain Oudin.

Un grand merci à mes relecteur·rice·s pour leur disponibilité, à mes parents, Florent Bricout, Agathe Charrel, et Peggy Letuppe.

Je tiens à remercier mes ami·e·s pour leur soutien quotidien, sans qui ce mémoire n'aurait pas été aussi palpitant.

Mémoire de DNSEP réalisé par Clément Grison
Caractères : GT Alpina de Grilli Type, 2020
et Whyte Inktrap de Dinamo, 2019.
Papier : Munken Polar Rough 100 g/m²
Impression réalisé à l'ÉSAD d'Amiens
Décembre 2021

Remerciements & colophon

