



HAL
open science

Le Centre national des arts plastiques et la commande de design graphique

Caroll Marechal

► **To cite this version:**

Caroll Marechal. Le Centre national des arts plastiques et la commande de design graphique. Centre national des arts plastiques. 2018. hal-04465245

HAL Id: hal-04465245

<https://hal.science/hal-04465245>

Submitted on 19 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Caroll Maréchal, chargée de recherche (Cifre)
**Le Centre national des arts plastiques et la commande
de design graphique**

Recueil de douze articles publiés en ligne dans le cadre d'une recherche menée au Centre national des arts plastiques entre janvier 2018 et décembre 2019.

Cette étude de deux ans, menée de janvier 2018 à décembre 2019, analyse la singularité du positionnement de l'établissement dans le paysage international des collections de design graphique. Elle se concentre sur la notion de **commande**, caractéristique intrinsèque aux différentes missions du Cnap envers le design graphique (qu'il s'agisse de valoriser, de soutenir, de promouvoir ou d'accompagner ce domaine de la création).

Depuis sa création en 1982, il soutient et valorise le design graphique en étant lui-même commanditaire auprès de graphistes, pour la réalisation notamment de ses objets de communication. À la fin des années 1980, les premières pièces de design graphique entrées dans la collection du Cnap, sont des études issues de la Commande publique. Enfin, les pièces acquises depuis 2010, sont, quant à elles, des ensembles graphiques issus de commandes exemplaires.

Traités du point de vue du champ du design graphique, ces trois corpus principaux – le Cnap commanditaire, la Commande publique, et les acquisitions de commandes graphiques – questionnent le rapport aux professionnels et au processus de la commande, le statut de ces objets graphiques (archive, document, oeuvre), ou encore l'originalité de l'action du Cnap aux plans national et international.

En s'appuyant sur les réalisations graphiques elles-mêmes, les archives de ces différentes commandes, les processus d'acquisitions, et en menant des entretiens auprès de graphistes, commanditaires, et responsables de projets de la Délégation aux arts plastiques (Dap) et du Centre national des arts plastiques (Cnap), cette recherche permet de retracer l'histoire, les dispositifs mis en place et les modalités, d'un certain nombre de ces commandes.

Une partie de ces résultats a été rendue publique sur le site du Centre national des arts plastiques (Cnap) au fur-et-à-mesure de la recherche. Cette étude s'inscrit dans le cadre d'une Convention industrielle de formation par la recherche (Cifre) qui a permis la mise en place d'une collaboration de recherche entre le Centre national des arts plastiques (Cnap) et le Centre Maurice Halbwachs (EHESS-ENS-CNRS).

Sommaire

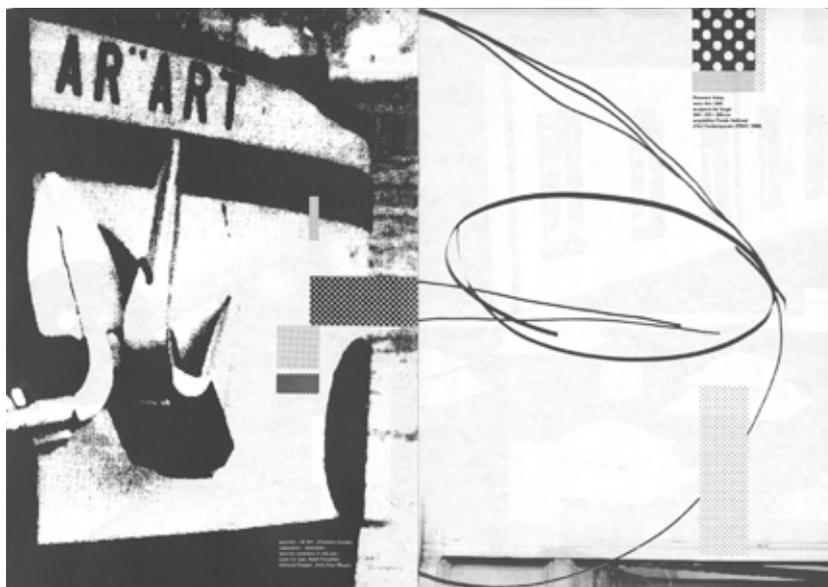
- 1.** Le Cnap, un commanditaire de design graphique – p. 3-4
- 2.** La naissance d'une politique de commandes graphiques. Partie 1 (1982-1986) – p. 5-8
- 3.** La commande de l'identité visuelle du Cnap (1982-1985). Partie 1 : L'exemplarité comme leitmotiv – p. 9-16
- 4.** La commande de l'identité visuelle du Cnap (1982-1985). Partie 2 : Le processus de création – p. 17-28
- 5.** *Arts Info*. Bref historique d'un bulletin aux multiples visages – p. 29-35
- 6.** Les rapports d'activités du Centre national des arts plastiques. Partie 1 : une «carte blanche» graphique (1984-2001) – p. 36-43
- 7.** Les années 1990-2008 : la création de ressources pour les professionnels – p. 44-47
- 8.** *Graphisme en France* (1993-2008). Les enjeux de la commande – p. 48-54
- 9.** Dix ans de commandes graphiques (2008-2018) – p. 55-58
- 10.** Le dispositif de la Commande publique et le design graphique (1982-2018) – p. 59-65
- 11.** Commande publique. Ville. Design graphique – p. 66-76
- 12.** Le château, le Lion et la Tour. Anna Monika Jost, une graphiste suisse à Mouans-Sartoux – p. 77-86

Le Cnap, un commanditaire de design graphique.

« la “création ne se décrète pas”. Aussi revient-il à tous les acteurs du CNAP de jouer ce rôle fondamental d’émulation, d’éducation. Pour cette raison, l’image du CNAP prend une importance particulière. Elle confère à notre institution son identité visuelle – on la reconnaît immédiatement – mais elle est aussi, dès l’instant où nous nous communiquons, et sous quelque forme que ce soit, un premier acte d’incitation et de création qui se devait d’être exemplaire. Notre logo est fort, contemporain. Il provoque, interroge, interpelle. Cette image existe. Il s’agit maintenant pour nous d’en faire un instrument de dialogue.¹ »

Depuis sa création en 1982, le Centre national des arts plastiques (Cnap) est attentif à la qualité graphique des objets de communication et de médiation qu’il émet. Pour sa première identité visuelle, l’établissement fait appel au collectif Grapus qui s’associe, dans le cadre de cette prestation, à l’atelier Topologies. Cette première commande est précurseur de nombreuses autres collaborations entre le Cnap et des graphistes, que ce soit pour des brochures, catalogues, cartes de vœux, éditions, rapports d’activités, ou encore pour la revue qu’il édite à partir de 1994, *Graphisme en France*. Ces collaborations se renforcent en 2005 – année marquée par la scission entre la Délégation aux arts plastiques (Dap) et le Centre national des arts plastiques, et par le renouvellement de son identité graphique réalisée par M/M (Paris) –, elles deviennent systématiques à partir de 2008, date à laquelle l’établissement développe une politique marquée de soutien à la création graphique, consolidée en octobre 2010 par l’ouverture de sa collection aux acquisitions de design graphique, dans la commission « Arts décoratifs, design et métiers d’art ».

L’étude de l’histoire du Cnap en tant que commanditaire de design graphique révèle trois phases distinctes qui participent de la dynamique de



Double page d'Extraits d'après... Supplément du Rapport d'activités
1986 du Cnap, Paris : Dap, 1987, n.p.
Conception graphique : Grapus.

1. *Rapport d'activité 1984 du Cnap*, Paris : Délégation aux arts plastiques, 1985, page 43.



commande actuelle. Indissociable du contexte de la politique culturelle développée par Jack Lang, ministre de la Culture, la première phase (1982-1986) constitue un moment charnière où se mettent en place les fondements et structures sur lesquels se déploieront les politiques de commandes ultérieures.

La seconde (1990-2008), intervient dans un contexte muséal singulier du point de vue du graphisme, celui de la fusion du Musée national d'art

moderne (Mnam) et du Centre de Création Industrielle (CCI) au Centre Georges Pompidou en 1992. Cet événement, s'il semble anecdotique, marque en réalité la disparition du CCI, seul lieu en France à représenter et valoriser la pratique du graphisme dans sa globalité, et à accompagner les commanditaires et les professionnels du secteur. Une corrélation peut être envisagée entre cet événement et les actions menées par la Dap les années suivantes, en faveur du design et du graphisme². En effet, les années 1990 et 2000, tout en s'appuyant sur les actions menées précédemment, seront marquées par le développement et la création de ressources pour les professionnels

du graphisme et leurs commanditaires, ainsi que par leur accompagnement dans la réalisation de commandes initiées, ou non, par la Dap et le Cnap.

Enfin, la période actuelle, qui débute en 2008, manifeste d'une dynamique de commandes importante, et cristallise les actions précédentes. Tout en poursuivant une majorité des démarches engagées auparavant, cette période s'applique à déployer de nouvelles actions pour renforcer la valorisation, le soutien, la promotion et l'accompagnement du design graphique français.

Si cette étude examine trois périodes essentielles dans la construction d'une politique de commande en design graphique, elle démontre également qu'une majorité de ces démarches est le fait de quelques personnalités, et non pas d'une politique et d'une prise en compte générale au sein du ministère de la Culture. Les actions menées entre 1982 et 2010, même si d'envergures et rémanentes, demeuraient fragiles, leur pérennité n'étant pas assurée par un cadre permanent. L'année 2010 marque un tournant avec les premières acquisitions de design graphique pour la collection de l'État. Désormais considéré comme un objet de patrimoine, le design graphique n'aura alors de cesse de s'inscrire durablement dans la politique générale du Cnap (mention du « design graphique » dans les missions du décret Cnap en 2015, création du service design graphique au sein du Cnap en 2016), favorisant la multiplication des commandes et des projets en lien avec ce domaine.

2. Cette corrélation est d'autant plus plausible dans la mesure où certains agents de la Dap sont d'anciens opérateurs du CCI :

le Délégué aux arts plastiques à partir de 1990 est François Barré, co-fondateur du CCI, et la chargée de mission pour le

graphisme d'utilité publique à partir de 1991 est Marsha Emanuel, ancienne chargée de la communication visuelle au CCI.

La naissance d'une politique de commandes graphiques.

Partie 1 (1982-1986)

L'élection du Président François Mitterrand et la nomination de Jack Lang comme ministre de la Culture en mai 1981, replacent la création et les créateurs au cœur du projet politique. Cette volonté se concrétise notamment par l'adoption d'une série de mesures dans tous les secteurs de la vie artistique¹. Lang élargit le champ de la culture reconnue par l'État en soutenant des domaines alors en marge, ou jugés mineurs, comme la création industrielle ou la mode. Il ne souhaite pas seulement soutenir les « beaux-arts » mais tous les arts et toute la culture². Il entreprend également d'étendre l'influence du ministère de la Culture à la communication, à l'architecture et à la politique culturelle extérieure de la France.

Dans ce contexte, et avec l'obtention du doublement de son budget³, la réorganisation du ministère de la Culture est engagée. Claude Mollard, chargé de mission au cabinet de Jack Lang, met en place, en 1982, la Délégation aux arts plastiques (Dap) en remplacement de la Délégation à la Création, aux Métiers artistiques et aux Manufactures (DCMM). Rattachée à l'Administration centrale du ministère de la Culture, elle doit « élaborer et définir la politique de l'État dans le domaine des arts plastiques⁴ ». Pour faciliter son action, le Centre national des arts plastiques (Cnap) est créé par décret⁵ le 15 octobre 1982. Cet établissement public à caractère administratif est placé sous la tutelle de la Dap et de son délégué, Claude Mollard, constituant alors pour la délégation « un instrument de gestion moderne de ses crédits », et « un outil d'intervention souple et dynamique⁶ ».

Dans le même temps, plusieurs plans de relance dans le secteur des métiers d'art sont mis en œuvre par Jack Lang. Dans cette perspective, Mollard met en place dès 1982, un groupe de travail interministériel chargé de proposer des mesures pour le plan de relance « Graphisme et Typographie ». Ce groupe,



Jack Lang et Claude Mollard, tee-shirt de Ben, Fiac 1984.
Photographie : Stanislas de Grailly.

1. Laurent Martin dans l'émission de *France Culture* Les grandes Traversées/ Batailles pour la culture « Le ministère des créateurs », 30 juillet 2011.

2. On reprochera d'ailleurs notamment à Jack Lang d'avoir aboli toute hiérarchie au sein des arts. Écouter notamment « Archives : Tout est culture », Les grandes traversées / Batailles pour la culture, *France Culture* [en ligne],

6 août 2011. Disponible sur : <https://www.franceculture.fr/emissions/les-grandes-traversées-batailles-pour-la-culture/archives-tout-est-culture>

3. En 1981, la part du ministère de la Culture dans le budget de l'Etat est de 0,47%, en 1982 il est de 0,76 %, ce qui double son budget, passant de 454 millions d'euros à 914 millions d'euros.

4. « Organisation de la Délégation aux arts

plastiques », *Journal officiel de la République française*, 17 octobre 1982.

5. Décret n° 82-883 du 15 octobre 1982 portant création du Centre national des arts plastiques.

6. Marie-Claude Le Floc'h, Claude Mollard, 11 février 1983. Archives nationales 19940053/7.

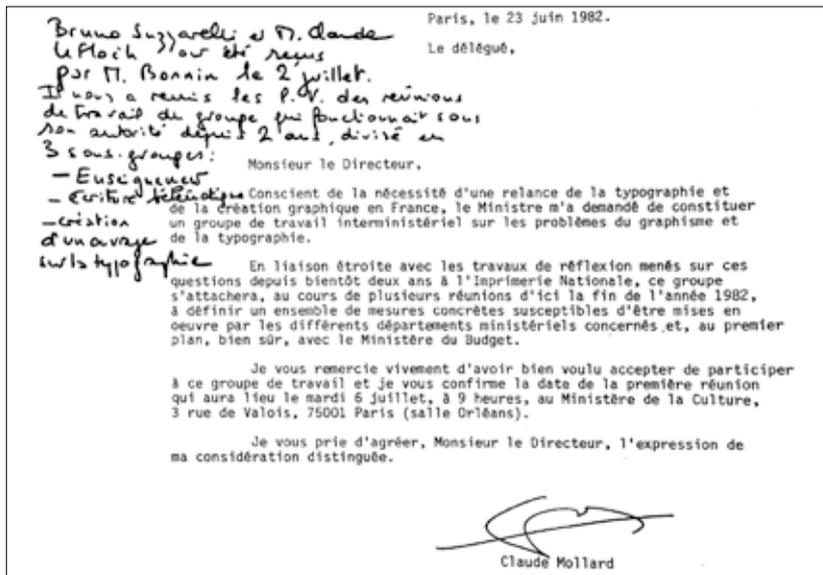
animé par la Délégation aux arts plastiques, est composé de représentants de plusieurs ministères⁷, ainsi que de personnalités du monde du graphisme et de la typographie⁸. Il reprend les réflexions menées de façon informelle dès 1979 à l'Imprimerie nationale dans le cadre du Centre d'Études et de Recherches Typographiques (CERT)⁹.

Les travaux de ce groupe interministériel (1982-1983) aboutissent à la remise d'un rapport¹⁰ dont les conclusions se traduisent par 14 mesures de relance présentées par Jack Lang en conférence de presse le 13 novembre 1984. Parmi les réflexions et les mesures proposées, l'une d'entre elles concerne spécifiquement la « commande publique »¹¹ et son rôle dans la relance du graphisme et de la typographie¹².

Les membres du groupe pointent de façon évidente la mauvaise prise en compte du graphisme par l'Administration, alors même qu'elle devrait jouer un rôle moteur en étant exemplaire du point de vue de sa communication, en améliorant sa « production écrite » et la signalétique de ses bâtiments. Cette question de l'engagement de l'État concernant « l'image de marque des administrations et des entreprises publiques » est également soulevée par le groupe interministériel mis en place au même moment concernant les actions de l'État en matière

de design¹³. Selon eux, cette démarche inciterait les autres établissements à une plus grande exigence dans le domaine graphique.

« Productrice par excellence de documents écrits, l'administration devrait donner l'exemple en matière de tenue graphique de ces différents instruments de communication. Or, elle fournit une représentation particulièrement incohérente et pauvre du graphisme qui dessert sa propre image de marque et son style de communication. Ceci est aussi vrai des papiers officiels (carte d'identité, passeport), que des formulaires administratifs (impôts, sécurité sociale), des billets de banque, de la signalétique urbaine ou routière et des divers supports de la correspondance administrative.¹⁴ »



7. Ministères de la Culture, de l'Économie, des Finances et du Budget, de l'Industrie et de la Recherche, de l'Éducation Nationale.
8. Étaient membres du groupe de travail : Gérard Blanchard, Philippe Gentil, Pierre Praquin, Jérôme Peignot, Jean-Claude Quiniou, Ladislav Mandel. Ont été notamment consultés : Roger Excoffon, Paul Gabor, Raymond Gid, Claude Média-Villa, José Mendosa, et Robert Massin.
9. Lettre de Claude Mollard à Georges Bonnin, 23 juin 1982 ; « Plan de relance Graphisme et Typographie. Présentation par Jack Lang », 13 novembre 1984 ; « Plan

de relance "Graphisme et Typographie". Présentation générale », 13 novembre 1984. Archives nationales, 19940053/7.
10. Note de Claude Mollard pour le Ministre, s.d., accompagnée du rapport du groupe de travail sur le graphisme et la typographie rédigé par Bruno Suzzarelli et Marie-Claude Le Floch, s.d. Archives nationales, 19940053/7.
11. Ici la « commande publique » est entendue au sens d'une commande émanant des institutions publiques, et non pas au titre du Fonds de la commande publique créé au sein de la Délégation aux arts

plastiques en 1983.
12. « Groupe de travail Graphisme et Typographie. Schéma de la séance sur la commande publique », 13 janvier 1983. Archives nationales, 19940053/7 ; « Le rôle de la commande publique », Rapport du groupe de travail interministériel, p. 24-27. Archives nationales, 19940053/7.
13. Lettre de Jack Lang à Pierre Mauroy, 8 février 1983. Archives nationales 19940053/7.
14. « Le rôle de la commande publique », Rapport du groupe de travail interministériel, p. 24. Archives nationales, 19940053/7.

En parallèle, le ministère de la Culture, sous l'impulsion de Claude Mollard, mène deux initiatives qui s'inscrivent dans cette volonté. La première concerne l'identité visuelle du Cnap commandée à Grapus et Topologies en 1983. Du cahier des charges à la sélection des candidats, du budget à son déploiement, cette commande est envisagée et mise en place pour être exemplaire et pour servir de modèle.

L'identité visuelle du Cnap est l'expression « d'une volonté et d'une nécessité : relancer la commande publique dans les domaines de l'identité visuelle et de la signalisation des bâtiments, phénomène particulièrement d'actualité avec la mise en chantier des grands travaux.¹⁶ » Elle est, en effet, le premier essai qui permettra à Claude Mollard de mener une seconde initiative, celle de prêter une attention particulière à l'identité visuelle et la signalétique des bâtiments culturels dépendant du ministère de la Culture. Les identités graphiques du musée d'Orsay et du Parc de la Villette par exemple, seront mises en place sur le modèle de celle du Cnap et de celle créée en 1976 pour le Centre Georges Pompidou. Toutefois, la nécessité et la volonté affirmée de voir l'Administration centrale prêter attention aux objets graphiques qu'elle émet n'atteindra pas l'objectif espéré : peu de commandes graphiques au sein des différents ministères verront le jour. En revanche, le ministère de la Culture passera commande en 1989 à Pippo Lionni pour la réalisation de son identité graphique.

Si la politique de relance a posé des bases solides, certaines mesures proposées dans le rapport du groupe de réflexion interministériel attendront le début des années 1990 pour être mises en place, d'autres attendent encore aujourd'hui d'être considérées. Le rapport préconisait, par exemple, la création d'un poste de « délégué à la communication visuelle qui aurait pour mission d'inciter toutes les administrations de France à transformer leur image de marque en liaison avec les meilleurs professionnels¹⁷ ». En l'absence de la création d'un tel poste¹⁸, Margo Rouard, chargée de



Couverture du complément au Rapport d'activité 1984 du Cnap, Paris : Dap, 1985. Conception graphique : Grapus + Topologies.

16. Communiqué à la presse sur le Plan de relance «Graphisme et Typographie», présentation générale, Fiche n° 6 -

Un exemple de commande publique :

la ligne graphique du C.N.A.P., 13 novembre 1984, p. 3.

Archives nationales, 19940053/7.

17. Note de Claude Mollard à Jack Lang, 31 janvier 1983.

Archives nationales 19940053/7.

18. La création d'un poste de délégué à la communication visuelle avait été recommandée par le groupe interministériel sur le graphisme et la typographie, et soutenue par Claude Mollard et Jack Lang. Dans une lettre du 3 mars 1983, le Premier ministre, Pierre Mauroy, précise qu'il n'est pas « convaincu de la nécessité de créer un nouveau poste administratif de délégué à la communication visuelle. » Ce poste sera

finalement créé en 1991 sous l'intitulé de « chargée de mission pour le graphisme d'utilité publique ». Il sera confié à Marsha Emanuel qui l'occupera jusqu'en mars 2007. Lettre de Jack Lang à Pierre Mauroy, 8 février 1983. Archives nationales 19940053/7 ; Lettre de Pierre Mauroy à Jack Lang, 3 mars 1983. Archives nationales 19940053/7.



mission pour la création industrielle à la Dap, et directrice de l'Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI), sera à plusieurs reprises consultées sur les questions de graphisme, elle développera également des projets d'exposition sur le graphisme en lien avec le plan de relance, comme l'emblématique exposition « L'Image des mots »¹⁹ en 1985, coproduite par l'APCI et le Centre Pompidou.

Ces années sont pourtant charnières pour le champ du graphisme, puisqu'elles sont marquées d'une part par la création d'un grand nombre d'établissements qui structurent aujourd'hui encore la création graphique en France – le Cnap, l'ANCT (devenue ANRT en 1996), l'APCI –, et par la volonté affirmée de (re)donner une place à ce champ de la création en tant que « secteur à part entière des arts plastiques ²⁰ ». La commande de l'identité visuelle du Centre national

des arts plastiques sera également le point déclencheur de commandes passées par le Cnap et la Dap à des graphistes, qui se succéderont les années suivantes que ce soit par exemple pour le bulletin d'informations *Arts Infos*, ou encore pour les rapports d'activités.

19. « L'Image des mots », Centre de Création Industrielle – Centre Georges Pompidou, 10 septembre-4 novembre 1985.
20. Discours de Jack Lang à l'Imprimerie

nationale, 27 septembre 1982, cité dans Claude Mollard, *La culture est un combat. Les années Mitterrand-Lang 1981-2002*, Paris : Puf, 2015, p. 162.

La commande de l'identité visuelle du Cnap (1982-1985)

Partie 1 : L'exemplarité comme leitmotiv.

« Un établissement public, le Centre National des Arts Plastiques, est créé, son domaine de compétence recouvre l'ensemble des expressions plastiques, donc le graphisme, il constitue auprès de la Délégation aux Arts Plastiques un outil d'intervention et de communication vers l'extérieur, il a en charge la commande publique aux plasticiens, il pilote une commission interministérielle sur le développement du graphisme et de la typographie...

Cinq données pour une évidence : le CNAP se doit de recourir aux graphistes pour mettre en place son image – au même titre que fut créée la ligne graphique du Centre Pompidou en 1976 – et de donner l'exemple d'une commande publique respectant les règles déontologiques du concours d'images et soucieuse d'exprimer la créativité plastique française.¹ »

En octobre 1982, Claude Mollard et Marie-Claude Le Floc'h² travaillent à l'élaboration d'un cahier des charges en vue d'une consultation auprès de graphistes pour la réalisation d'une « ligne graphique » destinée à la Délégation aux Arts Plastiques (Dap) et au Centre National des Arts Plastiques (Cnap).

Les premières ébauches tendent à formuler clairement la demande pour la soumettre aux différents services de la Dap en vue d'un consensus. Les premiers échanges montrent la difficulté éprouvée par la délégation pour établir un cahier des charges clair, tant le dédale administratif qui la structure (établissements, tutelles, services, sous-directions, missions, organes horizontaux) est complexe. Les questions posées par Marie-Claude Le Floc'h dans une note adressée à l'attention de Claude Mollard le 3 décembre 1982, illustre bien la situation nébuleuse de la Délégation :



Logotype du Centre national des arts plastiques, 1984. Détail de la couverture du *Rapport d'activités 1984 du Cnap*, Paris : Dap, 1985.
Conception graphique : Grapus + Topologies.

1. Jack Lang, Communiqué de presse « Plan de relance "Graphisme et Typographie". Présentation générale », Fiche n° 6 : Un exemple de commande publique : la ligne graphique du C.N.A.P., 13 novembre

1984. Archives nationales 1994053/7.

2. Claude Mollard est Chargé de mission auprès de Jack Lang en 1981. En 1982, il crée la Délégation aux Arts plastiques (DAP) dont il est le Délégué, et le Centre national des

arts plastiques pour lequel il est le Président ; Marie-Claude Le Floc'h était responsable du service Relations extérieures de la Délégation aux arts plastiques, elle a suivi la commande de l'identité visuelle du Cnap.

« Sur le plan structure et organigramme, comment régler le problème de la dualité D.A.P.-C.N.A.P. :

- en l'évacuant, c'est-à-dire en axant la recherche graphique sur le CNAP ?
- en intégrant au contraire cette dualité, complément de deux structures, pouvant même être un élément moteur de la ligne graphique ?
- en s'attachant avant tout au terme commun arts plastiques ?

Faut-il associer les services extérieurs à cette ligne graphique ?

Faut-il étudier les possibilités d'individualiser les services internes [...] ?³ »

Malgré cette tentative de clarification, le cahier des charges remis aux graphistes deux mois plus tard⁴, reste abscons sur ces questions, et les recommandations qui leur sont adressées témoignent d'un paradoxe entre la volonté de montrer la (quasi) globalité de la structure de la Délégation, et celle de mettre en avant une seule de ces antennes, le Cnap.

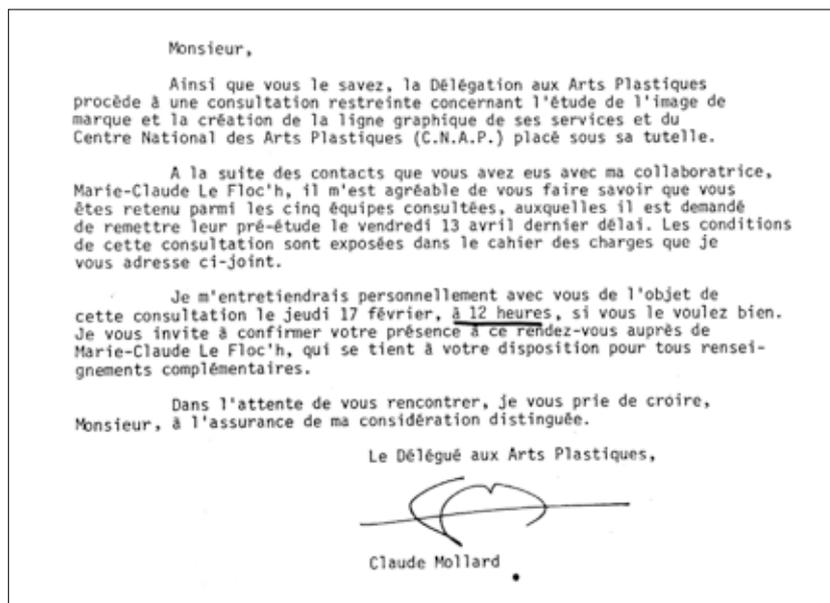
L'étude « d'image de marque » demandée doit concerner à la fois la Délégation et le Centre. Elle doit indiquer impérativement la triple mention Ministère de la Culture, Délégation aux Arts Plastiques, Centre National des Arts Plastiques, « au moins pour la papeterie administrative », qui devra quant à elle, être individualisée pour les services centraux de la Dap⁵ et les conseillers régionaux. En outre, les bureaux des sous-directions devront, eux-aussi,

être indentifiés à l'aide d'un système de tampons ou d'étiquettes autocollantes. Enfin, il est toutefois demandé que l'étude s'axe sur le sigle « CNAP » en créant un logogramme ou logotype⁶.

Avec l'ambition d'amener l'ensemble de l'Administration à transformer son image, cette commande a pour but de constituer une démarche graphique, tant dans la procédure de commande mise en place – en respectant notamment les règles qui régissent la profession de graphiste –, que dans son rendu formel.

Dans ce contexte, la Dap procède, en février 1983, à une consultation res-

treinte de cinq équipes pluridisciplinaires sélectionnées sur dossier⁷ et sur entretien avec le Délégué aux arts plastiques, Claude Mollard. Les équipes consultées, extrêmement différentes dans leur approche du graphisme, sont l'agence Desgrappes, Beauchant et Gobé, le collectif Grapus associé à



Lettre de Claude Mollard envoyée le 14 février 1983 aux 5 équipes retenues pour la consultation. Archives nationales, 19940053/7.

3. Marie-Claude Le Floch, note à l'attention de Claude Mollard « Création d'une ligne graphique », 3 décembre 1982. Archives Nationales, 19940053/7. La citation respecte les mots soulignés et la notation des acronymes dans le texte original.
4. Le cahier des charges est envoyé à cinq graphistes entre le 14 et le 15 février 1983.
5. Au nombre de 9, les services centraux

- de la Dap regroupent : les sous-directions de la création artistique, de l'enseignement artistique, des métiers d'art et professions artistiques, le secrétariat général, le service des relations extérieures, le Fonds d'Incitation à la Création (FIACRE), les missions pour la photographie, pour l'audiovisuel, et pour la création industrielle.
6. « Pré-programme. Recommandations

- pratiques ». Archives Nationales, 19940053/7. Ce document accompagne le cahier des charges remis aux graphistes pour la consultation.
7. Ces dossiers de travaux ont été transmis par les graphistes eux-mêmes sur incitation de la Dap ou par l'intermédiaire du Syndicat national des Graphistes (SnG).

Topologies, l'agence de design A.D. S.A., l'artiste Annick Top en collaboration avec l'agence de publicité Vision 360, et le graphiste Jean-Baptiste Blom.

La consultation s'est déroulée en trois temps : la commande de pré-études rémunérées⁸, au sein desquelles chaque équipe devait proposer deux orientations différentes d'identité visuelle ; la pré-sélection de deux équipes par un comité de sélection ; la mise en place d'un contrat d'un an pour l'application et la fabrication du projet de l'équipe retenue.

Les modalités de consultation précisent que chacune des équipes disposaient, après réception du cahier des charges, d'un délai de deux mois pour remettre leurs pré-études⁹. Celles-ci devaient comprendre : une note d'intention résumant les deux partis pris proposés ; l'application graphique de ces deux pistes sur divers éléments¹⁰ ; un devis pour la rémunération concernant le suivi d'application et de fabrication pour 12 mois ; et une estimation du budget de fabrication pour les 12 premiers mois.

Neuf orientations ont été remises en pré-étude, et ont été soumises anonymement à l'examen d'un comité de sélection¹¹ le 2 mai 1983¹².

L'équipe 1 (Grapus et Topologies) rend une note d'intention d'une dizaine de pages explicitant son interprétation du cahier des charges ainsi que sa proposition. Elle appuie particulièrement sur les contradictions induites dans le cahier des charges :

« Contradictions entre le projet de l'institution, sa clarté, sa modernité et la complexité de son organisation, l'empoussièremement courtelinesque des appellations.

Contradictions entre l'ouverture d'esprit, la gaieté entreprenante des êtres et la pesanteur un peu obtuse des choses et des termes.¹³ »

8. Chaque équipe participant à la consultation a reçu 35 000 Fr pour la rémunération des pré-études.

9. La date de rendu des pré-études était fixée au 13 avril 1983, puis reportée au 22 avril 1983.

10. Les éléments sur lesquels devaient être appliqués les propositions graphiques des candidats dans leur pré-étude concernaient : la papeterie et les documents administratifs (en-tête de lettre, carte de visite, dossier d'envoi, dossier de candidature de bourse, flamme machine à timbrer), les documents d'information générale (dossier de presse, principe d'annonce-presses, « principe de cadre graphique et signature d'affiches »), les éditions, documents d'exposition et de médiation (maquette du bulletin d'information mensuel *Arts Info*, principe de

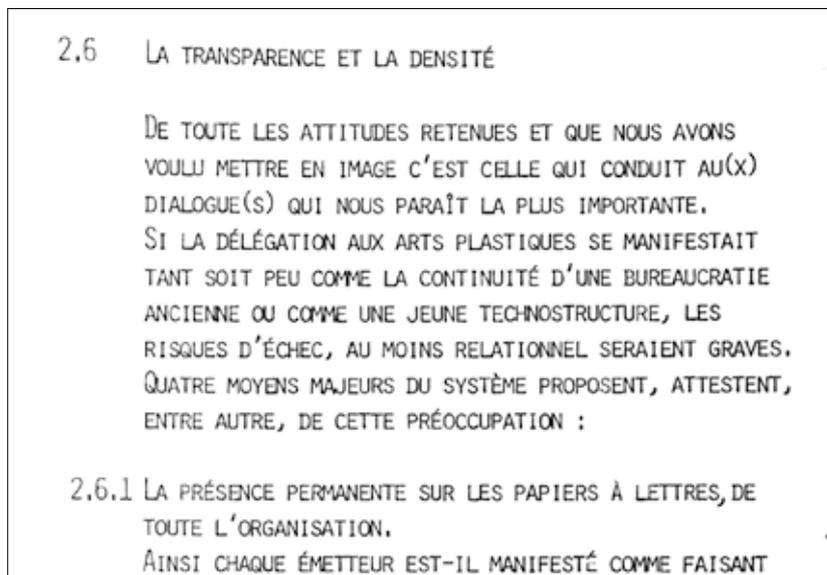
couverture de catalogue, principe de carton d'invitation, principe de présentation d'un guide « annuaire-mode d'emploi » de la Dap et du Cnap, principe de présentation d'une collection de plaquettes d'informations thématiques), la signalisation (la pré-étude devait porter sur la signalisation intérieure et extérieure du rez-de-chaussée de l'immeuble de la Dap, et sur un principe de signalisation pour les étages administratifs).

11. Le comité de sélection était composé de Claude Mollard (Délégué aux arts plastiques), Guy Beaussang (Directeur de l'Imprimerie nationale), Michel Delaborde, Gérald Gassiot-Talabot, Maurice Henry (grand prix national des arts graphiques 1982), Jean-Louis Monzat de Saint-Julien, Jean-Pierre Poggi, Pierre Praquin (vice-président du Syndicat national des Graphistes), Jean-Michel

Raingard (chef du service de documentation et d'information du ministère de la Culture), Margo Rouard (graphiste, et chargée de projet pour l'Établissement du Parc de la Villette), Véronique Saint-Geours, Bruno Suzzarelli (chargé de la sous-direction des métiers d'art), Denis Roche (conseiller artistique régional).

12. Les maquettes des propositions non retenues ayant été restituées à leurs auteurs, seules les notes d'intention et devis sont exploitables pour tenter de comprendre les orientations proposées et le contexte de cette commande.

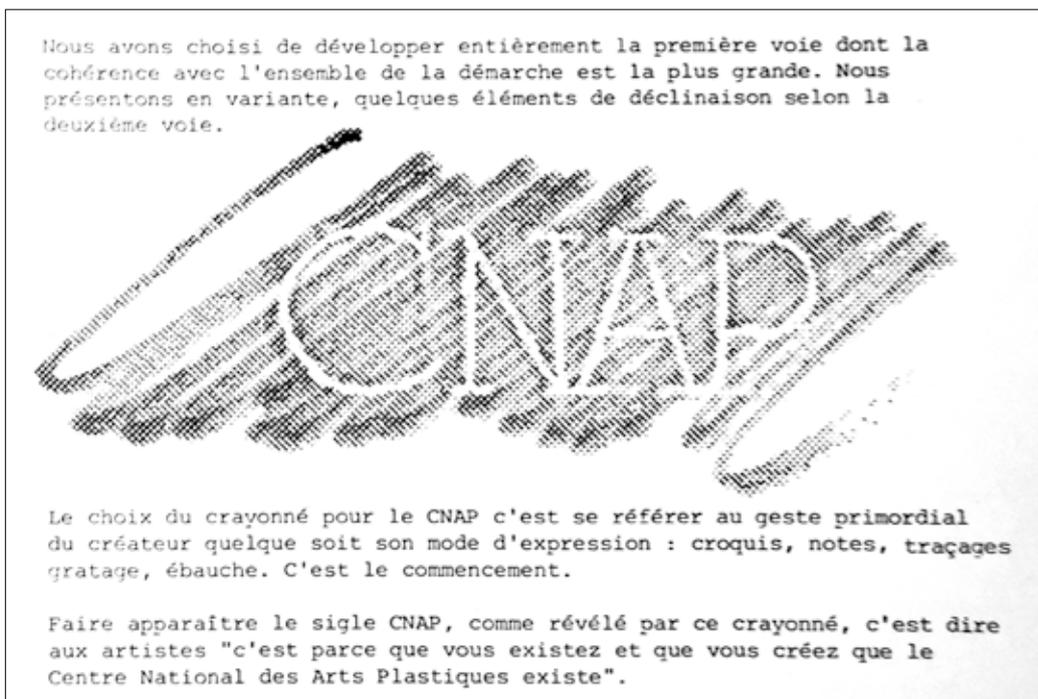
13. Équipe 1, « Ministère de la Culture. Délégation aux arts plastiques. Centre national des arts plastiques. Étude d'image de marque. 1^{ère} phase / Avant-projet », avril 1983, p. 1. Archives nationales 20060377/72, Art. 75.



Cette équipe choisit de privilégier « une série d'attitudes neuves et positives » qu'elle propose de traduire graphiquement par une image « bouillonnante » reflétant les projets et les intentions de l'établissement.

La note d'intention de l'équipe 2 (Jean-Baptiste Blom) contient sept pages dont trois consacrées à l'analyse et la présentation des propositions, les quatre autres détaillent les applications graphiques demandées. Cette équipe s'est concentrée sur les thèmes de l'encouragement et de l'incitation à la création pour élaborer sa première proposition qui joue sur un élément typographique central : la lettre A. Dans sa seconde proposition, elle a cherché à lier les deux organismes (Dap et Cnap) « en mettant en valeur la typographie ¹⁴ ».

L'équipe 3 (Agence A.D. S.A.) détaille son analyse de la commande, les lignes de force du projet, et explicite les deux propositions présentées, dans une note d'intention de 12 pages. Elle tente de mettre en évidence les spécificités respectives de la Délégation aux arts plastiques et du Centre national des arts plastiques, et d'en comprendre les articulations. Elle propose deux images distinctes mais complémentaires pour les deux organismes. Selon l'équipe, celle de la Dap doit « être contemporaine dans son expression. Fédérer les différentes formes d'expressions, ne pas exprimer l'une au détriment des autres [...] Situer l'institution ministérielle dans sa solidité et son caractère officiel [...] échapper à l'expression des courants artistiques et résoudre la symbolisation par une neutralité quant aux tendances exprimées.¹⁵ » L'image du Cnap doit quant à elle se démarquer de l'institution ministérielle, et « exprimer la compréhension et la familiarité du CNAP avec l'expression artistique, symboliser le dynamisme et l'efficacité de la structure d'action, être attractif pour les publics concernés.¹⁶ »



14. Équipe 2, « Étude image de marque », p. 3. Archives nationales, 20060377/72.
15. Équipe 3, « Pré-étude d'image de

marque de la Délégation aux arts plastiques. Note d'intention », avril 1983, p. 4. Archives nationales, 20060377/72.

16. *Ibid.*

Le dossier remis par l'équipe 4 (Annick Top et Vision 360) est constitué de 84 pages regroupant une « étude » (définition des cibles, présentation des axes, des démarches et leur justification), des recommandations (rappel des objectifs, stratégie, moyens à mettre en œuvre, communication institutionnelle, publicité, information et relation intérieures, relations extérieures) et les principes de collaboration.

Si elle présente cinq « axes » visuels, le dossier remis ressemble davantage à un plan de communication et de marketing, qu'à un travail de création graphique. Elle s'attache en effet au développement d'« une stratégie de communication¹⁷ » plutôt qu'au déploiement et à l'explication des images graphiques qu'elle propose (21 pages sur 84 sont consacrées au développement de l'identité visuelle).

Quatre des cinq axes présentés mettent en avant un symbole devant formaliser un thème principal (l'art, la plastique, la France, le symbole de vie), le cinquième propose deux logotypes. Les justifications quand au choix de ces signes apparaissent comme désuètes et stéréotypées :

« L'Art est l'expression de l'esprit humain. Rien ne nous semble plus fort que le symbole du PSY Grec pour représenter le concept de l'esprit. »

« La plastique est de nature matérielle. La plastique est avant tout la main qui crée et qui façonne.¹⁸ »

Le compte-rendu du comité de sélection précise d'ailleurs que les travaux de cette équipe ne correspondent pas à trois des quatre critères d'appréciation sur lesquels ses membres se sont accordés :

« la ligne graphique doit véhiculer une image forte et correspondre à la capacité privilégiée du Ministère de la Culture de ne pas se plier aux contraintes d'une rigueur conventionnelle, ou de l'anonymat.

cette image doit être de visuel contemporain, sans être excessivement liée à la mode.

elle ne doit pas être figée mais offrir des possibilités d'évolution et d'ouverture.¹⁹ »

Enfin, la cinquième équipe (Agence Desgrippes, Beauchant et Gobé) propose de concentrer l'identité visuelle uniquement sur l'établissement du Cnap dans deux directions visuelles différentes : des fanions et un œil. La note d'intention, extrêmement synthétique (2 pages), ne permet pas d'expliquer davantage leurs projets²⁰.

Après délibération, le comité décide de retenir deux projets : une des deux propositions de l'agence A.D. S.A. et celui de Grapus-Topologies. Ces deux équipes sont reçues le 19 mai 1983, pour présenter leur proposition au comité de sélection. À l'issue de cet entretien, l'équipe lauréate est Grapus-Topologie.

Au cours de la consultation, il avait été décidé d'élargir le cahier des charges à l'identité visuelle du ministère de la Culture. Comme l'indiquent certains comptes-rendus de réunions, elle a effectivement fait l'objet d'un travail graphique de la part de Grapus et Topologies :

17. Ce terme est employé à de multiples reprises dans le dossier.

18. Équipe 4, « Projet pour la création

d'une ligne graphique », avril 1983, n.p. Archives nationales, 20060377/72, Art. 75.

19. *Ibid.*

20. Équipe 5, courrier daté du 21 avril 1983. Archives nationales, 20060377/72, Art. 75.



Le PSY traité par une technique . actuelle
. qui ouvre l'avenir: l'ordinateur, qui forme
qui déforme
qui informe

C'est le principe que nous retenons et que nous choisissons de décliner pour
la Délégation aux Arts Plastiques

Dans notre esprit, le PSY devient le symbole du Ministère de la Culture.

« Claude Mollard donne son accord sur l'utilisation du logo Ministère de la Culture sur la papeterie du CNAP, le Ministère de la Culture ayant donné son accord sur ce logo au cours de la présentation de la ligne graphique du Ministère de la Culture qui lui a été faite le 17 décembre 1983.²¹ »

Finalement, la commande ne formalisera que la création de l'identité visuelle du Cnap. Celle-ci sera le fer de lance des mesures en faveur du Graphisme et de la Typographie annoncées en novembre 1984 par Jack Lang lors d'une conférence de presse²².

Elle symbolise en effet certains des points présentés dans le plan de relance en particulier sur les questions de Commande publique, de valorisation de l'imprimerie française²³, et d'action de sensibilisation du grand public.

« En se dotant d'une ligne graphique nouvelle et cohérente, le CNAP et les établissements publics chargés des grands projets donnent un exemple des développements possibles de la commande publique en ce domaine.²⁴ »

Les retours du milieu professionnel sont positifs, et félicitent l'initiative du ministère et le travail de création²⁵, les retours politiques, eux, sont plus épineux, et révèlent leur incompréhension vis-à-vis du travail des graphistes. Pierre Beregovoy, ministre de l'Economie, des Finances et du Budget, fait part de sa surprise à propos du coût, de cette identité visuelle :

« Le Centre National des Arts Plastiques a, me dit-on, dépensé près d'un million de francs pour la conception d'un "motif graphique" destiné à orner son papier à lettres et ses publications.

Au vu du résultat obtenu, j'avoue ma surprise : je n'imaginai pas qu'une création aussi simple pût coûter aussi cher... Mais peut-être mon simple bon sens n'est-il pas adapté à l'appréciation de la valeur – sûrement inestimable – de la création artistique.

Puis-je cependant vous demander de veiller à ce que le CNAP ne fasse pas de cette opération une référence en matière de commande publique ? Je craindrais en effet que nos concitoyens n'en tirent argument pour critiquer l'emploi des fonds publics.²⁶ »

Si l'interrogation du ministre peut s'expliquer en partie par une méconnaissance généralisée des problèmes de communication au niveau de l'Administration, elle s'inscrit également dans le « tournant de la rigueur » et de la crise économique dûe à la dévaluation du Franc.

21. Grapus + Topologies, « Compte-rendu de réunion du 17 janvier 1984 avec le Centre national des arts plastique », 20 janvier 1984. Archives nationales 19940053/7.

22. C'est d'ailleurs pendant cette conférence de presse que seront annoncés officiellement les lauréats de cette Commande publique, qui sera révélée pour la première fois. Cette conférence de presse avait pour but de présenter les mesures adoptées par le Gouvernement en faveur

de la typographie et du graphisme. Elle fait suite à la mise en place d'un groupe de travail interministériel pour établir un plan de relance du graphisme et de la typographie.

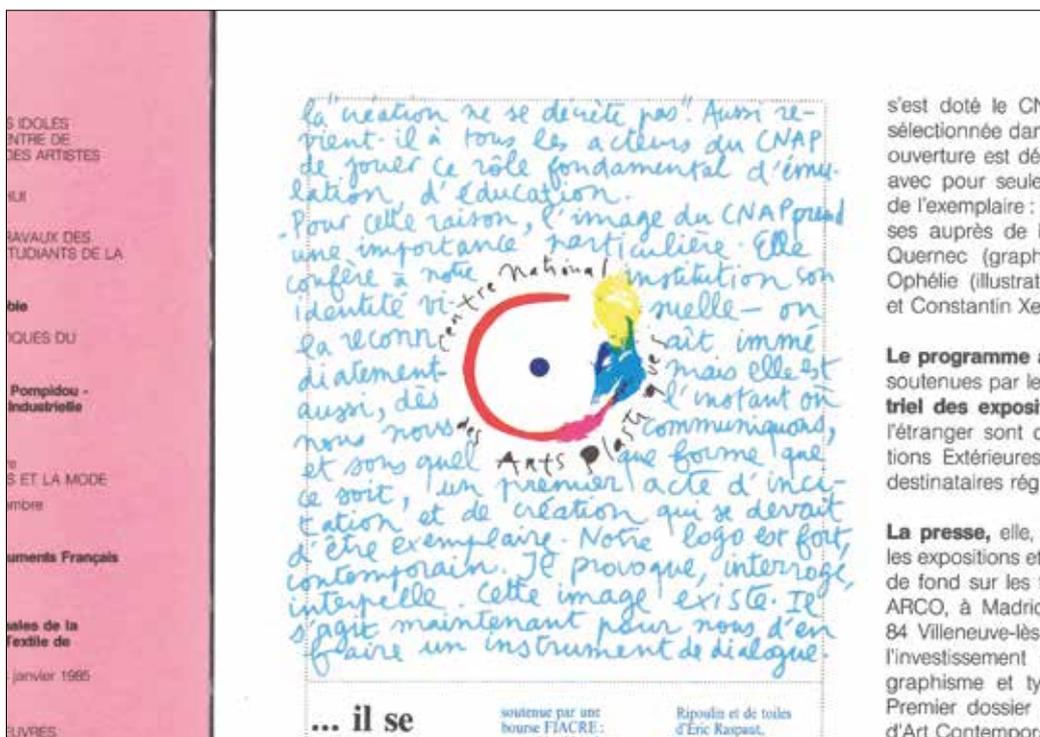
23. L'imprimerie qui a imprimé les éléments de l'identité est française : l'imprimerie Marchand.

24. Jack Lang, Communiqué de presse « Plan de relance "Graphisme et Typographie". Présentation générale », Fiche n° 6 : Un exemple de commande publique : la ligne

graphique du C.N.A.P., 13 novembre 1984. Archives nationales 1994053/7.

25. Voir notamment la lettre de Jérôme Peignot à l'attention de Jack Lang datée du 31 janvier 1984. Archives nationales 20060377/72. Art. 75.

26. Lettre de Pierre Beregovoy à l'attention de Jack Lang, 27 février 1985. Archives nationales 19940053/7.



27. À ce propos voir l'article «Le dispositif de la Commande publique et le design graphique (1982-2018).»

28. Lettre et note manuscrite de Claude

Mollard à Jack Lang, 14 mai 1985. Archives nationales, 19940053/7 ; Lettre de Jack Lang à l'attention de Pierre Beregovoy, 5 juin 1985. Archives nationales, 19940053/7 ;

Lettre de Claude Mollard à l'attention de Jean-Pierre Grunfeld, 14 août 1985. Archives nationales, 19940053/7.

La commande de l'identité visuelle du Cnap (1982-1985)

Partie 2 : Le processus de création.

« Écrire est un geste. [...] Mettre dans la page est un geste. La page est une scène où les mots virevoltent, s'appellent, se répondent, se répètent, se reprennent, se repoussent ou s'équilibrent.¹ »

En février 1983, le collectif Grapus² et l'agence Topologies³ sont sollicités pour la réalisation de l'identité visuelle du Centre national des arts plastiques (Cnap) via une consultation restreinte dont ils sont lauréats en mai 1983⁴.

En dépôt aux Archives municipales d'Aubervilliers⁵, plusieurs documents (maquettes, esquisses, épreuves d'impression, etc.) retracent différentes étapes et pistes graphiques explorées par le collectif. Ils témoignent des échanges entre les différents protagonistes engagés dans la création de l'identité, et avec le commanditaire (le ministère de la Culture), notamment lorsqu'ils sont mis en perspective avec la correspondance et les comptes rendus conservés, quant à eux, aux Archives nationales. En effet, la complémentarité des documents permet de retracer une partie du processus et des étapes de création qui ne pourraient être compris sans la consultation croisée de ces différentes sources, ni sans la constitution d'archives orales auprès de certains acteurs de cette commande⁶.



[Ill. 1] Gérard Paris-Clavel, Laurence Madrelle et Jean-Pierre Grunfeld au ministère de la Culture, n.d.. Photographie : Alex Jordan. Archives personnelles de Jean-Pierre Grunfeld.

1. Michel Butor, « Écrire est un geste », *Ceuvres complètes*, X, Éd. de la Différence, 2009, p. 98.

2. Grapus est un collectif de graphistes fondé en 1970 par Pierre Bernard, François Miehe et Gérard Paris-Clavel. Ils sont rejoints en 1975 par Jean-Paul Bachollet et en 1976 par Alex Jordan.

De nombreux graphistes, français et étrangers, ont collaboré au sein de Grapus. Le collectif se sépare en 1990.

Pour plus de détails voir notamment Léo Favier, *Comment, tu ne connais pas Grapus ?*, Leipzig : Spector Books, 2014 et Béatrice Fraenkel, Catherine de Smet (dir.), *Études sur le collectif Grapus, 1970-1990. Entretiens et*

archives, Paris : B42, 2016.

3. À l'origine « un atelier de design au service des causes publiques » appelé Signis fondé par Claude Braunstein, Jean-Pierre Grunfeld et Françoise Jollant et intégré au département de communication de l'Atelier d'urbanisme et d'architecture (AUA), Topologies est reprise en 1974 par une société de *venture capital* qui la revend à Publicis. Elle devient une filiale autonome du groupe et se consacre au secteur public.

4. Concernant la mise en œuvre et les étapes de cette commande voir le texte de Caroll Maréchal, « La commande de l'identité visuelle du Cnap (1982-1985). Partie 1 : L'exemplarité comme leitmotiv »,

disponible sur le site de *Graphisme en France*.

5. Les archives de travail du collectif Grapus ont été déposées, par ses membres, en 1992 aux Archives municipales d'Aubervilliers. Le fonds d'épreuves et maquettes est accessible sur autorisation préalable des déposants ou de leur mandataire, tout comme leur reproduction. Pour plus d'information voir le site des Archives de la ville d'Aubervilliers. Les éléments concernant l'identité visuelle du Cnap se trouvent dans les séries 57 Z 31, 57 Z 174-177, 59 Z 11-14.

6. Ont été entretenus à ce sujet David Caméo (Chef de la communication, 1982-1997), Jean-Pierre Grunfeld (Topologies), Jack Lang (Ministre de la Culture, 1981-

De la cocarde à l'œil, du système tricolore aux couleurs primaires

L'histoire de l'élaboration du logo du Cnap est d'abord marquée par la volonté de formaliser deux identités visuelles : une pour le ministère de la Culture, et une autre pour le Cnap ; cette dernière devant jouer le rôle « de prototype pour l'image totale du ministère⁷ ».

Grapus fonde l'ensemble sur les figures du cercle et du point⁸, « un système de signes à la fois forts et complètement ouverts » pour marquer la stabilité et la dynamique du ministère, et permettant de « rendre compte d'une série d'activités, d'actions à caractère organisationnel sur un sujet, vers des publics qui impliquent la plus grande des libertés⁹ ».

Les esquisses de cocardes tricolores présentes dans le fonds d'Aubervilliers, montrent l'intention des graphistes de s'attarder sur un emblème éminemment républicain pour positionner l'identité visuelle du ministère dans un caractère résolument institutionnel. Originellement de forme ronde, la cocarde tricolore devient, dans les premières ébauches grapusiennes, une ellipse rouge avec un point central bleu duquel émane un faisceau lumineux jaune ouvrant ainsi le signe, tout en dessinant la lettre « C » [ill. 2].

« Vouloir dire ce qu'est une institution nationale oblige à traiter avec l'héraldique.

On peut considérer comme une chance plastique de disposer d'un système tricolore (et de ces trois couleurs là). Encore faut-il s'emparer de cette chance avec quelques précautions ; il s'agit d'être national sans être nationaliste, d'être institutionnel sans être guerrier, d'où la présence de l'Histoire sous la forme « jouée » de la cocarde.¹⁰ »

Symbole historique et évocateur déjà présent dans la production du collectif¹¹, la cocarde redevenue ronde est par la suite apposée, dans un petit format en simili¹², au côté de la mention « MINISTÈRE

DE LA CULTURE » et du logo du Cnap [ill. 3]. Pour ce dernier, la cocarde se mue en un œil éclaté de couleurs dont la pupille bleue, point central, est entourée d'un cercle rouge qui, arrivé à mi-distance, s'évade en convertissant sa couleur dans sa fuite, passant du rouge au bleu, du bleu au jaune.



[ill. 2] Grapus + Topologies, esquisse du logo du ministère de la Culture (détail), n.d. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 12.

[ill. 3] Grapus + Topologies, maquette pour une édition du Cnap (détail), n.d. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 12.

1986), Claude Mollard (Délégué aux arts plastiques, directeur du Centre national des arts plastiques, 1981-1986), Gérard Paris-Clavel (Grapus), Margo Rouard (chargée de la mission pour la création industrielle, 1983).

7. Jean-Pierre Grunfeld, entretien avec l'auteur, 3 juillet 2019.
« Le Cnap est une déclinaison de l'identité du ministère. Moins normée, qui était considérée comme un prototype puisque c'était un département nouveau. Ce département devait devenir prototype de l'image totale du ministère. »

8. Étude d'image de marque.

1^{ère} phase / Avant-projet, avril 1983.

Archives nationales 20060377/72 Art. 75.

9. Compte-rendu de la réunion sur la ligne graphique chez Jacques Sallois, 11 juillet 1983. Archives nationales, 19940053/7

10. Étude d'image de marque.

1^{ère} phase / Avant-projet, avril 1983.

Archives nationales 20060377/72 Art. 75.

11. Elle apparaît notamment dans l'affiche de l'exposition « Aus Plakatkunst Grapus Frankreich 1970 » à Essen en Allemagne, puis dans celle de l'exposition de leurs travaux au Musée de l'Affiche, l'année précédent la consultation, en 1982. Elle apparaît également

dans les esquisses pour l'identité visuelle du bicentenaire de la Révolution (1988), série 59Z6, Archives municipales d'Aubervilliers.

À propos des affiches d'expositions voir notamment le texte de Boris Atrux-Tallau, « Grapus s'expose (1979-1985) » dans Béatrice Fraenkel, Catherine de Smet (dir.), *op.cit.*, p. 150-171.

12. Technique de reproduction photomécanique d'une image, grâce à l'interposition d'une trame, qui rend les différentes valeurs des dégradés sous forme de points de taille variable.

Il est souligné par un second cercle calligraphique composé de lettres manuscrites qui inscrivent « centre national des Arts Plastiques ».

De l'évocation politique aux évocations figuratives – cocarde, cible, œil, palette –, « le symbole de la liberté politique devient le symbole de la liberté de l'expression artistique.¹³ » Ce signe repose sur un contraste formel et sémantique qui opère une unité de sens¹⁴ complexes. « Les couleurs primaires, le centre et la périphérie, il y a une symbolique assez intéressante de mouvement jaillissant, de dynamique.¹⁵ »

Ces premières intentions sont retravaillées à la suite d'une réunion à propos de la « ligne graphique » avec des agents de la Délégation aux arts plastiques (Dap) chez Jacques Sallois¹⁶, en juillet 1983. Au cours de cette réunion, les membres soulignent la nécessité de retravailler les signes graphiques, en particulier celui du ministère de la Culture. Ils préconisent d'abandonner la cocarde en faveur de l'œil :

« La proposition initiale de logo, de préférence à toutes autres présentées ultérieurement, devra être affinée, avec accentuation de l'évocation de l'œil, de l'ouverture en priorité sur celle de la cocarde qui ne retient pas l'adhésion.¹⁷ »

Les nombreuses maquettes dans lesquelles l'œil cocardé est présent, permettent de saisir les modifications que celui-ci a subit au cours du projet [ill. 4]. Des plus légers au plus extrêmes, ces changements, corrections, évolutions, s'achèvent sur un signe stylisé, synthétisé, qui se rapproche du schéma anatomique de l'œil humain [ill. 5].

Finalement, ce signe est abandonné, tout comme l'identité du ministère de la Culture alors même que certains documents d'archives confirment que le projet avait été validé par Jack Lang, Ministre de la Culture¹⁸. Les raisons de cet abandon restent floues¹⁹. Seule la mention « ministère de la Culture » restera de cette volonté initiale. Elle accompagnera le logo du Cnap qui sera le seul des deux à être mis en application.



[ill. 4] Grapus + Topologies, maquette pour le logo du Cnap (détail), n.d. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 12.



[ill. 5] Grapus + Topologies, maquette pour le logo du Cnap (détail), n.d. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 12.

13. Hugues Boekraad, *Pierre Bernard, Mon travail ce n'est pas mon travail*, Zürich : Lars Müller publisher, 2007, p. 21.

14. Gérard Blanchard, « Le discours de la marque : le logotype », *Communication et langages*, n° 36, 1977, p. 68. « Il s'agit d'un discours unifié, typifié par le logotype. Ce dernier [le logo] détermine donc une unité de sens. »

15. Gérard Paris-Clavel, entretien avec l'auteur, 4 octobre 2018.

16. Directeur de Cabinet de Jack Lang (1981-1984).

17. Compte-rendu de la réunion sur la ligne graphique chez Jacques Sallois, 11 juillet 1983. Archives nationales, 19940053/7.

18. « Compte-rendu de la réunion du samedi 17 décembre 1983 », 22 décembre 1983 ; « Compte-rendu de la réunion du 17 janvier 1984 », 20 janvier 1984. Archives nationales, 19940053/7.

19. Il semblerait selon plusieurs protagonistes interrogés que « l'Administration ait repris le pouvoir » et que la création de ces identités auraient été

conflictuelle. Certaines correspondances présentes aux Archives nationales viennent confirmer cette information, notamment une correspondance entre Jack Lang et Pierre Berégovoy. Pour plus de détail voir l'article de Caroll Maréchal, « La commande de l'identité visuelle du Cnap (1982-1985). Partie 1 : L'exemplarité comme leitmotiv », *Graphisme en France* [en ligne]. L'identité visuelle du ministère de la Culture sera repensée en 1989 et réalisée par Pippo Lionni.



Si l'identité visuelle du Cnap n'est pas remise en question lors de la réunion, elle est cependant retravaillée. La forme graphique du logo est précisée, affinée. Séparée dans l'espace du signe du reste de ses éléments, l'écriture manuscrite de la mention « Centre National des Arts Plastiques » et son positionnement sont repensés dans un geste plus dynamique. Plus tard, les contreformes remplies d'encre, dénaturant, de fait, cette caractéristique de la lettre, marqueront davantage l'aptitude du texte à faire lui-même dessin, et la singularité individuelle de l'écrit.

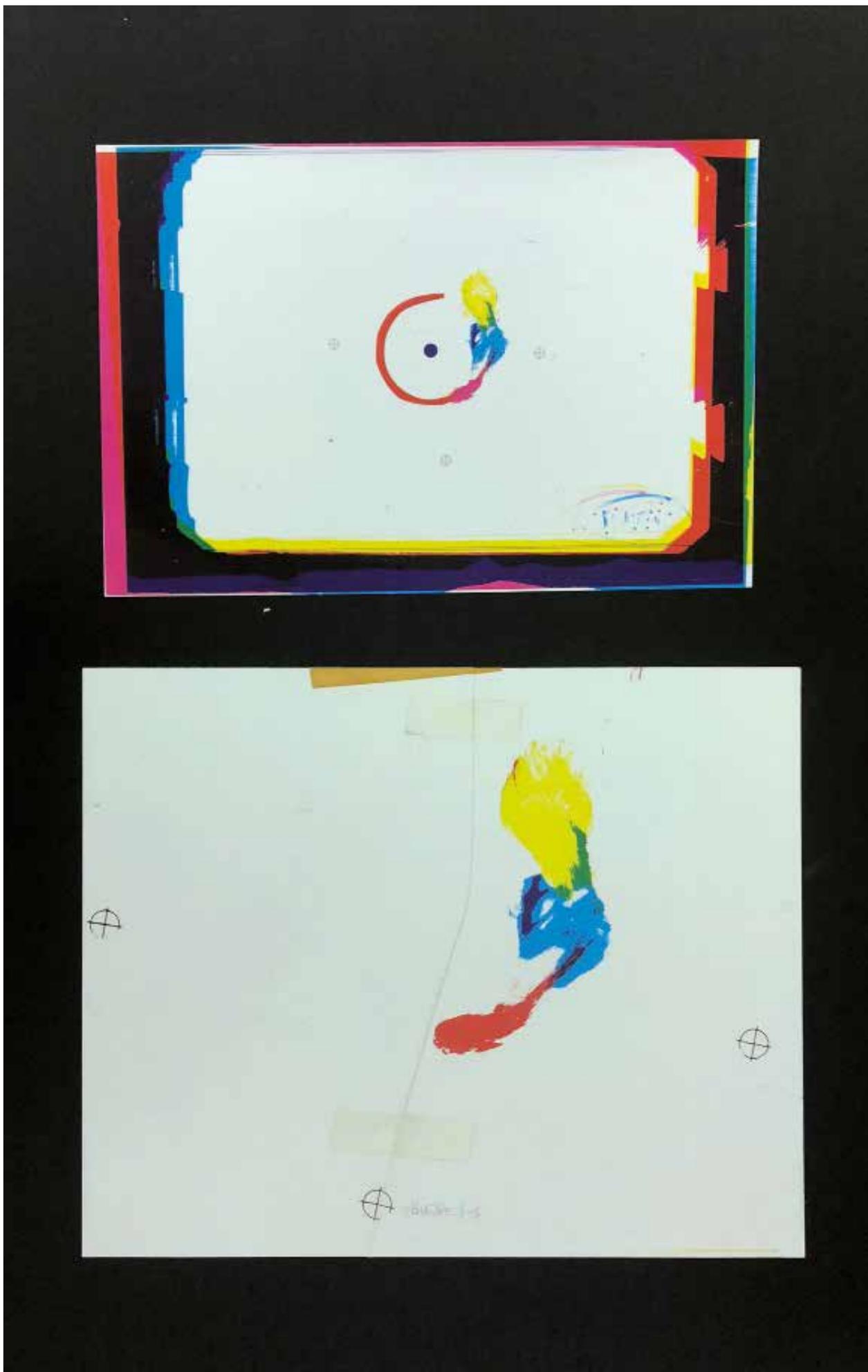
Le cercle noir qui délimite le logo est, quant à lui, retracé à main levée, laissant apparaître ses imperfections. Mais ce qui semble avoir occupé davantage les graphistes c'est le travail colorimétrique sur la tache trouble dans laquelle le cercle rouge se dissipe. Plusieurs variations de cette palette de couleurs sont en effet visibles sur les différentes maquettes, ce qui suggère qu'un grand nombre d'essais a été réalisé pour obtenir l'effet et la forme souhaités. Les outils – pinceaux, doigts –, les supports – papier, rhodoïd –, les couleurs – primaires (magenta, cyan, jaune), violet, vert –, se déploient sur les différentes maquettes. Les essais de taches de couleur sont découpés, décomposés, assemblés, reproduits, jusqu'à obtenir satisfaction [ill. 6].

Ce travail de précision picturale se remarque également au moment du passage du « dessin » à l'imprimé, de la main à la reproduction mécanique. Les détails de trame Benday²⁰, de rapports de dégradés, les annotations sur les documents de fabrication (bromures, films, chromalins, similis, etc.) montrent matériellement le travail des graphistes, et leur exigence vis-à-vis de la justesse, de l'exactitude du rendu de la forme graphique au moment de sa reproduction, que celle-ci soit en quadrichromie ou en niveau de gris [ill. 7-8-9]. En effet, les graphistes prennent en compte les moyens techniques à la disposition des agents du ministère, en particulier les moyens de reproduction (photocopieuses)²¹, pour créer des « interprétations » en noir et blanc du logo original en couleur, afin qu'il soit facilement reproductible.

20. Technique d'impression tramée utilisée pour reproduire une couleur sans dégradé.

21. Jean-Pierre Grunfeld et Gérard Paris-Clavel ont passé plusieurs jours dans les bureaux des agents du ministère

pour étudier les moyens techniques de reproduction mis à leur disposition, et le fonctionnement de chaque service.



[ill. 7] Grapus + Topologies. Repronaaster du logo du Cnap, n.d. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 11.

[ill. 8] Grapus + Topologies, maquette pour le logo du Cnap (détail), n.d. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 11.



[ill. 9] Grapus + Topologies, bromure du logo du Cnap (détail), n.d. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 11.



Le signe proposé se démarque, de par sa forme et son esthétique, des autres logos de l'époque, davantage marqués par la géométrie du courant suisse. « C'était l'idée d'associer de la lettre, du dessin, de la géométrie, de la peinture, de la palette, c'était essayer de créer un signe qui soit pluriel dans les codes utilisés.²² » L'utilisation de la couleur dans une identité visuelle de l'Administration centrale française est également novatrice puisque c'était la première du genre²³.

Du logotype aux déclinaisons.

À côté de ce travail de création du logotype, les maquettes de déclinaisons de l'identité sur divers documents de papeterie ou d'objets éditoriaux permettent également d'appréhender le processus de création et les étapes de son élaboration. En outre, elles formalisent les échanges entre Grapus et Topologies. En effet, Grapus est chargé de l'aspect créatif, Topologies de ses applications signalétiques et de ses déclinaisons²⁴.

Si les différentes maquettes de papeterie sont rassemblées et regroupées indistinctement dans un même ensemble aux Archives municipales d'Aubervilliers²⁵, une étude attentive permet de distinguer différentes étapes de création. Deux d'entre elles présentent des esquisses et/ou maquettes, deux autres des épreuves d'éléments de papeterie. Parmi elles, une planche en particulier [ill. 10] révèle différentes interventions et temporalités réunies sur un seul support/espace. Elle se compose d'éléments de maquettes – papiers colorés découpés, pliés –, d'esquisses du logotype, et d'un grand nombre d'annotations manuscrites qui sont des indications essentielles puisqu'elles rendent tangible le processus de création, malgré leur aspect anecdotique au premier abord.

Son étude permet, d'une part, d'en saisir les fonctions :

- Rassembler les informations techniques et notes au fur et à mesure de l'élaboration des déclinaisons.
- Être une surface d'échanges et de travail entre les différents membres de Grapus et de Topologies²⁶.
- Penser la mise en page des éléments pour une présentation au commanditaire.

Elle matérialise par ailleurs une étape essentielle du processus de création en design graphique : celle du passage de la création à la fabrication.

D'allure composite, à l'image d'un *pinboard* ou autres *moodboard*, cette planche revêt des documents de natures, de matières, de techniques différentes, mais qui ont tous en commun d'être un support de l'écrit.

22. Gérard Paris-Clavel, *op.cit.*

23. Claude Mollard, *La culture est un combat*, Paris : Puf, 2015, p. 76.

24. Jean-Pierre Grunfeld, *op.cit.* Laurence Madrelle et Annie Demongeot s'occupaient des déclinaisons graphiques au sein de Topologies.

25. Les différentes maquettes de papeterie sont regroupées aux

Archives municipales d'Aubervilliers dans l'ensemble « Série 59 Z 12 ».

26. « Les dissensions à cette époque au sein de Grapus sont créatives, il y a même une scénographie. Ils sont autour d'une table ronde. Il y a les murs où ils affichent et tout le monde "s'engueule". Les différences existent, mais ces différences sont au service du projet, et c'est assez spectaculaire. Laurence [Madrelle],

Annie [Demongeot] et moi nous assistons à ça. Ce qui nous permet d'être "intelligents" sur les déclinaisons. Ils nous confient la création et au fur à mesure chez Topologies, Laurence et Annie font les déclinaisons et ça revient vers eux pour avoir un accord du groupe. Nous avons fonctionné en totale intégration et en totale harmonie. » Jean-Pierre Grunfeld, *op.cit.*



[Ill. 10] Grapus + Topologies, maquette de la papeterie du Cnap, n.d. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 12.

De l'élaboration d'une identité visuelle au cahier des normes

Une vingtaine d'éléments (maquettes, esquisses, bromures, photocopies, etc.) permettent de saisir l'élaboration d'un autre objet essentiel dans la réalisation d'une identité visuelle, le cahier des normes ou charte graphique²⁷.

Ce document qui prend généralement la forme d'une édition, rassemble toutes les règles relatives à l'utilisation de l'identité : choix du caractère typographique, corps du texte, placement et taille du logo, techniques d'impression, références colorimétriques, etc. Il peut également expliciter les choix opérés par les graphistes, et ainsi éclairer l'utilisateur sur l'origine du signe (logo) qu'il utilisera et qui le représentera.

Ici aussi, plusieurs étapes se dégagent des esquisses et maquettes. Elles se matérialisent par les différentes techniques employées et le contenu qui y figure.

Une première esquisse ^[ill. 11] réalisée au feutre présente les différentes parties (« 1. Manifeste ; 2. Le logo ; 3. Applications du logo ») qui doivent figurer dans la norme, ainsi que les différentes formes éditoriales qu'elle pourrait prendre (blocs, carton à dessin, fiches, anneaux, classeur).

Divisée en trois parties, ce croquis témoigne du travail éditorial qui précède la réalisation graphique : « Qu'est-ce qu'on raconte ? », « Comment ? », « Quelle hiérarchie d'informations ? » sont autant de questions dont il rend compte.

Si l'ensemble est manuscrit, certaines annotations semblent issues d'une seconde intervention qui précise les choix graphiques (« édition ! », flèches, éléments entourés).

Seconde étape, le chemin de fer ^[ill. 12] détaille le contenu page par page. Esquissé à la main, celui-ci se déploie sur six planches (deux versions de trois planches chacune), et reprend la hiérarchie énoncée dans le croquis précédent. Placement de textes, de titres, d'iconographies se succèdent, se précisent et se finalisent. Les annotations au crayon graphite viennent compléter, corriger, interroger certains éléments des planches.

La troisième étape se matérialise par les maquettes de page ^[ill. 13], qui ne sont plus esquissées mais construites rigoureusement à l'aide d'une grille et de repères pour placer les éléments qui sont eux contrecollés sur la planche. Recouvertes d'un calque, ce sont ces maquettes qui serviront à la reproduction via divers procédés : photocopies (qui permettent une phase de corrections notamment sur les réglages typographiques, orthographiques, ou du contenu), bromures, épreuves ^[ill. 14].

Enfin, une maquette au format et reliée ^[ill. 15-16] permet une dernière phase de corrections avant l'impression finale. Les annotations, au stylo rouge, se concentrent ici davantage sur les éléments manquants ou sur la colorimétrie des éléments que sur la mise en page qui elle a été fixée par l'étape précédente.

Outre sa fonction première de renseigner les utilisateurs sur les règles d'usage de l'identité visuelle, le cahier des normes permet de voir également les modifications qu'elle a subies dans le temps. Les papiers en tête par exemple ont évolué, à l'origine chaque service est indiqué (« chaque service présente les autres²⁸ ») et le service qui émet « s'allume ». Jack Lang avait validé cette proposition mais l'ensemble des collaborateurs n'étaient pas en accord avec ce principe qui a peu à peu été abandonné.

28. Gérard Paris-Clavel, *op.cit.*

4. le logotype

Le logotype est imprimé en 5 couleurs :

- .3 couleurs primaires à plat
- .le noir à plat
- .le gris de la typographie à plat.

Dans le cas d'une impression à 4 couleurs, le gris de ministère de la Culture est en noir tiré à 40 %. Ceci est valable jusqu'à une réduction maximale de 43 mm de diamètre. En dessous de cette réduction, se référer à la planche "formats" n° 6.

Des typens couleur sans joints.

mai 1985

7. typographie

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1/1234567890%
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
[.,:;!;?].['»«'"]+ - = /\$%&'&\$

Exemple : ministère de la Culture

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678901-+-
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆ
\$&%&'&/:.«'»«-.,?!@%()

Exemple

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678901-+-
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆ
\$&%&'&/:.«'»«-.,?!@%[]

Deux caractères cohabitent :

- .le plantin demi-gras étroit.
- Typographie de "l'institutionnel". Celui-ci est condensé à 20 %.
- Si cela n'est pas possible, utiliser du plantin en phototirage.
- .l'helvetica étroit gras
- .l'helvetica étroit maigre

Les textes courants sont composés dans l'un de ces trois caractères. Dans le cas où un imprimeur ne posséderait pas la police du plantin, le times roman peut être utilisé.

Texte et titres sont composés en minuscules (bas de casse). On emploie la majuscule (capitale) en début de phrase, début de nos propres (seul) pour les précedés, et pour désigner dans le titre l'importance du sujet traité. Exemples : dossier de Presse, Arts info...

ministère de la Culture Arts info

[HI. 15-16] Grapus, + Topologies, maquette du cahier des normes du Cnap, 1985. Archives municipales d'Aubervilliers, fonds Grapus, série 59 Z 11.



Conclusion

L'ensemble étudié ici rappelle la distinction des « trois états » successifs du manuscrit opérée par Cendrars dans « Pro Domo. Comment j'ai écrit Moravagine²⁹ » sur le processus de conception et de production de ses textes :

- la « formulation » ou « sténographie » (qui est « un état de pensée ») – que l'on peut rapprocher des notes d'intention ;
- la « modulation » ou « calligraphie » (« un état de style ») – qui rappelle les esquisses et maquettes ;
- la « fixation » ou « typographie » (« un état de mot ») – qui évoque l'objet imprimé.

Si ce rapprochement est possible (notamment par l'emploi de Cendrars d'un vocabulaire graphique et typographique, pratiques dont il était proche), reste que la notion de « manuscrit » ne peut s'appliquer au domaine qui nous concerne. La présente étude révèle bien l'importance de l'écrit dans le processus d'élaboration d'objets graphiques, les annotations manuscrites présentent ici pourraient d'ailleurs faire l'objet d'une étude génétique plus poussée, à l'instar de

celles réalisées sur la littérature ou les arts plastiques³⁰, et en la rapprochant des recherches sur les pratiques d'écriture au travail³¹. En effet, les études menées sur ces sujets invitent à interroger ici la nature de ces traces « graphiques³² » et « non verbales³³ » qui accompagnent la pratique du graphiste, qui participent à l'élaboration d'un projet de commande, et qui permettrait de mieux comprendre la dynamique de création et ses processus qui caractérisent les pratiques du design graphique.

Une approche du design graphique en terme de critique génétique reste à mener, mais celle-ci ne pourra être pensée qu'en terme de procès, en étudiant précisément les documents d'élaboration pour en comprendre les fonctions et les caractéristiques au sein de la « chaîne de création ». Certes, ces documents font état et témoignent d'une époque, d'un savoir faire manuel où « le graphisme reste encore une activité artisanale qui se colle à la fabrication très matérielle des supports (maquettes papier, colle, ci-

seaux, films...)»³⁴ ; mais ils invitent en premier lieu à une étude des conditions matérielles de la production graphique pour retracer les différentes étapes d'un projet – de l'esquisse à la finalisation imprimée.

De telles recherches permettraient en outre de dégager un vocabulaire précis pour décrire et inventorier ces objets. L'élaboration d'un tel thesaurus commun, qui fait défaut aujourd'hui notamment dans les lieux qui détiennent des fonds de design graphique³⁵, est pourtant nécessaire pour obtenir une connaissance rigoureuse de ce domaine, permettant ainsi une conservation adéquate des éléments constituant cette pratique, et une valorisation de ces ensembles.

29. Blaise Cendrars, « Pro Domo. Comment j'ai écrit Moravagine » dans *Moravagine*, Paris : Grasset, 1956.

30. Pierre-Marc de Biasi, « Génétique des arts plastiques », *Littérature*, n° 178, 2015, p. 64-79 ; « Formes », *Genesis*, n° 24, 2004. Voir également les études sur les manuscrits d'écrivains, sur le processus de création photographique (Monique

Sicard, « Photo-graphies », *Genesis*, n° 40, 2015)

31. Voir notamment les recherches menées par Claire Bustarret, Béatrice Fraenkel, Bruno Latour, etc.

32. Entendre ici « graphique » au sens de *graphê* (écriture)

33. Aurèle Crasson et Louis Hay, « Verbal – Non verbal », *Genesis*, n° 37, 2013.

34. Philippe Quinton, « Le design de la recherche », *Communication et langages*, n° 178, 2013, p. 63.

35. À ce sujet, voir le compte-rendu de la journée d'études sur les collections de design graphique, qui s'est tenue au Cnap en novembre 2018, disponible en ligne sur le site de *Graphisme en France*.

Arts Info

Bref historique d'un bulletin aux multiples visages

« Ce secteur [les arts plastiques] était tellement mal mené sur le plan de l'information, nous souhaitions qu'il [Arts info] soit un outil de communication pour que tous les acteurs du domaine des arts plastiques aient un ensemble d'informations. C'était très attendu, et le jour où on a arrêté c'était pour certain très pénalisant.¹ »

Créé en octobre 1982, *Arts info* est le bulletin mensuel de la Délégation aux arts plastiques (Dap) et du Centre national des arts plastiques (Cnap). Il a « pour objet principal d'expliquer ce qui a été fait, ce qui est fait, ce qui sera fait en faveur des arts plastiques.² »

À destination de l'ensemble des acteurs des arts plastiques en France, il a pour vocation d'être « un lien entre l'institution et les acteurs de terrain³ ».

Les premiers numéros se déclinent sur 8, 12 ou 16 pages qui prennent la forme d'un document ronéotypé bleu. L'ensemble des informations est récolté par Brigitte Naulot et Véronique Leprette du service des Relations Extérieures, et concerne : l'actualité de la Dap et du Cnap, les différents services et les établissements qui leur sont rattachés, les bourses et concours dans le domaine des arts plastiques.

À partir de mai 1984, *Arts Info* change de forme pour s'ancrer dans l'identité visuelle du Cnap réalisée par Grapus et Topologies suite à une Commande publique⁴. Quelques mois plus tôt, en février 1984, un numéro 0 paraît distribué à un nombre restreint de personnes « pour tester⁵ » la nouvelle formule. Première manifestation de l'identité, elle se veut le témoin que « l'Administration des Arts Plastiques s'efforce d'œuvrer en faveur de la création artistique » en donnant « l'exemple en matière de graphisme et de typographie.⁶ »



1. David Caméo, entretien avec l'auteur, 3 décembre 2018.
2. Claude Mollard, *Arts Info*, n° 1, octobre 1982, p. 1.
3. David Caméo, *op.cit.*
4. Au sujet de cette Commande publique

voir les articles de Caroll Maréchal, « L'identité visuelle du Centre national des arts plastiques (1982-1985). Partie 1 : L'exemplarité comme leitmotiv », « Partie 2 : Le processus de création », disponibles sur le site de *Graphisme en France*.

5. Véronique Leprette, *Arts info*, n° 0, février 1984.
6. Claude Mollard, *Arts Info*, n° 16, mai/juin 1984, p. 2.

Arts Info, n° 1, octobre 1982, couverture. Fonds de la bibliothèque Kandinsky, P. 1768.

Arts Info, n° 0, février 1984, couverture. Fonds de documentation du Cnap.
Conception graphique : Grapus.



Composé de 12 pages, le bulletin, qui devient bimestriel, est structuré en 5 rubriques : Agenda, Les informations régionales, Les informations générales, Les femmes et les hommes, Textes et références. Grapus privilégie une mise en page classique en utilisant l'Helvetica et le Times, pour une lecture facilitée, et une impression en niveau de gris, pour une économie de moyens. Seul le logo du Cnap sur la couverture est imprimé en quadrichromie. Les couvertures de *Arts Info* sont conçues par un plasticien différent à chaque numéro, au même titre qu'un artiste intervient, chaque mois, dans la vitrine du Cnap (avenue de l'Opéra). Elles « mettent en scène le numéro de la publication » et « en évidence la variété des métiers des Arts Plastiques dont le CNAP a la responsabilité, afin d'en montrer dans le temps une des qualités principales : LES DIFFERENCES : peinture, tapisserie, sculpture, photographie, graphisme etc...⁷ ». Le nom du plasticien est mentionné en deuxième de couverture, accompagnée d'une photographie (ou d'un dessin) et de quelques informations biographiques. Un pli simple permet de glisser le bulletin dans un bandeau habillé du logotype du Cnap et d'apposer l'adresse postale du destinataire.

Arts Info, n° 16, mai-juin 1984, pages 2-3. Fonds de la bibliothèque Kandinsky, P 1768.
Conception graphique : Grapus.



7. Maquette/Cahier des normes Arts Info, Fonds Grapus, Archives municipales d'Aubervilliers,

En 1988, une Commande publique est lancée auprès de sept graphistes ou studios, pour la réalisation de six couvertures du bimestriel pour l'année 1989. Sont ainsi sollicités : Doumig Le Cuziat, Zig Zag, Tout pour plaire, Ruedi Baur, Minium, François Mutterer, et YATZ. Présentes dans la collection du Cnap⁸, une étude attentive des maquettes montrent les intentions des différents graphistes à l'aide de techniques diverses pour figurer les projets : collages, dessins, letraset, reports, etc.

La proposition de la graphiste Doumig Le Cuziat se décline dans un leporello de huit volets d'environ 1m68, qui rassemble, à l'aide de rubans adhésifs, sept maquettes de couvertures. La thématique de la série semble se concentrer sur les « métiers » (dont le mot illustre la première maquette) du champ de l'art : cinéma, bande dessinée, mode sont des domaines qui sont aisément perçus dans trois des couvertures, les trois autres étant plus abstraites et énigmatiques.

Zig Zag soumet six maquettes utilisant les techniques du collage et du letraset, représentant chacune l'intervention plastique d'une tierce personne⁹.

Tout pour plaire fonde sa proposition sur les variations du « regard » dans différentes expressions formelles (photographie, dessin, maquillage, etc.)¹⁰. Les cinq maquettes sont construites à l'aide de tirages photographiques, de collages et de letraset.

Le graphiste Ruedi Baur présente deux propositions différentes formalisées par des collages. Une première aux motifs abstraits joue sur les contrastes de couleurs (jaune-bleu ; jaune-magenta ; rose-vert ; jaune-gris ; jaune-vert. La seconde propose six collages sur fond jaune de divers éléments – insectes, vis, animaux, mains, etc. Ces illustrations reproduisent d'anciennes gravures découpées puis collées jouant avec les représentations et les signes dans l'espace de la page.

François Mutterer représente quant à lui diverses pratiques des arts plastiques en multipliant des objets de même nature sur la page – pellicules, pinceaux, références de nuancier Pantone, mains de Mickey, etc. –, qui ne sont pas sans rappeler son métier d'origine – architecte –, ses propres travaux¹¹ et son extraordinaire cabinet de curiosités.

La proposition de YATS incarne le mot « ARTS » dans sept illustrations différentes.

Enfin, celle de Minium ne se limite pas à intégrer un visuel dans la maquette originelle de Grapus, mais revoit l'ensemble de la couverture pour qu'elle soit traitée « comme des couvertures de "magazine presse" ». Les graphistes préconisent donc « l'emploi d'un autre graphisme pour le titre du journal ainsi que l'apport de la couleur fluo pour le rendre plus actuel et attrayant.¹² »



Doumig Le Cuziat, *Maquette de couvertures pour Arts Info*, 1988, détail. Fonds de documentation de la Commande publique, Cnap.

8. Présentes car non inventoriées.

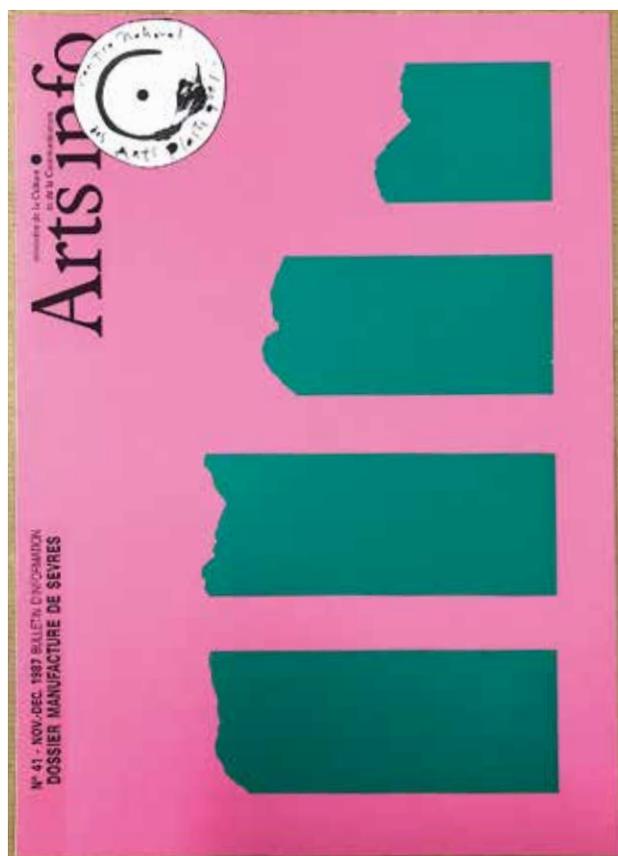
9. Nicolas Dolce, Vincent Lebé, Bénédicte Guettier, Thierry Bigard, Nathalie Gautreau, Clovis Vijoux.

10. Voir le site de Tout pour plaire :

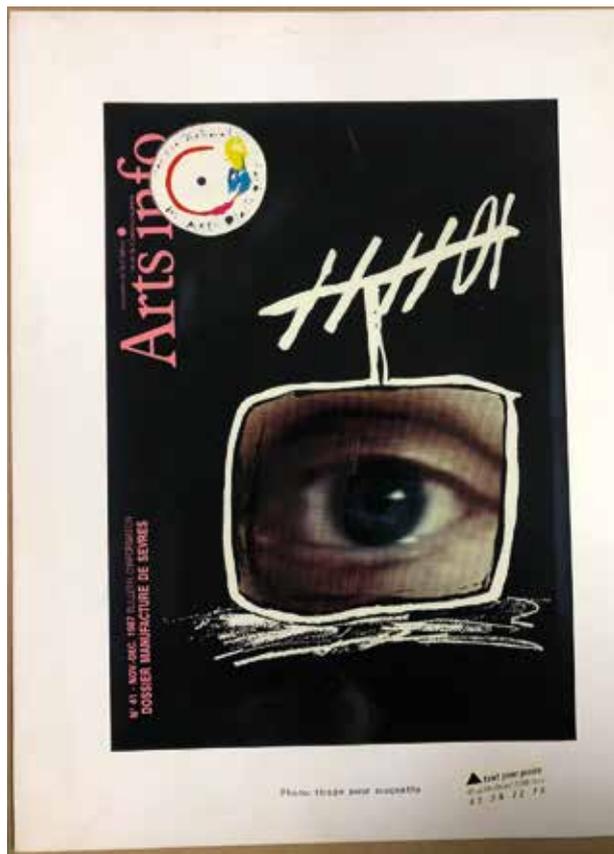
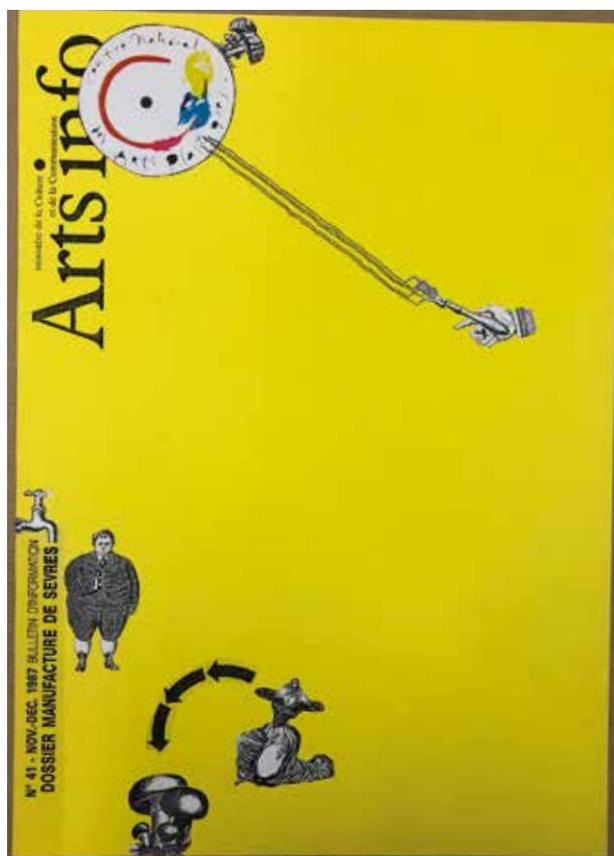
11. Qu'il s'agisse de la bande-dessinée *Carpet's Bazaar* conçue avec Martine Van, ou ses tableaux-sculptures de la série *Tout d'un bloc*.

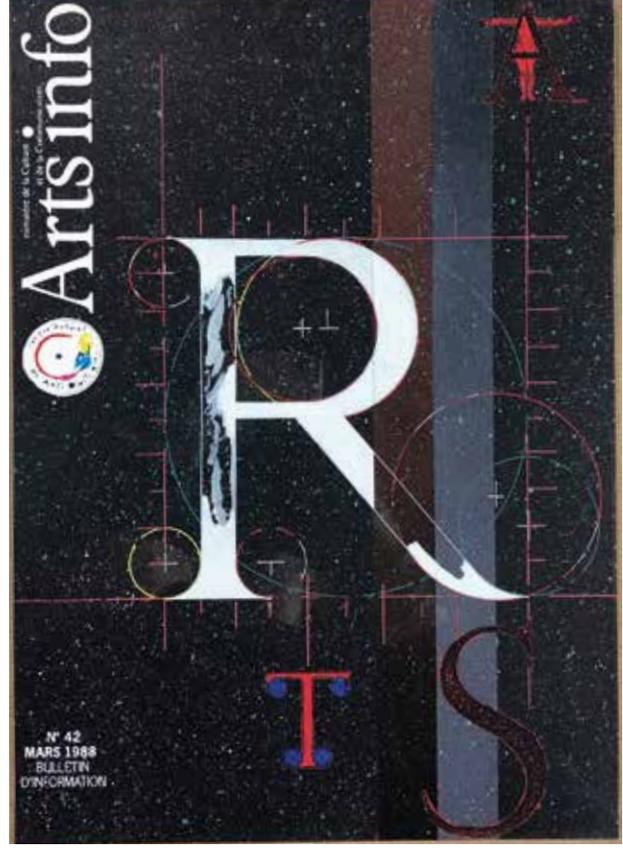
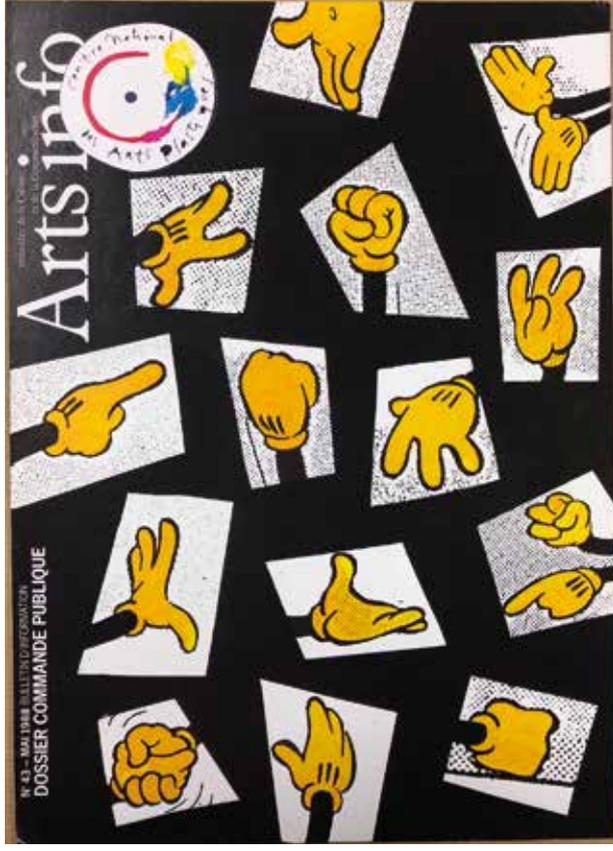
12. Minium, maquette pour la Commande publique des couvertures d'Arts Info, 1988-1989. Fonds de la Commande publique, Cnap, non inventoriée.

De gauche à droite : Zig Zag, *Maquette d'une couverture pour Arts Info*, 1988.
 Tout pour plaisir, *Maquette d'une couverture pour Arts Info*, 1988. Fonds de documentation de la
 Commande publique, Cnap.



Ruedi Baur, *Maquettes de couvertures pour Arts Info*, 1988.
 Fonds de documentation de la Commande publique, Cnap.





Mínium, *Maquette pour Arts Info*, 1988. Fonds de documentation de la Commande publique, Cnap.



De gauche à droite : François Mutterer, *Maquette d'une couverture pour Arts Info*, 1988. YATS, Maquette d'une couverture pour Arts Info, 1988. Fonds de documentation de la Commande publique, Cnap.



Si la proposition de changement complet de mise en page pour la couverture n'est pas retenue, cette commande marque tout de même une première rupture avec la maquette initiale de Grapus – celle de l'intégration de la couleur dans le visuel de couverture –, et qui sera renforcée par la commande à Roman Cieslewicz, en 1989, d'un numéro spécial de *Arts info*, le n° 50¹³. Tout pour plaire remportera la consultation et réalisera six couvertures, les suivantes seront confiées à Pascal Midavaine, directeur artistique chez TWBA entre 1990 et 1998.

À partir de 1990, les couvertures sont confiées à Evelyne Deltombe et Michel Roblédo, qui repensent, à partir de 1991, la mise en page dans son ensemble. La proposition de Grapus est alors abandonnée pour « donner [à *Arts info*] enfin l'allure et le contenu d'un véritable magazine.¹⁴ » Le nouveau principe reprend en effet les codes du magazine : impression en quadrichromie, papier glacé, chapô, photographies, etc. Il intervient dans le contexte d'un changement de contenu éditorial : en plus des informations de service déjà présentes dans les précédents numéros, cette nouvelle formule propose des contributions de « journalistes confirmés, connaisseurs avérés et attentifs de l'art contemporain¹⁵ ».



13. Ce dernier se présente comme un dépliant avec un pli dit « économique » ou pli pincé. Niveau de gris + 1 couleur (rouge), et s'il reprend certains codes de la maquette de Grapus + Topologies, celle-ci réduit considérablement les informations.

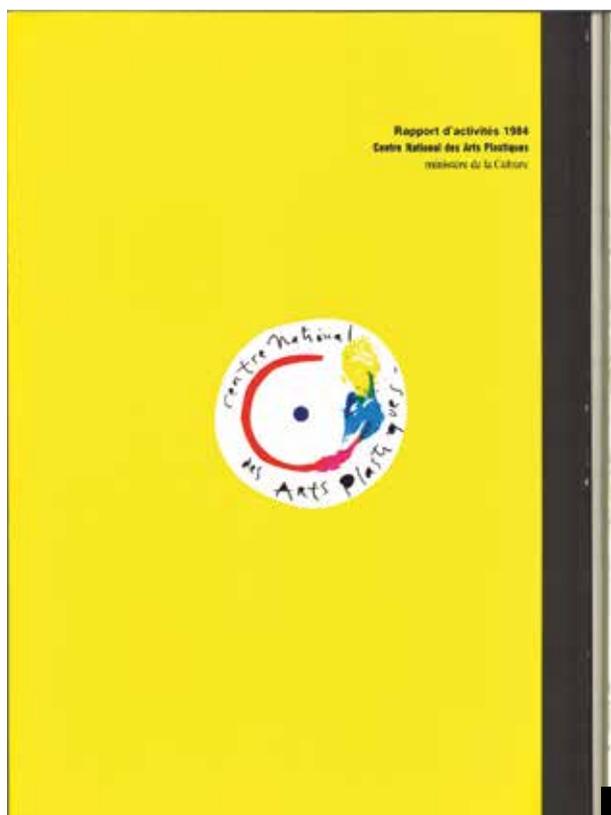
- 14.** François Barré, *Arts info*, n° 56, février-mars 1991, p. 2.
15. *Idem*.



Les rapports d'activités du Centre national des arts plastiques. Partie 1 : Une « carte blanche » graphique (1984-2001)

La création de la Délégation aux arts plastiques (Dap) et du Centre national des arts plastiques (Cnap) en 1982, est accompagnée de l'élaboration de nouveaux services, dont le service des Relations Extérieures¹ dirigé par David Caméo². Ce service qui n'existait pas est « à monter de toute pièce³ », et dans le contexte de la volonté affirmée d'accompagner la politique du ministère d'une image forte (dont découlera la Commande publique pour l'identité visuelle du Cnap⁴), il est rapidement décidé de confier la création des rapports d'activités de l'établissement du Cnap à différents graphistes. Ces derniers sont choisis de manière empirique⁵, sans appel à candidature la plupart du temps, il est donc difficile de retracer ces commandes et les choix qui les précèdent, toutefois, trois d'entre elles – celles réalisées par Grapus, Roman Cieslewicz, et Pippo Lionni –, entre 1984 et 1999, font exception, de par leur fréquence et leur contexte de production⁶.

Le premier rapport d'activités du Cnap, publié en 1984, est réalisé par Grapus, lauréat de la commande de l'identité visuelle, et s'inscrit comme une déclinaison pour affirmer la nouvelle identité. La couverture, la 4^e de couverture et les rabats mettent en avant le nouveau logo du Cnap, seul élément à apparaître, centré sur un fond coloré (bleu, jaune, vert, rouge) et accompagné du titre en haut à droite. L'intérieur du rapport se décline sur 72 pages. Il propose une iconographie riche et des couleurs vives qui viennent se confronter aux colonnes de textes noires composées en Helvetica. Les couleurs présentes sur les plats et rabats de couverture sont chacune attribuées à l'un des quatre chapitres qui composent le rapport – Formation aux arts plastiques (bleu),



Rapport d'activités du Cnap, 1984, détail du rabat de la 1^{ère} de couverture.
Conception graphique : Grapus.

1. Le service des Relations Extérieures est l'ancêtre de l'actuelle Mission de la communication à la Direction générale de la création artistique.

2. David Caméo a été Chargé du service des Relations Extérieures à la Dap. En 1984, il prend en charge également la Mission pour la bande-dessinée. Il intégrera dans les années

1990, un secteur plus large, celui concernant la Commande publique, la diffusion et la décentralisation au sein du Cnap et de la Dap.

3. David Caméo, entretien avec l'auteur, 3 décembre 2018.

4. À ce sujet, voir les articles de Caroll Maréchal, « La commande de l'identité visuelle du Cnap (1982-1985). Partie 1 :

L'exemplarité comme leitmotiv » et « Partie 2 : Le processus de création », disponibles en ligne sur le site de *Graphisme en France*.

5. David Caméo, *op. cit.*

6. Un tableau regroupant l'ensemble des rapports d'activités de 1984 à 2001, est présent en fin d'article.



Incitation à la création, la recherche, la production (jaune), Commande publique et achats (vert), Promotion et diffusion (rouge). Chacune d'entre elles se retrouve en entrée de chapitre, sur des ronds colorés superposés au texte, et sur les folios dont le placement évolue au fur et à mesure que les chapitres se succèdent.

L'ensemble de ces chapitres aux couleurs franches est entouré de trois cahiers imprimés en niveau de gris qui se concentrent sur l'établissement en tant que tel. Le premier cahier, de 8 pages, rassemble le colophon, le titre, des photographies d'œuvres, de colloques, d'inaugurations, la préface, un édito, et une photographie représentant le ministre de la Culture, Jack Lang et le délégué aux arts plastiques, Claude Mollard.

Deux autres cahiers, placés en fin de rapport, sont composés de 8 et 16 pages et se concentrent sur le budget, les principes de fonctionnement, l'organisation et les contacts, les conseils et les commissions. Des pages de type « album photos » s'intercalent dans le dernier cahier pour présenter l'ensemble des agents de la Dap et du Cnap.

Enfin, un tiré-à-part en ton direct bleu présente le bilan presse, les réponses aux questions écrites et les textes législatifs. Composé uniquement de texte réparti sur quatre colonnes, il est un complément du rapport d'activités.

La mise en page et les choix graphiques mettent en lumière la nouvelle identité visuelle du Cnap et la présentation du nouvel établissement culturel, ils illustrent également la volonté du ministère de s'exprimer à l'aide d'une image, d'une esthétique singulière.

LE CENTRE DE FORMATION AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES

TON PROJET - IL EST DESTINE A TOUS LES SECTEURS PROFESSIONNELS AYANT A UTILISER L'IMAGE ELECTRONIQUE - CREATION TEXTILE - TYPILOGIE - ILLUSTRATION - GRAPHISME - PUBLICITE. TOUTS LES METIERS DE LA COMMUNICATION ET L'ARCHITECTURE INTERIEURE. IL SERA PRIORITAIREMENT OUVERT AUX ETUDIANTS ET ENSEIGNANTS DES ECOLES D'ART - SON MATERIEL - PALETTE ELECTRONIQUES GRAPH 5 ET 9 ET FACSIMILE - MATERIEL FRANCAIS - MICRO ORDINATEURS ET LOGICIELS 2D/3D.

SES PRESTATIONS - DANS UN PREMIER TEMPS IL PROPOSERA UN MOUPEL D'INITIATION A L'IMAGE NON STRUCTUREE - PALETTE ET A L'IMAGE STRUCTUREE - 2D/3D. D'AUTRES FORMULES SONT SOULEMMENT PREVUES DES STAGES "A LA CARTE" ADAPTES AUX BESOINS SPECIFIQUES DE TELLE OU TELLE PROFESSION, UNE FORMULE D'INTERVENANCE QUI PERMETTRAIT DE PROPOSER DES MOUPELS DE FORMATION DANS LES BUREAUX.

Le point sur arts plastiques et nouvelles technologies.

Programme 84

1984 a vu le jour en place d'une cellule Nouvelles Technologies au CNAP. L'action principale de cette cellule est d'assurer le suivi du programme de formation aux Nouvelles Technologies du ministère de la Culture. Ce comité, composé de plusieurs directeurs de centres, se réunit tous les mois sous la présidence d'un Conseiller Technique du cabinet de ministre de la Culture. Le programme 1984 a pour but de développer 3 axes principaux :

Un axe formation

Il est constitué de 3 volets. **Mise en place d'un Centre de formation aux Nouvelles Technologies** pour un démarrage des premiers stages au printemps 1985 (voir encadré). **Participation à l'installation du Centre de Ressources de l'AFPC** (Association pour la Promotion de la Création Visuelle). **Organisation des stages d'initiation aux graphies électroniques** (Quatre - Aurora, Psycho, GRAPH); **3D stages** - dont une part importante de réalisations et enseignements d'AFPC - ont été des stages.

Un axe recherche

Un certain nombre de projets de recherche ont été initiés. Il s'agit essentiellement du développement de logiciels spécifiques :

- Logiciel - Aurora** : développement d'un logiciel d'aide à la gestion d'images.
- Colorimétrie** : développement d'un logiciel d'aide au classement de nuancier de couleur des couleurs de la Manufacture des Gobelines.
- Image interactive** : développement d'un logiciel adapté à un vidéotexte interactif permettant des parcours dans une banque d'images existante : celle des Miniatures de la Bibliothèque Sainte-Genève.

Un axe production/valorisation

L'offre dominante est de formation - par commande ou subvention de projets - l'accès des ateliers à l'outil informatique - c'est le stade qui succède à la formation.

OCTET - CHAP 888

Rapport d'activités du Cnap, 1984, détail des pages 20-21. Conception graphique : Grapus.

Création Artistique

Enseignement Artistique

Président

Création Industrielle

Maison d'Art

Respirez l'Art Frais

André Vignat

Conseiller Artistique Régional

Provelles

Technologie

Vegetal Longtable

Photographie

Rapport d'activités du Cnap, 1984, détail des pages 58-59. Conception graphique : Grapus.

Dans un second rapport, réalisé deux ans plus tard (1986), les graphistes prennent davantage de liberté, qu'il s'agisse des choix de format, de caractères typographiques, ou de traitement des images, s'éloignant encore plus de l'image conventionnelle d'un rapport d'activités émanant d'une Administration.

En faisant des nouvelles technologies l'élément central de sa proposition, Grapus se détache de son esthétique manuelle pour privilégier un graphisme computationnel.

Caractère typographique⁷ et images pixellisées rejouent les codes de l'esthétique minitel – dont l'essor se déroule au même moment (entre 1984 et 1988). L'alphabet mosaïque ou graphisme vidéotex remplit les 52 pages d'un petit livret au format portrait dont les proportions rappellent le marque page⁸. Il regroupe les informations textuelles imprimées en niveau de gris, seule la couverture est en quadrichromie. Les images se trouvent quant à elles, à part, dans un fascicule plus grand, titré *Extraits d'après...* Il est composé uniquement d'images en niveau de gris représentant des détails d'œuvres de la collection du Cnap, de commandes publiques, ou de projets d'établissements qui en dépendent.

Pixellisées à l'extrême et difficilement reconnaissables, les images sont réinterprétées par Grapus à l'aide d'un traitement graphique et de recadrages. *Extrait d'après...* rappelle les graphzines de par sa propension à n'être qu'un prétexte à l'expression graphique, il contrebalance, malgré une certaine esthétique commune, avec le livret texte. Seules les légendes permettent d'appréhender les images d'origine, leur technique, leur support, et de les contextualiser dans les missions et actions du Cnap.

Réunis sous blister, les deux éléments, bien que dissociés et dissociables, ne forment qu'un au moment de leur envoi.

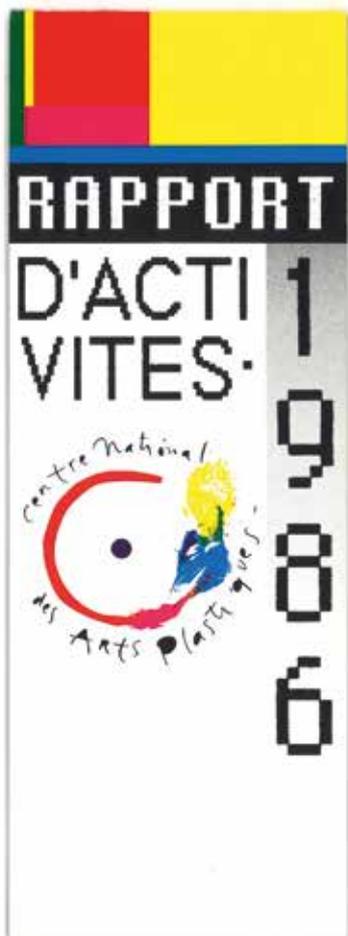
Extrait d'après..., complément du *Rapport d'activités du Cnap*, 1986, détail d'une double page, n. p.
Conception graphique : Grapus.



7. Il est à noter que le caractère typographique utilisé n'a pas été réalisé par les

membres de Grapus, mais par Stic Diffusion pour ce rapport.

8. 210 (h) x 76 (l) mm.



ACTIONS CNAP interventions

1% décoration des édifices publics.
Procédure : 1% des travaux financés ou subventionnés par l'Etat est consacré à la réalisation d'un projet de décoration dans une construction publique par un artiste contemporain. Selon le montant, examen par le CAP, une commission régionale, des commissions spécialisées par ministère ou la commission siégeant auprès du ministère de la culture.

contact : CNAP (1) poste 311 - CAP (2)

Commande publique.
Commande de réalisations d'œuvres significatives. Financement direct ou subvention de participation. Concours d'idées.

contact : CNAP (1)

fonds de la commande publique avec les collectivités locales

contact : CNAP (1) poste 311.

Commande publique pour les monuments historiques.

Promotion et diffusion des arts plastiques

Manifestations collectives

organisation d'expositions, soutien financier aux associations pour toute forme de manifestations (expositions, salons, colloques...)

ouverture aux modes pluridisciplinaires ou expérimentaux d'animation et diffusion avec des partenaires variés : milieu scolaire, théâtre, rural, hospitalier, carcéral, comités d'entreprises...

mise en place des centres nationaux d'art contemporain.

contact : CNAP (1)

service de la création artistique postes 518 et 536

contact : CNAP (1) FIACRE

département de la démocratisation artistique postes 529 et 577.

Mécénat.

conseil aux entreprises

dépôts des projets arts plastiques

contact : CNAP (1) poste 441.

Opérations internationales.

Négociations techniques, coordination, participation par subventions à des opérations de promotion à

ACTIONS CNAP interventions

l'étranger ou programmes d'échanges cofinancés par des partenaires publics ou privés.

contact : CNAP (1) postes 442 et 441.

Galerie de prêt.

Destinées aux individus et collectivités locales, instruments culturels fonctionnant comme une bibliothèque consacrée au prêt d'estampes et de photographies.

contact : CNAP (1) FIACRE poste 322.

Interventions spécifiques par secteur en relation avec d'autres organismes.

Photographie.

instruction des dossiers de bourses et achats

organisation ou coproduction d'expositions

subventions stages de formation, édition.

contact : CNAP (1)

mission pour la photographie

Grand Palais, porte C avenue Franklin Roosevelt, 75006 Paris ☎ 42 25 03 20

Nouvelles technologies.

actions proposées aux plasticiens.

formation à la pratique des outils existants en informatique graphique.

aide à la création sur ces nouveaux outils.

promotion / diffusion de ces productions.

contact : CNAP (1)

Création industrielle.

actions de promotion du design français.

information des concepteurs et producteurs industriels (expositions manifestations collectives internationales...)

formation : création d'un centre de ressources.

amélioration de la qualité de la commande publique.

lancement par le CNAP de concours internationaux thématiques, commercialisation.

contact : agence pour la promotion

de la création industrielle.

Les ateliers

46, rue Saint Sabien 75011 Paris

☎ 43 38 09 09

Audiotextuel.

production de films et vidéos sur les arts plastiques.

CNAP

27, avenue

de l'Opéra

75001 Paris



42

615616

... répondent aux vagues de l'actualité. Autant de prises en compte indispensables des déplacements de la création et des évolutions de la pensée.

Le CNAP comme la Belgique n'auroit d'identité qu'en se transformant. Ils ne s'affirment qu'en devenant l'instrument qui favorisera la création contemporaine dans toutes ses disciplines, mais en faisant les choix nécessaires, et d'autant plus difficiles dans un monde où le nombre neutralise et banalise peut-être l'essentiel, retards son évidence.

Paris le 22 juin 1987

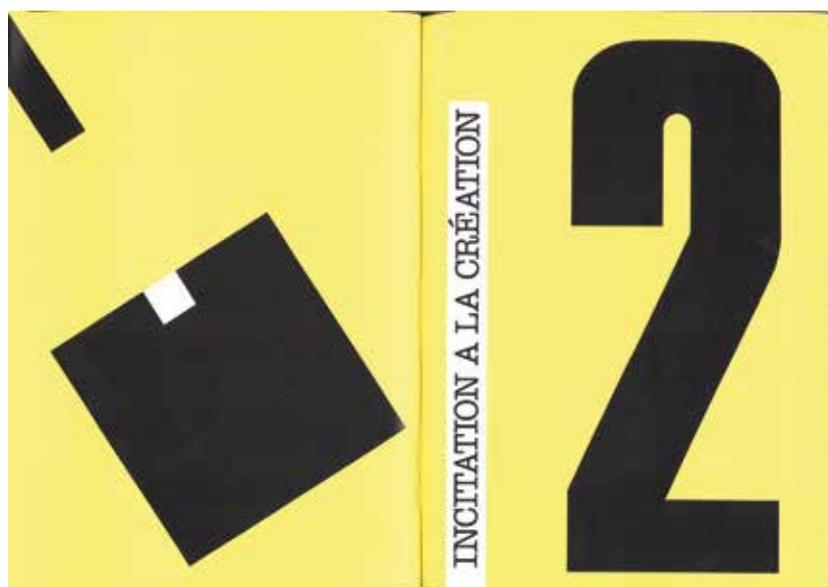
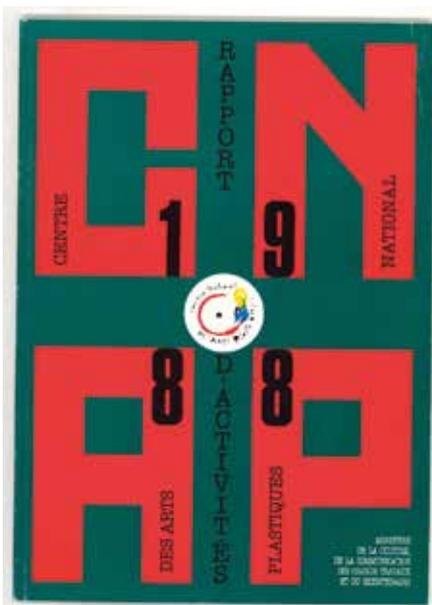
Dominique Bozo

Commissaire Bozo
président du Centre National
des Arts Plastiques
à Paris, 46, rue de la Concorde
et des Écoles, 75001 Paris
☎ 42 25 03 20
le rapport et le
le rapport

Tous sont destinés à Grapus
de contact : Grapus
et l'ensemble graphique des textes
et l'impact de nos actions 1986.

Seul Centre à l'échelle
à l'échelle de la promotion
la promotion et le rapport

Grapus Maréchal
à la charge de la promotion
des arts plastiques



9. La relation amicale entre Dominique Bozo et Roman Cieslewicz est notamment évoquée par Margo Rouard et David Caméo, entretiens avec l'auteure, respectivement le 8 juin 2018, et le 3 décembre 2018.
 10. Roman Cieslewicz était à cette époque handicapé à 80% suite à un accident

cardiovasculaire. Il ne pouvait avoir une activité professionnelle normale, et avait de ce fait accumulé les problèmes d'argent (documentation Cnap). En 1991, la Dap (via François Barré) et le Mnam (via Dominique Bozo) interviendront pour soutenir le graphiste en faisant l'acquisition d'une partie

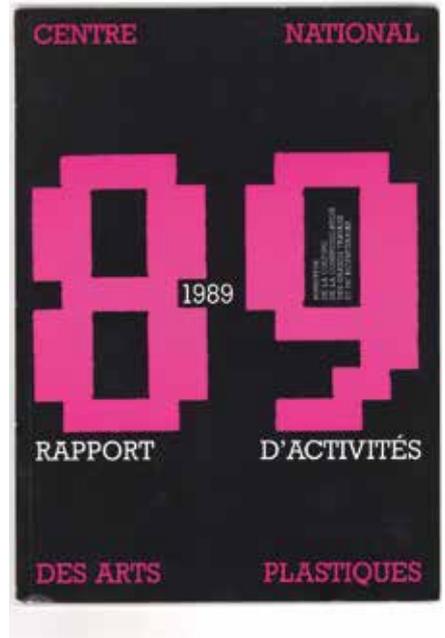
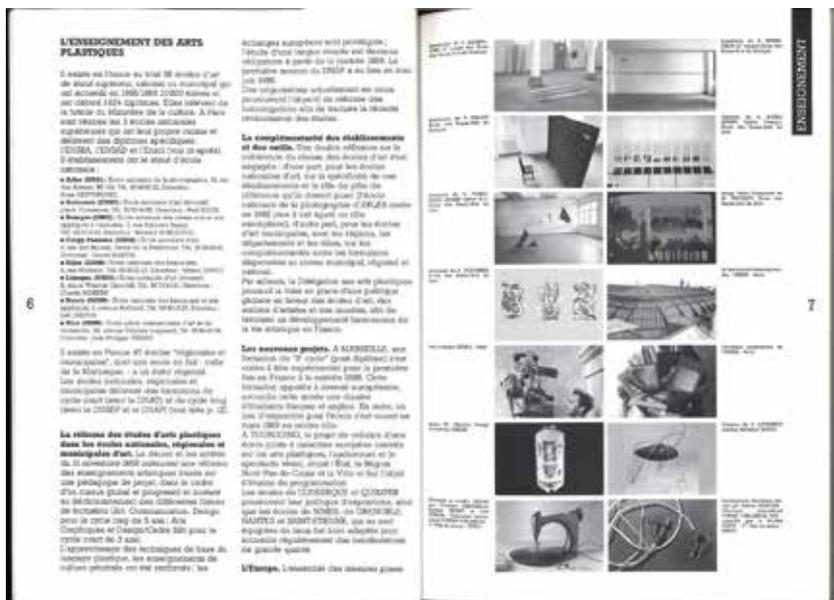
de son travail (Archives du Centre Pompidou).
 11. Les mécanes sont une famille typographique selon la classification Vox-ATypI dont les principales caractéristiques sont un faible contraste entre les pleins et les déliés, et des empattements rectangulaires.

Le second rapport d'activités conçu par Roman Cieslewicz en 1989 reprend quasiment le même principe. Il s'en distingue toutefois par de menus changements, mais surtout car il reflète davantage l'œuvre graphique de Cieslewicz. En effet, plusieurs éléments récurrents de son travail sont visibles dans ce rapport.

Le premier élément notable est l'utilisation du caractère typographique Rockwell, que Cieslewicz utilise très fréquemment dans ces commandes de livres.

L'utilisation du noir et blanc ici accompagné d'une unique couleur, un ton direct rose, et le placement des images systématisé¹² apportent des contrastes plus francs que dans le rapport de l'année précédente, qu'il s'agisse du rapport texte/image, ou du contraste de couleurs.

Enfin, les entrées de chapitres se composent d'une seule et même figure : un homme nu entrain de courir, le nombre de ses bras variant en fonction du numéro de chapitre. Si cette illustration n'est pas sans rappeler les décompositions photographiques du mouvement d'Étienne-Jules Marey, elle fait surtout référence à la pratique de montages photographiques de Cieslewicz et en particulier aux répétitions de l'image, une constante de l'œuvre du graphiste.



12. En effet, chaque chapitre ne contient qu'une seule page d'iconographie divisée en 2 colonnes d'images au centre et deux colonnes

de légendes aux extrémités droite et gauche. Les images possèdent ainsi toujours la même largeur. D'autres images, cette fois-ci en

pleine page apparaissent en face des entrées de chapitre.

Ces quatre exemples de réalisations montrent comment ces rapports ont pu être le prétexte pour les graphistes à expérimenter (Grapus) ou à rendre poreuse une pratique d'atelier et un travail de commande (Cieslewicz).

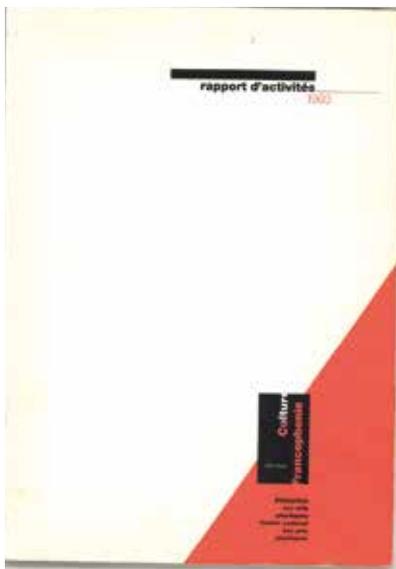
Terrain d'expérimentations, les rapports d'activités de cette période (1984-1993) sont marqués par la commande à des graphistes prestigieux pour des documents auxquels il est souvent prêté peu d'intérêt.

« La pertinence de ces créateurs qui accompagnent une politique nationale c'est fabuleux. Je ne suis pas sûr qu'aujourd'hui on puisse mener une telle opération. Il y avait la force, il y avait l'énergie, il y avait les moyens aussi, il faut être honnête, d'accompagner ces acteurs de terrain.¹³ »

En 1993, le principe de confier chaque rapport à un graphiste est abandonné. La volonté de porter une politique nationale prend le pas sur ce qui faisait la singularité de chaque secteur, une identité commune est donc mise en place, celle de Pippo Lionni réalisée en 1989 pour le ministère de la Culture.

De 1993 à 1997, la grille établie par ce dernier pour les rapports se succède, changeant de couleur au fil des ans. Entre 1999 et 2001, trois rapports réalisés par différents graphistes¹⁴ semblent renoués avec le principe initial. Mais à partir de 2002, les rapports ne font plus l'objet d'une création graphique spécifique. Réalisés en interne sur un logiciel de traitement de texte, ils ne sont ni imprimés, ni publiés.

En 2008, une nouvelle politique de communication est mise en place au Cnap, qui relance la commande à des graphistes différents pour chacun des rapports d'activités de l'établissement¹⁵.



13. David Caméo, *op. cit.*

14. Le rapport d'activités de 1999 est réalisé par Sylvie Astié, celui de 2000 par

Verdet/Lakits, et celui de 2001 par José Soares de Albergaria et Rik Bas Backer.

15. Un texte sur la période 2010-2018 des

rapports d'activités du Cnap est en cours de rédaction, et sera prochainement disponible sur le site de *Graphisme en France*.

Les années 1990-2008 : la création de ressources pour les professionnels.

À partir de décembre 1990, la mission pour le graphisme d'utilité publique, mise en place par François Barré et confiée à Marsha Emanuel, élabore divers projets à destination des graphistes et de leurs commanditaires, en parallèle des missions qu'elle mène sur le design graphique dans le dispositif de la Commande publique. La volonté principale est de susciter des commandes et de promouvoir ce domaine de la création.

En 1992, un groupe de réflexion sur l'enseignement du graphisme en France est mis en place. Il donnera lieu à la publication d'un rapport en 1996 par le ministère de la Culture¹.

En février 1993, un colloque « Le signe et la citoyenneté² » est organisé au Palais de Tokyo. Premiers entretiens internationaux sur le graphisme d'utilité publique, ces deux journées réunissent des commanditaires, des graphistes, des ministres et agents de l'État, et des chercheurs en sciences sociales³ pour « mettre en évidence le rapport entre la qualité de la commande et celle du projet graphique.⁴ »

« L'objectif majeur de ce colloque est de contribuer à définir les contours du graphisme en tant que métier et en tant que pratique artistique et à évaluer les conditions de son développement rapide dans l'intérêt du dialogue entre le citoyen et l'État.⁵ »

Elles s'inscrivent dans la lignée de l'exposition « Images d'utilité publique⁶ » organisée par Marsha Emanuel en 1988 au Centre de création industrielle (CCI), et proposaient des interventions de natures diverses : présentations historiques, études de cas, tables rondes.

1. Marsha Emanuel, Pierre-Bernard, Claude Courtécuisse, Jean-Pierre Greff, *L'Enseignement du graphisme en France, Rapport de la mission de réflexion*, Paris : Délégation aux arts plastiques, ministère de la Culture, 1996.

2. « Le signe et la citoyenneté, graphisme d'utilité publique. Premiers entretiens internationaux », Palais de Tokyo, Paris, 4 – 5 février 1993.

3. Les intervenants au colloque étaient : Harry Borghouts, Pierre Lescure, Jérôme Clément, Alain Maneval, Mike Lebas, Jean-Charles Eleb, André Campana, Gilles Galud, Vincent Gleason, Emmanuel Michau, Jean

Jenger, René Didi, Gianfranco Mariotti, Konrad Lorenzen, Jean Bousquet, Jean-Pierre Camoin, Yves Marchand, Frédéric Thorel, Jean-Pierre Grunfeld, Peter Rea, Ootje Oxenaar, Gert Dumbar, Étienne Robial, Massimo Vignelli, Pierre Bernard, Jean Widmer, Catherine Zask, Massimo Dolcini, Erik Spiekermann, Ruedi Baur, Michel Bouvet, Alain Le Quernec, Jack Lang, Hedy d'Ancona, François Barré, Kofi Yamgnane, Ségolène Royal, Jean-François Mary, Patrick de Miribel, Hubert Damish, Pierre Bourdieu, David Sless, Antoine Spire, David Eveno, Jean Lebrun.

4. *Arts Info*, « graphismes », n° 73, février/

mars 1995, p. 5.

5. Marsha Emanuel, « Contexte, aperçus », *Le signe et la citoyenneté, graphisme d'utilité publique. Premiers entretiens internationaux*, n.p. [dossier de présentation]

6. « Images d'utilité publique », Galerie du centre d'information du Centre de création industrielle – Centre Georges Pompidou, 3 février – 28 mars 1988. L'exposition a également été présentée dans les locaux du ministère de l'Économie, des Finances et du Budget en 1991.



Premiers entretiens internationaux, double page du dossier de présentation, n. p. Conception graphique : Les graphistes associés.

Premiers entretiens internationaux, double page du dossier de présentation, n. p. Conception graphique : Les graphistes associés.

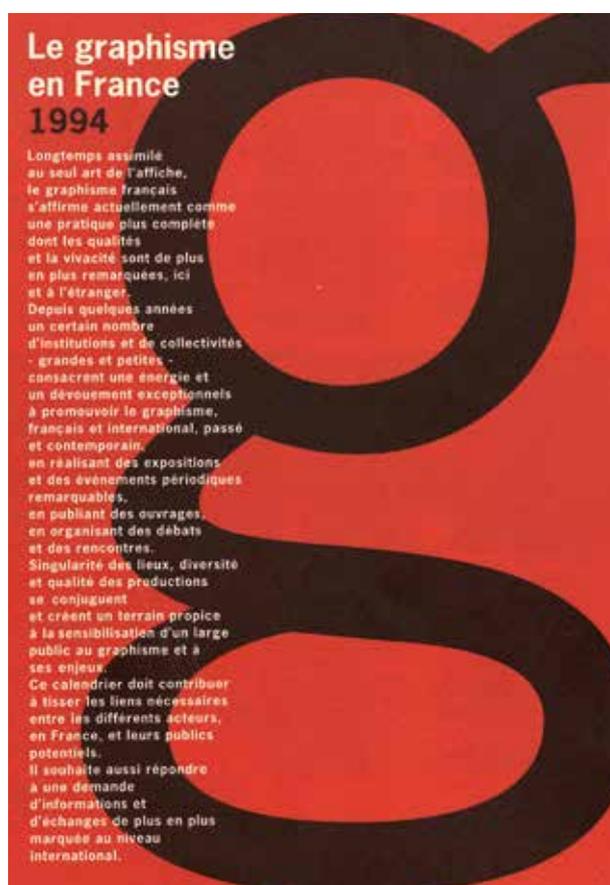
Graphisme en France (1993-2008)

Les enjeux de la commande

À la suite d'un colloque dédié aux lieux de promotion du design graphique en France, qui s'est tenu à Échirolles en 1992, la Délégation aux arts plastiques (Dap), sous l'impulsion de Marsha Emanuel¹, met en place une publication annuelle distribuée gratuitement : *Graphisme en France*. Elle a pour but de « répondre à la demande formulée alors [au Mois du graphisme d'Échirolles en 1992] par de nombreux responsables d'institutions et d'organismes² » qui soulignaient l'absence d'un lieu permanent pour la valorisation du design graphique en France. Pour palier à ce manque, *Graphisme en France* est pensé comme « un lieu papier permettant de montrer du design et d'être en contact les uns avec les autres.³ »

Le premier numéro, publié fin 1993, prend la forme d'un calendrier qui regroupe divers événements dans différents lieux qui s'annoncent pour l'année 1994. Les années suivantes, la publication va s'enrichir avec une bibliographie, et des articles thématiques éclairant l'histoire, les pratiques, les statuts, les enjeux et la définition de ce domaine de la création. Véritable ressource pour les professionnels, *Graphisme en France* est en outre un témoin à la fois de l'histoire des lieux de diffusion du domaine en France, et de l'évolution de la création graphique française notamment incarné dans les commandes passées à un graphiste différent pour chacun des numéros.

Cette notion de commande est par ailleurs l'objet de deux numéros de *Graphisme en France*, celui de 2001 où elle est la thématique centrale du numéro, et celui de 2005, « Profession graphiste », qui propose un relevé des enjeux (statutaire, juridique, etc.) de cette profession, et qui pointe les difficiles conditions de travail des graphistes et la dégradation de la qualité de la commande⁴.



Graphisme en France, n° 1, 1994, couverture. Conception graphique : Evelyne Deltombe.

1. Marsha Emanuel était chargée de mission pour le graphisme d'utilité publique, au sein de la Dap, de 1991 à 2007.

2. *Graphisme en France* 1994, n° 1, décembre 1993.

Les personnalités dont il est fait mention dans cette citation sont : Josée Chapelle, responsable de l'information du CCI ; Blandine Bardonnnet, responsable du design à la Maison du livre de l'image et du son

de Villeurbanne ; Anne-Claude Lelieur, conservateur en chef de la Bibliothèque Forney ; Anne-Marie Sauvage, responsable des affiches au département des estampes de la BNF ; Marc Combier, président des Rencontres internationales de Lure ; Alain Weill, délégué général du Festival de Chaumont ; Diego Zaccaria, responsable du Mois du graphisme d'Échirolles, en présence de Georges Brévière, responsable du SNG,

Marsha Emanuel, chargée de mission pour le graphisme d'utilité publique à la DAP, et Michel Wlassikoff, rédacteur en chef de la revue *Signes*.

3. Marsha Emanuel, entretien avec l'auteur, 18 mai 2018.

4. Olivier Kaepelin, édito *Graphisme en France*, « Profession graphiste », 2005.

« La Commande », *Graphisme en France 2001*, propose un tour d'horizon de cette notion dans le champ du design graphique par le biais d'un article d'Hugues Leroy. Ce dernier met en avant une définition, un état des lieux, des malentendus et des logiques qui traversent la commande, des éléments de méthodologie, et des responsabilités qui y sont rattachées. Comme le souligne l'historien Michel Wlassikoff dans son texte « Deux décennies de graphisme en France⁵ », cette approche était alors inédite bien que d'actualité⁶. Ce qui semble renforcer encore davantage ce caractère inédit vis-à-vis de la commande de design graphique, ce sont les choix graphiques mis en œuvre dans ce numéro.

S'il est d'usage depuis la première publication de confier la mise en page à un graphiste plutôt jeune⁷ et de lui donner carte blanche, les numéros précédents restaient dans des formats, des façonnages et des mises en page classiques⁸. Marsha Emanuel confie la conception graphique de ce numéro à Jean-Marc Ballée (1966 -) dans la perspective d'interroger les limites d'une collaboration entre un graphiste et un commanditaire⁹, illustrant à l'extrême ce que le contenu de l'article tente de mettre en évidence. Penser comme un espace de liberté où l'expérimentation se renouvelle à chaque numéro, *Graphisme en France* se prête à cette tentative en encourageant le droit à l'erreur¹⁰. Le cahier des charges est ainsi peu directif, les contraintes étant bannies de la commande, et l'objectif se résumant à proposer une conception graphique singulière pour la mise en forme du numéro.

La formation initiale de Marsha Emanuel permet également la mise en place d'un tel processus de la commande. Diplômée de la Rhode Island School of Design¹¹ en design graphique, elle connaît les enjeux, les difficultés, le langage des graphistes, ce qui permet d'instaurer une relation de confiance¹².

Le choix de confier ce numéro à Jean-Marc Ballée n'est pas dû au hasard. Se considérant davantage comme un amateur qu'un professionnel¹³, il s'affranchit plus facilement des contraintes liées à la pratique du design graphique. Il prend cette commande comme un encouragement, une sorte de « bonbon¹⁴ » et non comme un espace de démonstration graphique. Son objectif : que *Graphisme en France* ressemble à une petite édition, il veut se détacher de la feuille pliée en quatre ou du cahier format A4 présents dans les précédentes publications.

Ce numéro préfigure de fait, ce que *Graphisme en France* deviendra, à savoir non plus un unique calendrier mais une revue annuelle, paginée et reliée.

5. Michel Wlassikoff, « Deux décennies de graphisme en France », *Graphisme en France*, 2014, p. 15. Cet article revient sur les 20 publications parues entre 1994 et 2014.

6. Cette même année, en 2001, le festival de l'affiche et du graphisme de Chaumont se déroulait sous l'intitulé : « Qui commande ? ».

7. L'âge des graphistes se situe autour de trente ans.

8. Les façonnages consistaient en une feuille pliée dont le format fermé était proche du A4. L'ensemble des numéros de *Graphisme en France* sont disponible sur le site éponyme en format PDF : <http://www.cnap.graphismeenfrance.fr/article/revue-graphisme-france>

9. « Comme je souhaitais que les graphistes aillent au bout de leurs expérimentations, je ne remettais pas en question ce qu'ils proposaient. Avec Jean-Marc Ballée je voulais interroger jusqu'à quel point on peut pousser un commanditaire, donc il m'a poussé assez loin. » Marsha Emanuel, *op. cit.*

10. « Je crois qu'une chose que les graphistes n'ont presque plus maintenant c'est le droit à l'erreur. Je crois que comme n'importe quel artiste, il y a une carrière, des apprentissages, de bons moments, des mauvais, des recherches, des explorations, parfois on va sur une fausse piste ensuite on revient. Le graphiste étant payé, il a donc beaucoup plus de difficultés à s'offrir cet espace d'expérimentations et même

de ratages. [...] Je voulais laisser une certaine forme de liberté, parfois j'aurais dû intervenir plus que je ne l'ai fait, mais j'ai aussi appris à être commanditaire. » Marsha Emanuel, *op. cit.*

11. Providence, États-Unis d'Amérique.

12. L'absence de connaissances des commanditaires vis-à-vis du design graphique et de son processus est d'ailleurs l'une des raisons pointée à l'époque (et toujours aujourd'hui) pour expliquer la dégradation des commandes et réalisations.

13. Jean-Marc Ballée, entretien avec l'auteur, 15 juillet 2019.

14. Jean-Marc Ballée, *op. cit.*



Graphisme en France, 2001, p. 2-3 et 9. Conception graphique : Jean-Marc Ballée.



Graphisme en France, 2001, p. 10-11. Conception graphique : Jean-Marc Ballée.



Il hiérarchise le contenu en optant pour différents formats, papiers et caractères typographiques.

— Le titre, l'édito, l'ours, et le calendrier prennent place dans un cahier de huit pages imprimé en monochrome noir sur papier cartonné de couleur¹⁵.

— Un second cahier, de huit pages également, en papier bouffant y est inséré. Son format plus grand le fait dépasser du premier et laisse apparaître la reproduction d'un dessin en noir et blanc, et une grille à carreaux en surimpression bleue claire recouvrant l'ensemble du format à bords perdus.

L'article principal du numéro et les informations ressources¹⁶ se déclinent à l'intérieur de ce second cahier. Imprimé également en monochrome noir, le texte est accompagné d'illustrations en quadrichromie sur papier couché brillant. Ces quatre pages encartées à l'intérieur contrastent avec le reste du numéro.

L'ensemble est, pour la première fois, relié, par deux piqûres à cheval, et paginé. Si l'objet final se rapproche du A4¹⁷, le jeu de formats et de déclinaisons mis en place par Jean-Marc Ballée tranche radicalement avec les précédents numéros, tout en créant un/des effets de surprise.

Dès la couverture, le graphisme intrigue : lecture perturbée, image d'ouverture masquée et dont le choix est à priori abscons. L'illustration principale : des lapins en cage en train de manger, le fait qu'elle ne soit révélée qu'après manipulation, le titre à déchiffrer sur la couverture, le jeu de variations de couleurs, sont autant de choix graphiques qui permettent de surprendre et intriguer le lecteur/récepteur.

L'image d'ouverture des lapins en cage est pensée comme une métaphore de la commande à des graphistes, et plus particulièrement de l'enfermement des graphistes vis-à-vis de certains commanditaires et de la commande elle-même. En outre, les lapins sont « un clin d'œil à Grapus, à l'art en général et en particulier au lièvre de Dürer, à la magie¹⁸ ». Malgré le soutien de Marsha Emanuel, cette image a posé problèmes avec certains graphistes « pour qui le graphisme est enjeu social, un marqueur financier¹⁹ », à tel point qu'une affiche qui avait été réalisée et imprimée pour accompagner le numéro n'a finalement pas été distribuée (voir p. 5).

Or, cette réalisation n'illustre pas moins que ce que démontre Jean-François Lyotard dans son célèbre texte « Intriguer ou le paradoxe du graphiste²⁰ », « l'objet du graphiste doit intriguer. En intriguant, il satisfait peut-être à toutes les contraintes d'un seul coup. » Ce numéro reflète finalement une commande réussie entre un commanditaire et un graphiste : celle où la confiance prévaut.

Certains des choix graphiques mis en place dans ce numéro par Jean-Marc Ballée seront d'ailleurs gardés et/ou repris dans les numéros suivants : la pagination, les cahiers reliés, mais également les variations de déclinaisons pour un même numéro²¹.

Or, cette réalisation n'illustre pas moins que ce que démontre Jean-François Lyotard dans son célèbre texte « Intriguer ou le paradoxe du graphiste²⁰ », « l'objet du graphiste doit intriguer. En intriguant, il satisfait peut-être à toutes les contraintes d'un seul coup. » Ce numéro reflète finalement une commande réussie entre un commanditaire et un graphiste : celle où la confiance prévaut.

15. Ce numéro proposait quatre déclinaisons différentes, les quatre couleurs disponibles étaient disponibles : Rose, marron, bleue, ivoire.

16. « Où se documenter », « Associations professionnelles », « Festivals internationaux », « Quelques écoles

signalent », « Les revues françaises », « Bibliographie ».

17. 210 x 279 mm

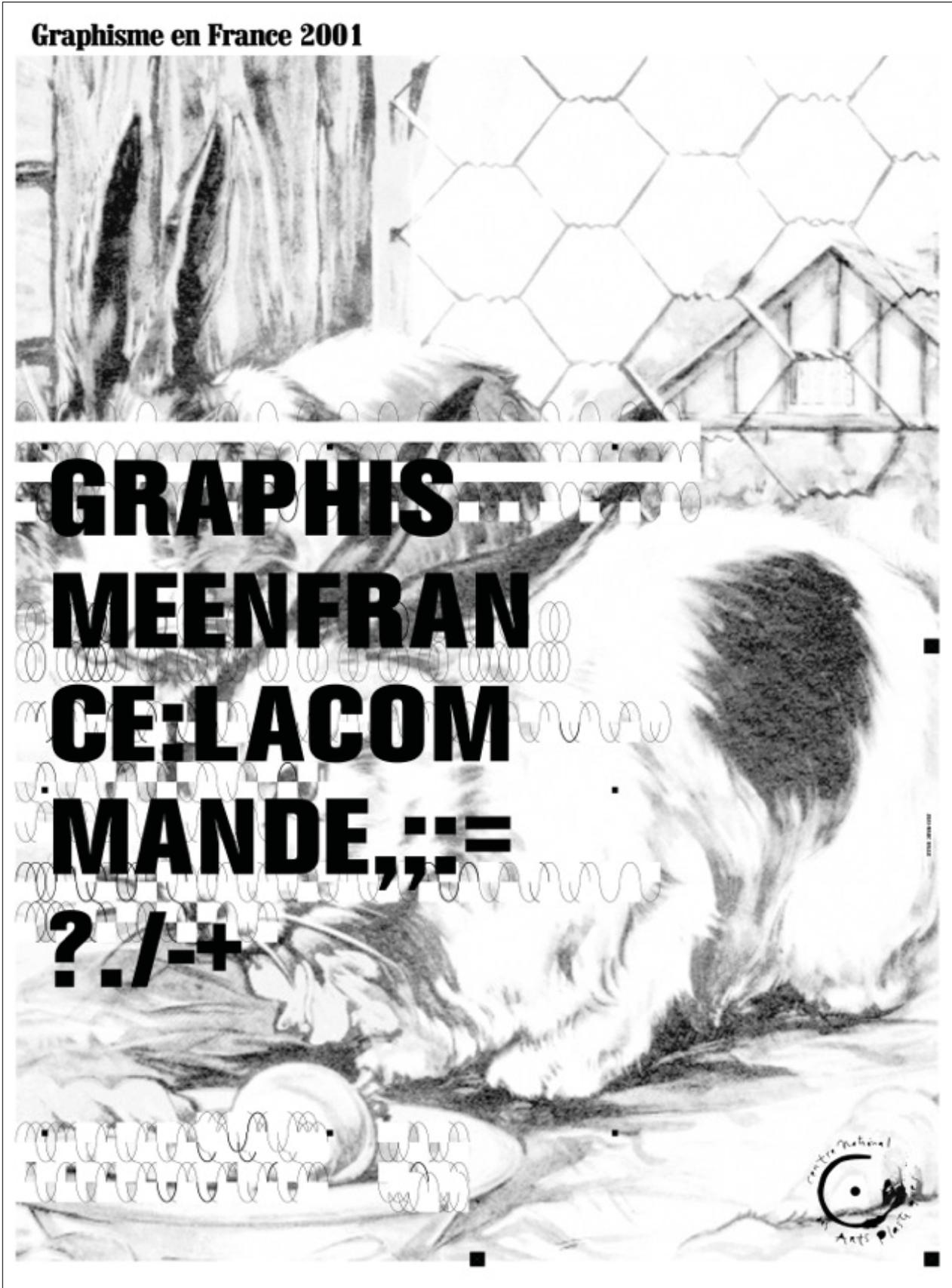
18. Jean-Marc Ballée, *op. cit.*

19. Jean-Marc Ballée, *op. cit.*

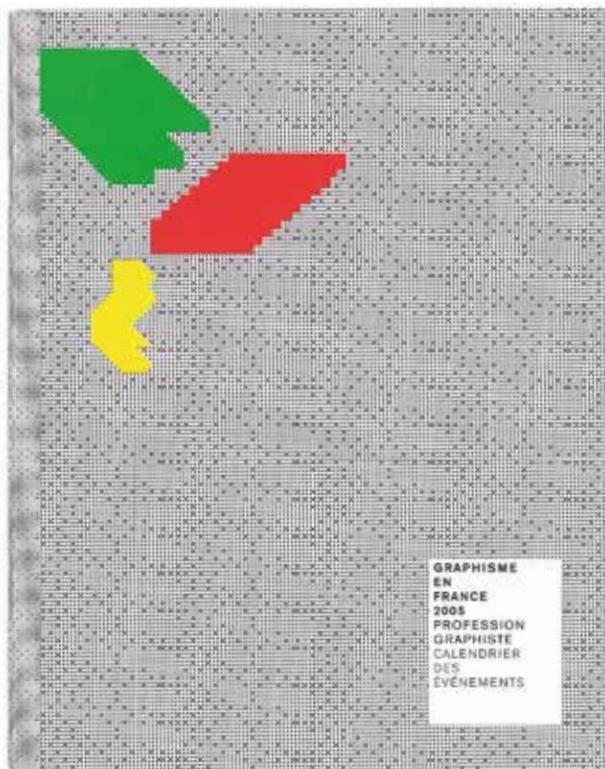
20. Jean-François Lyotard, « Intriguer ou le paradoxe du graphiste » dans *Vive*

les graphistes !, Paris : Centre de création industrielle, 1990.

21. Les variations de déclinaisons sont ainsi présentes pour *Graphisme en France* 2007, *Visible/invisible*, *Graphisme en France* 2012, code <> outils <> design, et *Graphisme en France* 2014.



Affiche qui devait accompagner la publication *Graphisme en France*, 2001. Non distribuée. Conception graphique : Jean-Marc Ballée.



En 2005, le numéro « Profession graphiste » vient compléter les réflexions engagées par celui de 2001. Confié au graphiste Frédéric Teschner (1972-2016), *Graphisme en France 2005* se compose d'un unique cahier de 32 pages relié par 2 piqûres à cheval. Imprimé en quadrichromie sur papier bouffant, la publication se compose d'un cahier central rédigé par François Caspar, Président de l'Alliance française des designers (AGI), qui regroupe des informations statutaires, juridiques et fiscales liées à la profession de graphiste. Il pose les bases d'une information à destination des professionnels et des commanditaires qui trouvera sa pleine concrétisation dans le *Guide de la commande de design graphique* rédigé par Frank Adebaiye et publié par le Cnap en 2014.

Si la couverture et autres éléments éditoriaux (édo, ours, ressources) mettent en jeu la trame, le cahier central et le calendrier se détachent du reste de la publication de par la sobriété des choix graphiques mis en place par Frédéric Teschner. Fonds colorés, typographie linéale, jeu de graisse, titres en capitales, rectangles

blancs, sont autant d'éléments graphiques permettant de hiérarchiser le contenu de l'article central. Ce dernier coule sur neuf pages divisées en deux colonnes, une colonne large supporte le texte principal, une colonne plus étroite fournit des informations, des coordonnées ou les adresses internet de différents organismes, initiatives, bases de données ou textes de loi.

Le calendrier court quant à lui sur douze pages divisées en deux colonnes identiques, le quart haut de la page étant réservé à l'iconographie relative aux événements présentés. À l'instar de l'article central, les titres sont composés avec une linéale en capitale, surlignés ici en jaune, les coordonnées des lieux sont mis en exergue dans des rectangles gris.





Graphisme en France, 2005, p. 12-13. Conception graphique : Frédéric Teschner.

est composé avec un caractère typographique à empattement utilisé dans le reste de la publication pour l'édito, les ressources et l'ours.

C'est dans ces espaces éditoriaux et sur la couverture que Frédéric Teschner choisit de déployer ses expérimentations graphiques. Ils deviennent, pour le graphiste, un prétexte pour tester la mise en forme d'éléments récurrents : formes extrudées, superposées et jeux de trames, qui deviendront dans les années suivantes des caractéristiques de son travail²².

Ces deux exemples illustrent comment *Graphisme en France* a été pensé à la fois comme un lieu de valorisation et d'information à destination des professionnels du graphisme et des commanditaires, et comme un espace d'expression et d'expérimentation pour les graphistes.

La publication a évolué au fil des années, enrichissant son contenu, passant du calendrier à la revue, de la feuille pliée à une édition d'une centaine de pages. On peut se réjouir de sa présence encore aujourd'hui, toutefois son existence et son évolution questionnent également la situation institutionnelle du graphisme en France, qui semble avoir peu évolué depuis 1993. En effet, si aujourd'hui la France dispose d'un Centre national du graphisme, Le Signe, et si la création de *Graphisme en France* était intrinsèquement liée au manque de lieu dédié au design graphique en France, sa pérennité et son expansion démontrent l'intérêt d'un tel outil dans un environnement où peu d'espaces de publication consacrés à ce domaine existent²³, alors même que les recherches scientifiques sur le sujet se multiplient. Dans cette perspective, il serait intéressant d'étudier plus précisément l'apport de cette publication sous l'angle éditorial au regard des nombreux chercheur-se-s qui y ont collaboré, notamment pour la période 2008-2019.

22. Les formes extrudées, superposées, se retrouvent notamment dans son travail pour l'identité visuelle du centre d'art à Chelles (2006-2015), la carte de vœux du Cnap (2008) ou encore l'affiche pour le festival de l'affiche de Chaumont (2008).

La trame est un élément qui parcourt l'ensemble du travail de Frédéric Teschner. Le texte contenu dans des rectangles blancs ou colorés est également présent dans plusieurs projets réalisés par le graphiste comme la signalétique et les

éditions de l'Espace 315 (2004-2009) ou encore l'identité visuelle du Théâtre de Gennevilliers (2008-2010).

23. Les revues et les publications scientifiques consacrées à ce domaine sont quasi inexistantes.

10 ans de commandes graphiques (2008-2018)

Entre 1982 et 2008, la mise en place, au sein de la Délégation aux arts plastiques (Dap) et du Centre national des arts plastiques (Cnap), de projets et dispositifs pour accompagner les professionnels du design graphique, a permis de jeter les bases d'une meilleure prise en compte de ce domaine. Jusqu'ici, le nombre de commandes passées par le Cnap à des graphistes était toutefois limitées à un cadre restreint qui ne concernait pas l'ensemble de sa communication, mais des projets ou documents précis comme la revue *Graphisme en France* ou les rapports d'activités de l'établissement¹. Depuis 2008, ces commandes sont devenues systématiques, normalisant le recours à un graphiste pour la réalisation de ses supports de communication et d'édition. Ce systématisme s'inscrit dans une démarche volontariste de valorisation de cette profession et de soutien à la création. Il arrive dans le contexte de la refonte de l'identité de l'établissement, réalisée deux ans auparavant (2006), et du repositionnement de sa communication.

À partir de 2008, la communication du Cnap s'axe sur les missions de l'établissement, mises en avant par des verbes d'action qui le différencient de sa tutelle² : le Cnap valorise, soutient, acquiert, transmet, etc.³

Dans ce contexte, les outils de communication se multiplient pour formaliser la nouvelle position du Cnap, le faire émerger en tant qu'établissement national, rendre compréhensible l'ensemble de ses missions, le réinscrire dans une histoire, et formaliser un discours global⁴. Dans le même temps, l'établissement adopte une position singulière, celle de renouveler et systématiser la commande à des designers graphiques différents pour chaque objet de communication qu'il produit. Alors qu'habituellement, une identité se décline et se répète sur les différents supports de communication, le Cnap choisit non pas d'être reconnu par la répétition d'une charte graphique figée⁵, mais par la qualité graphique de ses documents et la diversité des signes convoqués, allant même jusqu'à « déstructurer » son propre logo sur certaines productions récentes (2018). Cette position s'inscrit dans l'histoire qu'entretient le Cnap avec les graphistes. En effet, depuis 1984, les documents qu'il produit ont été l'occasion de collaborer avec de nombreux graphistes différents. Mais la multiplication des commandes à partir de 2008, et l'affirmation de ce renouvellement graphique comme participant de l'identité de l'établissement en fait un moment charnière.

1. Les rapports d'activités ont systématiquement été publiés jusqu'en 2001. À partir de 2002, et jusqu'en 2007, les rapports ne font plus l'objet de commandes graphiques. Ils sont transmis en interne.
2. Le Cnap est placé sous la tutelle de la Direction générale de la Création artistique (DGCA) ancienne Délégation aux arts

- plastiques (Dap) depuis sa création en 1982.
3. Pour le détail des missions du Cnap, voir le décret n° 2015-463 du 23 avril 2015. Disponible en ligne : www.legifrance.gouv.fr
4. Perrine Martin, cheffe du service communication (septembre 2007-juillet 2018), entretien avec l'auteure, 26 juin 2018.
5. L'élément récurrent de l'identité du



Marques-pages du Centre national des arts plastiques, 2009.
Conception graphique : SpMillot.

Cnap est son logo : un poinçon imaginé par M/M (Paris) comme un élément fort et léger à la fois pouvant prendre place et être positionné dans des projets graphiques variés. Seule la papeterie du Cnap (carte de visite, papier-en-tête, enveloppes, etc.) respecte une charte graphique réalisée en lien avec ce logo.



En 10 ans, environ 60 projets ont ainsi donné lieu à des commandes auprès d'une soixantaine de graphistes (ou collectifs) différents.

De la carte de vœux au catalogue, en passant par les rapports d'activités, brochures, dossiers de presse, cartes postales, les supports investis sont multiples. Terrain d'expérimentations, chaque projet devient prétexte à une création graphique singulière. En privilégiant le recours à un graphiste avec lequel l'établissement n'a jamais travaillé auparavant⁶, les commandes du Cnap montrent une grande diversité graphique sur un même cahier des charges, et un soutien aux professionnels, en premier lieu la jeune création⁷.

Cette démarche s'inscrit dans la mission de soutien de l'établissement, elle permet aux jeunes graphistes professionnels de faire leurs armes en se confrontant, pour quelques-uns pour la première fois, à une commande réelle pour laquelle ils sont accompagnés par les services du design graphique et de la communication. Tremplins pour certains, ces commandes sont également des espaces de liberté de création où les compétences professionnelles des graphistes, et leur singularité, sont valorisées.

Passer commande

La prospection et la veille permettent de constituer, au sein du service design graphique, une documentation sur la scène graphique française, mais c'est par le biais des dossiers de graphistes qu'un premier choix s'opère lorsqu'il est question d'un projet de commande. Généralement composés d'un curriculum vitæ, d'un portfolio et de certains travaux réalisés, ces dossiers sont, à l'instar des dossiers d'artistes, envoyés ou déposés par les graphistes eux-mêmes. Néanmoins, peu de jeunes graphistes semblent prendre l'initiative de cette démarche nécessitant un travail en interne, qui par manque de moyens (temps, agents, etc.) ne rend pas compte, de fait, de l'exhaustivité de la jeune scène graphique française.

Les dossiers des graphistes n'ayant jamais travaillé avec le Cnap sont conservés au service du design graphique, les autres sont transmis au service de la documentation devenant ainsi une ressource pour les agents du Cnap, mais également pour des chercheurs, graphistes, historiens, etc. Trois graphistes, ou studios, dont le travail s'oriente vers le sujet de la commande (visualisation de données, graphisme éditorial, graphisme numérique, etc.), sont présélectionnés, leur dossier est ensuite soumis à l'appréciation de plusieurs personnalités du Cnap – la direction, les chefs de service du design graphique et de la communication,

les responsables de projets – qui étudient les dossiers et font un choix final parmi les graphistes pressentis. Un cahier des charges est ensuite remis au graphiste retenu. S'il permet de circonscrire la commande, celui-ci est généralement succinct pour laisser une grande liberté de création au graphiste.

6. Seulement 6 graphistes sur les 61 commandes passées ont retravaillé une seconde fois avec l'établissement. Parmi eux, deux ont collaboré une première fois en collectif, et la seconde en leur propre nom, les quatre autres graphistes ont réalisé une seconde commande dans le cadre d'une co-

édition de catalogue d'exposition avec une autre institution ou une maison d'édition. Certaines autres collaborations ont également été pensées sur la durée pour des projets où la notion de « collection » était importante. C'est le cas notamment pour les guides de l'art

contemporain conçus par Julie Rousset, ou pour les dossiers de presse conçus par Amélie Boutry entre 2015 et 2018.

7. En effet, la moyenne d'âge des graphistes ayant collaboré avec le Cnap est de 31 ans même si les âges s'étendent de 23 à 58 ans.

Profil des graphistes

Certaines caractéristiques sont récurrentes, notamment celle du régime social des graphistes – ces derniers étant majoritairement des travailleurs indépendants (49/57) qui œuvrent essentiellement dans le champ culturel –, ou le lieu d'exercice de l'activité, le plus souvent Paris (41/57). Toutefois, les données récoltées montrent également que le Cnap a la volonté, depuis quelques années, de valoriser l'ensemble des graphistes du territoire français, en ne se limitant pas (ou plus) à l'axe parisien.

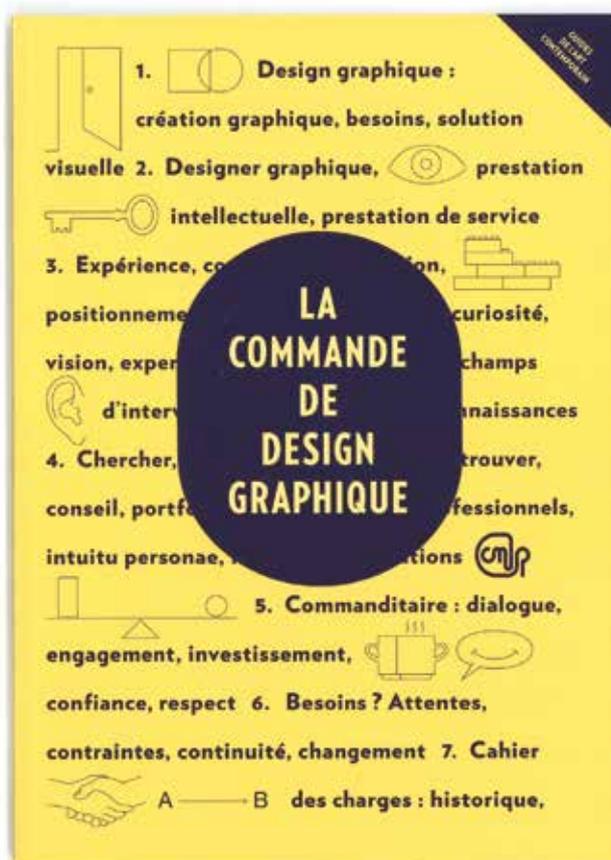
Parmi ces 61 commandes recensées, certaines formations reviennent régulièrement dans le profil des graphistes sélectionnés : l'Ensad (13), la Hear (10), Estienne (9), l'ESAD d'Amiens (7), et l'EESAB (6).

Enfin, ces premières données permettent également de relever que parmi les graphistes ayant collaboré avec le Cnap, 23 graphistes travaillent seul-e-s dont 11 sont des femmes et 12 des hommes ; 34 sont des studios ou duos dont 18 sont mixtes, 4 composés de femmes et 12 composés d'hommes.

Les objets produits

Une grande partie des projets commandés par le Cnap ont trait à « l'édition ». Cette typologie de documents regroupe en effet 40 des 61 commandes recensées. Toutefois, les formes qu'elle revêt sont multiples : rapports d'activités (10), dépliants (1), brochures (0), journaux (4), guides (1), kits pédagogiques (2), catalogues d'exposition (4), ouvrages monographiques (1), et revues (10). Aux côtés des projets éditoriaux, prennent place des projets d'identité visuelle (6), numériques (site internet et vidéo clip), de cartes de vœux (9) ou encore de cartes postales, formulaires, marque-pages, autocollants, totesbags. Ces commandes recouvrent donc une grande variété de typologies de documents, qui reflètent la pratique professionnelle du graphiste – celle-ci ne se limitant pas au seul médium affiche, mais embrassant une hétérogénéité et une multitude de supports. La hiérarchie entre les projets n'existe pas, une même attention est accordée à chacun d'entre eux, qu'il s'agisse de la réalisation d'une brochure ou celle d'un autocollant.

Ces commandes recouvrent donc une grande variété de supports, qui reflètent la pratique professionnelle du graphiste – celle-ci ne se limitant pas au seul médium affiche, mais embrassant une hétérogénéité et une multitude de supports. La hiérarchie entre les projets n'existe pas, une même attention est accordée à chacun d'entre eux, qu'il s'agisse de la réalisation d'une brochure ou celle d'autocollants. Le protocole de sélection mis en place illustre bien cette volonté de soutien aux professionnels du graphisme, et de valorisation de leur travail. Là où un grand nombre de commanditaires ne respectent pas (ou très peu) les droits de cette profession, laissant place à des pratiques endogènes, le Cnap se positionne comme un commanditaire exemplaire⁸, tant au niveau de la sélection, que de la collaboration ou de la rémunération.



Couverture de *La commande de design graphique*, Paris : Centre national des arts plastiques, Guides de l'art contemporain, 2014. Conception graphique : Julie Rousset.

8. Le Cnap a d'ailleurs édité en 2014, un guide sur la commande de design graphique

conçu par Julie Rousset, téléchargeable gratuitement sur le site du Cnap :

La commande de design graphique, Paris : Cnap, Guide de l'art contemporain, 2014.

Ces *ephemera*, « petits » objets, « travaux de ville », littérature grise, sont une source de premier ordre pour retracer l'histoire de l'établissement. Ayant fait l'objet de nombreuses commandes pour correspondre au mieux à l'évolution du Cnap, ils reflètent ses différents positionnements au fil des années. En outre, leur qualité graphique, la diversité des techniques employées, et le nombre considérable de graphistes qui y ont collaborés, racontent une seconde histoire, celle d'une profession, d'une activité, d'une discipline, aux attitudes, inclinations, et positions graphiques multiples.

Couverture de *Dispositif Image/Mouvement*. 2001-2012, Paris : Cnap, 2012 ;
 Couverture de *Dispositif Théorie et critique d'art*. 2001-2015, Paris : Cnap, 2015.
 Conception graphique : Caroline Fabès.



Le dispositif de la Commande publique, et le design graphique (1982-2018)

« Susciter des créations singulières, et leur permettre d'être largement diffusées, les rendre accessibles au plus grand nombre dans l'espace public ; permettre à des artistes, des designers, des auteurs de réfléchir à des dispositifs ou créations qui se confrontent à un espace et/ou à différents types de publics (les plus larges possibles), sont les principes qui ont présidé à la commande publique en matière de design graphique.¹ »

La « commande publique » est un terme générique qui peut tout aussi bien désigner une commande passée par un organisme public, l'ensemble des procédures dont dispose l'administration publique pour passer commande – tel que les marchés publics, les délégations de service public et les contrats de partenariat –, et le dispositif de la Commande publique², objet de cet article. Ce terme polysémique, crée des confusions sur ce qui doit être considéré, ou non, comme des œuvres issues de la Commande publique. Dans de nombreux documents émanant du ministère de la Culture dans les années 1980, sont ainsi énoncées comme des commandes publiques, les identités visuelles du musée d'Orsay (réalisée par Jean Widmer et Bruno Monguzzi), et du Parc de la Villette (réalisée par Grapus) qui, bien qu'étant des commandes d'établissements publics, n'ont ni été financées, ni été réalisées, au titre du budget de la Commande publique.

Le dispositif de la Commande publique permet à l'État de commander une œuvre à un artiste vivant sur un thème précis et pour un lieu déterminé³. Il découle de la procédure du 1% initié par le Front populaire en 1936, et mis en place avec l'arrêté du 18 mai 1951. Ces deux dispositifs sont néanmoins à différencier, tant dans leurs objectifs que dans leur mode de financement.

Le 1% artistique (ou culturel) est une procédure obligatoire⁴ destinée à financer la réalisation d'une œuvre d'art contemporain spécialement conçue pour le lieu dont la construction, la rénovation ou l'extension aura permis de dégager le budget pour sa réalisation. Il concerne principalement des bâtiments publics de l'État ou de collectivités locales comme les écoles, collèges, lycées, archives départementales, bibliothèques, etc.

Le dispositif de la Commande publique associe l'État et des partenaires multiples (collectivités territoriales, établissements publics ou mécènes privés) dans le but « de contribuer à l'enrichissement du cadre de vie et au développement du patrimoine national, par la présence d'œuvre d'art en dehors

1. *Rapport d'activité 2011 du Centre national des arts plastiques*, Paris : Cnap, 12012, p. 18.

2. Dans un souci de compréhension, nous utilisons dans ce texte une capitale

sur le mot « commande » lorsqu'il s'agit du dispositif de la Commande publique, et une bas-de-casse dans les autres cas.

3. *Rapport d'activité 1984 du Centre national*

des arts plastiques, Paris : Cnap, 1985, p. 25.

4. Le maître d'ouvrage doit consacrer 1% de son budget total à la réalisation d'une œuvre.

des seules institutions spécialisées dans le domaine de l'art contemporain⁵. Il investit quant à lui une multitude de lieux divers : gares, jardins, monuments historiques, espaces urbains, sites touristiques, forêts, etc. Constitutives de ce que l'on peut considérer comme un musée « à ciel ouvert⁶ », les œuvres d'art issues de ce dispositif vont à la rencontre de la population dans ses propres lieux de vie et dans l'espace public.

Avec la relance de la Commande publique au début des années 1980, le ministre de la Culture, Jack Lang souhaite accompagner la création, diffuser l'art contemporain en direction d'un large public – relançant l'idée d'une « démocratisation de l'accès à la culture » –, et rétablir un lien entre le public et l'art, et de surcroît l'art contemporain, dans un contexte majoritairement urbain. Il déploie une série de commandes où plusieurs orientations se chevauchent : les projets mémoriels statutaires⁷ rendant hommage à de « grandes personnalités disparues qui se sont illustrées dans le domaine de la politique, de la littérature, des sciences et des arts⁸ » –, et les œuvres contemporaines qui mettent fin à l'art monumental et allégorique⁹ dans l'espace public.

Dans ce contexte, la Commande publique dispose d'un budget propre à partir 1983, distinct de celui des achats, et affecté au bureau de la Commande publique. Ce service, créé au sein de la Délégation aux arts plastiques (Dap), est géré via « son bras séculaire¹⁰ » le Centre national des arts plastiques (Cnap). Les projets sont soumis à l'avis d'une commission nationale de la Commande publique depuis 1998, sur la base d'études de projet.

Circuit d'élaboration des commandes publiques. Document de travail, 5 décembre 1989. Archives nationales : 19970465/1.



5. Site du ministère de la Culture : <http://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Nouvelle-Aquitaine/Creation-Industries-culturelles/Arts-plastiques/La-commande-publique>

6. L'expression « à ciel ouvert » est employée à plusieurs reprises dans l'ouvrage de Caroline Cros et Laurent Le Bon, *L'Art à ciel ouvert*, co-publié par les éditions Flammarion et le Centre national des arts plastiques en 2008. Elle figure également dans le titre d'un autre ouvrage de Christophe Domino, *À ciel ouvert : l'art contemporain à l'échelle du paysage*, publié aux éditions Scala en 1999.

7. Ces commandes statutaires semblent

d'avantage répondre à la volonté du président François Mitterrand. Jack Lang était davantage tourné vers la commande d'œuvres non figuratives et abstraites.

Sur ces commandes statutaires commémoratives voir notamment Valérie Bussmann, « À Paris, la commande publique rend hommage aux Grands Hommes » dans Caroline Cros, Laurent Le Bon (éds.), *L'Art à ciel ouvert*, Paris : Flammarion / Cnap, 2008, p. 159-173.

8. *Rapport d'activités 1985 du Cnap*, Paris : Cnap, 1986, p. 34.

9. « L'intervention artistique souhaitée ne doit pas se limiter à l'implantation d'une

sculpture « célibataire », dite monument, ou encore à des travaux de décoration. Elle doit être considérée dans son contexte (géographique, architectural, social...) et envisagée selon une méthodologie définie en conséquence. »

Site du ministère de la Culture : <http://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Nouvelle-Aquitaine/Creation-Industries-culturelles/Arts-plastiques/La-commande-publique>

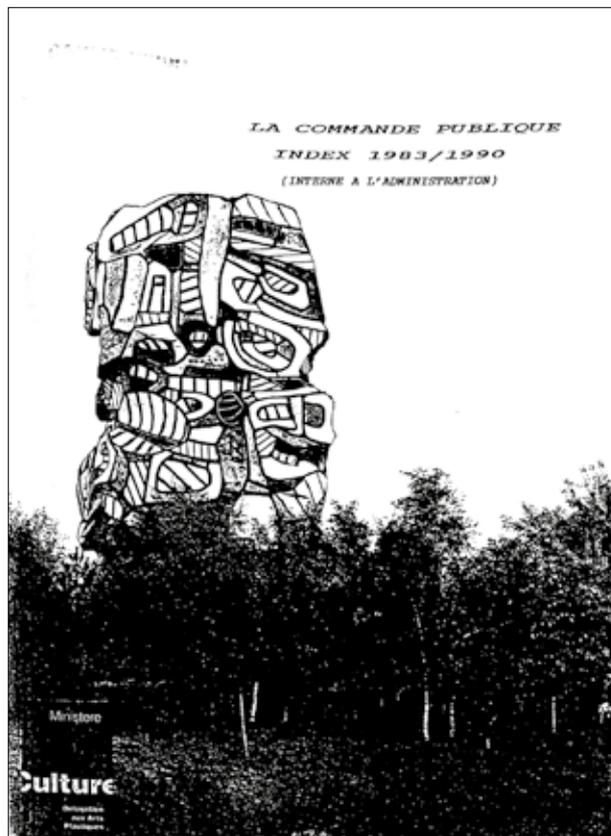
10. Dans les années 1980, cette formulation est beaucoup employée pour désigner le Cnap notamment vis-à-vis de la Dap.

Ces études¹¹ peuvent venir enrichir le Fonds national d'art contemporain¹² géré par le Cnap, et par la suite, faire l'objet de recherches ou d'expositions.

Même si cette relance s'inscrit dans une démarche visant à faire « l'éloge des "créatifs"¹³ » et de la culture populaire en considérant des pratiques jusque-là méprisées, elle concerne essentiellement, dans ses premières années, la peinture, la sculpture, le secteur des métiers d'art (verriers, cristalliers, ferronniers d'art), le Mobilier National, les Manufactures ou d'autres disciplines comme l'art paysager¹⁴.

Le design graphique, lui, en est, semble-t-il, absent malgré la volonté affirmée du ministère de la Culture de diversifier la commande et de valoriser l'ensemble de la création artistique. Entre 1982 et 1987, l'absence du design graphique dans ce dispositif peut sembler d'autant plus étonnante que la Commande publique est une des mesures privilégiées dans le plan de relance Graphisme et Typographie¹⁵. Claude Mollard, chargé de mission au Cabinet de Jack Lang, fait part dès janvier 1983, de sa volonté d'utiliser ce dispositif pour l'image des administrations et des communes¹⁶ en faisant appel à des graphistes¹⁷. Mais ces intentions sont à prendre avec précaution au sens où dans les premières années du ministère Lang, le fonctionnement de la Commande publique n'est pas clairement défini, et le terme de « commande publique » s'emploie massivement.

L'identité visuelle du Centre national des arts plastiques, réalisée par Grapus et Topologies, est un cas caractéristique de ce contexte diaphorique. Initiée dans le cadre du plan de relance Graphisme et Typographie, ce projet est mentionné à plusieurs reprises comme « un exemple de commande publique », que ce soit dans des correspondances, des communiqués de presse ou encore des compte-rendu de réunions¹⁸.



Couverture du dossier de « La Commande publique. Index 1983/1990 (interne à l'administration) ». Archives nationales : 19970465/1.

11. L'« étude » regroupe les documents préparatoires à la réalisation de l'œuvre, elle permet de se faire une idée du projet et de son processus de création.

12. La conservation des études dans le Fonds national d'art contemporain dépend de leur nature. Certaines, considérées comme des œuvres y ont toute légitimité, d'autres sont davantage envisagées comme de la documentation. Comme nous l'analyserons dans un prochain article, cette distinction est fortement complexe lorsqu'il s'agit de design graphique.

13. Ce terme est emprunté à Jérôme Glicenstein, « L'Art contemporain peut-il être populaire. Remarques à propos de Nuit blanche », *Nouvelle revue d'esthétique*, 2008/1 (n° 1), p. 22.

14. *Rapport d'activités 1984 du Cnap*, Paris : Cnap, 1985, p. 25-26 ; *Rapport d'activités 1985 du Cnap*, Paris : Cnap, 1986, p. 33.

15. Le plan de relance Graphisme et

Typographie s'inscrit dans les plans de relance des métiers d'art mis en œuvre par Jack Lang. Un groupe interministériel chargé de proposer des mesures pour le plan de relance Graphisme et Typographie a été mis en place en 1982. Les travaux de ce groupe ont abouti à la remise d'un rapport dont les conclusions se traduisent par 14 mesures de relance, dont une concernant la commande publique.

Voir Carroll Maréchal, « La naissance d'une politique de commandes graphiques. Partie 1 (1982-1986) » [en ligne]. Disponible sur : <http://www.cnap.graphismeenfrance.fr/article/naissance-dune-politique-commandes-graphiques-partie-1-1982-1986>

16. Jack Lang et Claude Mollard ont également tenté de déployer le dispositif de la Commande publique pour la conception des pièces de monnaie et des billets de banque, sans succès. À ce propos voir : Claude Mollard, *La*

culture est un combat. Les années Lang-Mitterrand, Paris : Puf, 2015, p. 74-75.

17. Groupe de travail Graphisme et Typographie. Schéma de la séance sur la commande publique, 13 janvier 1983, p. 2-3. Archives nationales 19940053/7.

« Le Fonds de la commande publique du Cnap pourrait contribuer, selon des modalités à définir, au financement de certaines commandes passées à des artistes de talent par les collectivités locales ou d'autres administrations. »

18. Groupe de travail Graphisme et Typographie. Schéma de la séance sur la commande publique, 13 janvier 1983. Archives nationales 19940053/7 ; Communiqué de presse. Plan de relance « Graphisme et Typographie ». Présentation générale, 13 novembre 1984. Archives nationales 19940053/7.

Destiné à servir de modèle, tant en terme de formes graphiques que dans sa mise en place, pour changer l'image de l'Administration et des établissements publics, il est fréquemment qualifié de « commande publique ». Ce projet ne figure toutefois pas sur les listes émises depuis 1985¹⁹ recensant les œuvres issues de la Commande publique. Il semblerait pourtant que cette identité soit la première Commande publique nationale de design graphique. Engagée dès 1982, elle a en effet été financée au titre des opérations de la Commande publique, les imputations budgétaires de ce projet apparaissant très clairement sur la ligne réservée. Cette hypothèse est étayée par plusieurs documents permettant d'affirmer qu'il s'agit bien d'une Commande publique : une note adressée à Claude Mollard, datée du 7 novembre 1984, détaillant la situation financière du Fonds de la Commande Publique, fait mention d'un budget de 1 400 000 Francs destiné à la « ligne graphique »²⁰ ; une seconde note adressée à Thierry Le Roy, Directeur de Cabinet, datée du 22 mai 1985, traitant des aspects budgétaires du fonds de la commande publique nationale, fait apparaître une provision de 400 000 Francs pour la « ligne graphique Grapus non utilisée »²¹ ; Une fiche budgétaire, datée du 1^{er} août 1985, et titrée « Commande Publique – Chapitre 657-23 », indique également le budget disponible « moins ligne graphique – solde du marché 1984 »²² ; enfin le *Catalogue des interventions individuelles et collectives du Cnap 1982-1983*²³, mentionnant ce projet comme une « Commande du fonds national de la commande publique », confirme également cette hypothèse.

Les premières années de la Commande publique témoignent d'une inattention portée à l'égard du design graphique dans ce dispositif. Une faible vague de commandes arrive entre 1987 et 1989, au nombre de six elles concernent en partie la célébration du bicentenaire de la Révolution (caractère typographique, affiche de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen du 26 août 1789) qui a été le moteur pour de nombreuses commandes dans tous les secteurs de la création. Les autres réalisations sont des affiches pour des événements tels que L'Année de la danse et la Ruée vers l'art, ou encore des projets d'études pour les trois diplômes nationaux délivrés par les écoles d'art. En 1989, un premier projet d'identité visuelle pour la Documentation française²⁴ annonce la tonalité des Commandes publiques de design graphique des années suivantes.

À partir des années 1990, les commandes vont se multiplier, et seront de plus grande envergure. « La présence de François Barré à la tête de la Délégation aux Arts Plastiques, est déterminante puisqu'il fait de la Commande publique une de ses priorités et engage ses équipes dans une véritable dynamique pour son extension²⁵ ». Il élargit le dispositif aux autres disciplines artistiques dont le graphisme, et met en place une mission pour le graphisme d'utilité publique²⁶. Les années 1990 sont en particulier marquées par les

19. L'identité visuelle du Cnap figure uniquement dans le *Catalogue des interventions individuelles et collectives du Cnap 1982-1983* en tant que « Commande du fonds national de la commande publique ». Fonds documentaire de la DGCA, 353.77 DAP 11.

20. Archives nationales 19970465/1

21. Archives nationales 19970465/1

22. Archives nationales 19970465/2

23. Fonds documentaire de la DGCA, 353.77 DAP 11

24. L'identité visuelle de la Documentation française a fait l'objet d'un marché au titre de la Commande publique en 1989. Philippe Apeloig, Carré Noir, Pippo Lionni, Minium, et Jean Widmer ont réalisé des propositions, leurs études sont conservées au Cnap dans le Fonds

national d'art contemporain.

25. Caroline Cros, « Démocratiser l'art, des tentatives publiques des années 1930 à nos jours » dans *L'Art à ciel ouvert*, *Ibid.*, p. 151.

26. François Barré a été Délégué aux arts plastiques de 1991 à 1995. Dès son arrivée en 1991, il met en place un poste de chargé de mission pour le graphisme d'utilité publique qu'il propose à Marsha Emanuel.

28 MAI 1985 DAI 5374

DC: 13 792.

Ministère de la Culture

Leone

CENTRE NATIONAL DES ARTS PLASTIQUES

27, avenue de l'Opéra, 75001 Paris
Tél. : 261.56.16

735 23/5

→ C. MARCOT

*- Je ne suis pas le directeur de l'opération
- Mais pour l'opération "Opération" (à Paris!), je permets
- (selon la forme, la date, le 25 de l'opération est non
- l'acte et le 25 de l'opération est non
- l'opération est non 86?*

Thierry LE ROY
*Copie → MC
→ JMG*

22 MAI 1985

*copie GBT
MBX
JMG
JFC
JMG*

CT 2015

NOTE

à
M. Thierry LE ROY
Directeur de Cabinet

OBJET : Aspects budgétaires du fonds de la commande publique nationale.

En 1985, le fonds de la commande publique nationale est doté d'un budget de 19 MF. auxquels on ajoute 1 140 000 F, soit 20 140 000 F au total, correspondant à :

retour des produits de la souscription Pierre Mendès-France :	400 000
avenant en diminution. Hommage aux maréchaux Correia :	340 000
provision ligne graphique Grapus non utilisée :	400 000
	<u>1 140 000</u>

Au 15 mai, le programme est entièrement engagé et se présente de la façon suivante :

1°) Opérations engagées

a) Il s'agit d'opérations en voie de réalisation pour lesquelles les marchés sont en cours de signature

Arman - deux accumulations St Lazare	2 000 000
Clara-Clara - par Richard Serra	300 000
Hommage à Vilar par V. Schloegel	350 000
Hommage à R. Schuman par J.F Hamelin	290 000
Pot sous serre de J.P Raynaud	300 000

Ministère de la Culture

Délégation
aux Arts plastiques

vu —
27, avenue de l'Opéra, 75001 Paris
Tél. : 261.56.16

—) DSC

1.08.85

FICHE BUDGETAIRE AU 1er AOUT 1985

=====

Commande Publique - Chapitre 657-23

1°) - disponible sur engagement (moins ligne graphique - solde du marché 1984 : - 502 053)	6 965 157
2°) - s'ajoutent :	
avenant en diminution Corréia	344 400
Vitry affecté à DDC	600 000
Crédits 1985 après tous les engagements des opérations du 1er semestre 85	
solde	3 314 093
disponible sur dotation 1984 demandée en anticipé 1985	1 034 396
	<hr/>
	11 755 993
3°) - Engagés, ou en voie d'engagement dans le circuit du visa au 1.08.85	
Bachelard	400 000
Chemetoff	100 000
Berrocal	350 000
Mathieu	40 000
Jonneman	10 000
Asturias (socle Coutelle)	25 000
Blondel - contrat	400 000
Poirier - contrat conception	200 000

.../...

commandes d'identité visuelle et de signalétique pour des communes, parmi lesquelles figurent, entre autres, les réalisations d'Anna-Monika Jost pour la commune de Mouans-Sartoux (1990-1992), de François Fabrizi pour Chinon (1992), ou de l'Atelier de création graphique pour Cordes-sur-Ciel (1995). Les années 2000 sont, quant à elles, davantage tournées vers des commandes d'identité visuelle pour des institutions culturelles comme celles du Plateau Frac Île-de-France réalisée en 2002 par Laurent Fétis, du Jeu de Paume conçue par Rik Bas Baker en 2004, ou encore celle du Confort Moderne réalisée en 2007 par Laurent Mézsáros.

En 2010, sollicité par le département de l'information et de la communication du ministère de la Culture, le Cnap ouvre le dispositif de la Commande publique aux affiches d'événements nationaux portés par le ministère²⁷. Les projets de design graphique se concentrent alors essentiellement sur le medium affiche. En 2015, suite à la modification du décret relatif à l'Établissement public du Centre national des arts plastiques²⁸, le budget de la Commande publique est rattaché à la Délégation générale de la création artistique (DGCA), le Cnap quant à lui poursuit les commandes d'études et d'œuvres qui viennent enrichir sa collection. Le caractère typographique *Faune*, dessiné en 2017 par Alice Savoie, est un exemple de projet réalisé dans le cadre de ces achats par commande.

Les études des différents projets qu'ils soient issus de la Commande publique, ou des achats par commande, sont conservées dans la collection du Cnap. Elles constituent un fonds unique composé d'une multitude d'éléments variés – maquettes, croquis, tests d'impression, charte graphique, etc – peu présents habituellement dans les collections publiques. La richesse de ce fonds méconnu permet à la fois d'appréhender le métier de graphiste, de saisir l'évolution des techniques intrinsèquement liées à cette pratique, et d'observer les processus d'élaboration, de fabrication et de réalisation de projets graphiques dont les typologies de commandes sont extrêmement variées.



Détail d'une maquette d'étude pour l'identité graphique de la commune de Mouans-Sartoux, 1990-1992.
Conception graphique : Anna-Monika Jost. FNAC 91720.

27. Jusqu'ici, seule l'affiche de la Fête de la musique bénéficiait du dispositif. À partir de 2011, un dispositif de commande à des graphistes est mis en place, le Cnap en assure le suivi, et coordonne les modifications jusqu'au projet final. Ont ainsi bénéficié de ce dispositif, les manifestations Rendez-vous aux jardins, le Festival de l'histoire de l'art, Dix-moi dix mots, semaine de la langue française, ou encore les Journées européennes du patrimoine.

28. Décret n° 2015-463 du 23 avril 2015 relatif à l'Établissement public du Centre national des arts plastiques, *Journal Officiel de la République française*, n° 0097, 25 avril 2015, p. 7314, texte n° 23. Disponible sur : <https://www.legifrance.gouv.fr>
Arrêté du 13 juillet 2015 portant composition et fonctionnement de la commission d'acquisition et de commande du Centre national des arts plastiques,

Journal Officiel de la République française, n° 0167, 22 juillet 2015, p. 12472, texte n° 48. Disponible sur : <https://www.legifrance.gouv.fr>

Commande publique

Ville

Design graphique

« L'être humain [...] a besoin de voir, d'entendre, de toucher, de goûter, et le besoin de réunir ces perceptions en un "monde". À ces besoins anthropologiques élaborés socialement [...] s'ajoutent des besoins spécifiques, que ne satisfont pas les équipements commerciaux et culturels plus ou moins parcimonieusement pris en considération par les urbanistes. Il s'agit du besoin d'activité créatrice, d'œuvre (pas seulement de produits et de biens matériels consommables), des besoins d'information, de symbolisme, d'imaginaire, d'activités ludiques.¹ »

À partir du début des années 1990, les Commandes publiques dans le champ du design graphique, même si elles restent minoritaires en regard d'autres champs de la création, se multiplient. Ce phénomène s'explique par la conjonction de plusieurs éléments. Le premier est la politique de déconcentration qui voit ses effets aboutir vers 1989. Cette politique engagée en 1981, et menée de manière volontariste à partir de 1986 « repose sur trois grands principes : l'absence de tutelle d'une collectivité sur une autre ; le maintien des différentes structures d'administration locale existantes ; la compensation financière des transferts de compétences.² »

Le second élément est l'arrivée de François Barré à la Délégation aux arts plastiques en 1990 qui oriente la Commande publique sur des questionnements liés à la ville, et met en place la mission pour le graphisme d'utilité publique, qui orientera, de fait, les Commandes publiques dans le champ du design graphique.

Vers une Commande publique régionale

À partir de la fin des années 1980, l'évolution des Directions régionales des affaires culturelles (Drac) et leur rayonnement jouent un rôle sur les Commandes publiques car les procédures sont moins centralisées. Les conseillers pour les arts plastiques sont de nouveaux interlocuteurs qui permettent une évolution des choix artistiques et une modification des lieux d'implantation des œuvres, ces dernières n'étant plus uniquement localisées en région parisienne, mais dans l'ensemble du territoire français³.

1. Henri Lefebvre, « Le droit à la ville », *L'homme et la société*, n° 6, 1967, p. 29.

2. « Les premières lois de décentralisation »,

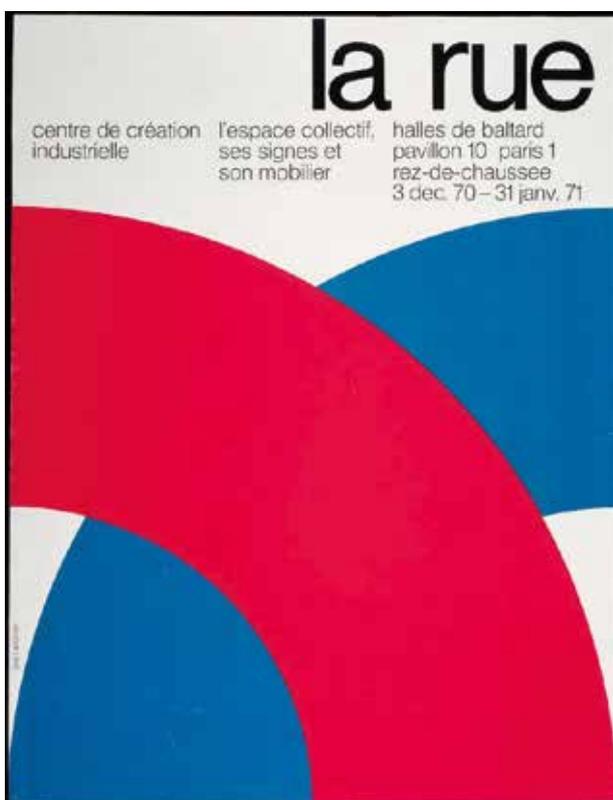
vie-publique.fr, 20 septembre 2005.

Disponible en ligne sur vie-publique.fr

3. Virginie Ligonnière, *La commande*

publique française d'œuvres d'art en espace urbain depuis 1981, 1995-1996.

Disponible en ligne sur enssib.fr



Si la dimension régionale de la Commande publique fait partie des orientations principales du Centre national des arts plastiques, ce rayonnement est marqué par la vision de Dominique Bozo – délégué aux arts plastiques entre 1986 et 1990 – qui favorise les commandes à des artistes établis (Boltanski, Buren, César, Morellet, etc.), et suit des orientations classiques (« monuments, fontaines, entrées de ville, aménagements de places publiques et sculptures dans les parcs et jardins »). Outre les commandes elles-mêmes, cette hypothèse est confirmée dans plusieurs documents qui décrivent les objectifs de la Commande publique⁴. Les orientations du dispositif pour les années 1987 et 1988, se concentrent sur son intégration dans les monuments historiques via la création de « vitraux, sols, buffets d'orgue et sculptures extérieures aux bâtiments⁵ », et sur l'ouverture progressive à d'autres formes d'expression plastiques portant essentiellement sur des réalisations pour des lieux de culte, la Biennale de Paris et l'aménagement de nouveaux musées⁶.

Entre 1986 et 1990, les Commandes publiques de design graphique sont donc rares et se concentrent autour de l'événement du bicentenaire de la Révolution pour lequel des commandes d'estampes et de caractères typographiques sont passées à des graphistes et typographes, et autour de commandes d'affiches pour différents événements tels que l'année de la danse (1987), la Ruée vers l'art (1987) ou le bicentenaire de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen (1989)⁷. Seules exceptions, les commandes, en 1989, de l'identité visuelle de la Documentation française et de la création graphique des trois diplômes nationaux délivrés par les écoles d'art.

La ville au centre des projets

En 1990, l'arrivée de François Barré à la Délégation aux arts plastiques (Dap) marque un tournant dans les orientations du dispositif de la Commande publique qui vont, dès lors, privilégier l'espace urbain et les interventions monumentales. Il met en place, en 1991, les conventions de ville, des contrats d'une durée de trois à cinq ans entre une ville et la Dap favorisant une plus grande implication de tous les partenaires et combinant des crédits centraux et déconcentrés. La ville est un terrain

de questionnement et d'intervention récurrent chez le nouveau délégué. Co-fondateur du Centre de Création Industrielle (CCI) avec François Mathey et Yolande Amic, il a organisé, supervisé ou initié de nombreuses expositions

4. « Présentation générale de la Commande publique pour 1987 » ; « La Commande publique pour 1988 ». Archives nationales, 19970465/1.

5. « La Commande publique pour 1988 », p. 4. Archives nationales, 19970465/1.

6. « [...] portant notamment sur l'objet d'art en général » à savoir le « développement du vitrail profane », « [l']action en faveur du patrimoine culturel : baptistères, vêtements liturgiques (*sic.*), autels, aménagements

du chœur des cathédrales », « [la] mise en chantier de commandes dans les lieux destinés à accueillir la Biennale de Paris et commandes publiques à l'occasion du développement ou de l'aménagement de nouveaux musées », « [des] commandes publiques destinées aux ambassades ou aux grandes institutions situées dans les capitales des pays européens [...] », « [des] opérations liées aux grands événements tels que le bicentenaire de la révolution [...]

notamment sous la forme d'illustrations ou de reliures de livres commémoratifs réalisés sous la responsabilité d'organismes publics. » *Ibid.*, p. 5.

7. Les commandes d'estampes pour le bicentenaire et d'affiches pour les différents événements cités ne s'adressent pas uniquement aux graphistes, elles sont même passées majoritairement à des artistes.



PRESENTATION GENERALE DE LA COMMANDE PUBLIQUE
POUR 1987

CRÉATION
ARTISTIQUE
ET COMMANDE
PUBLIQUE

L'action du Ministère de la Culture et de la Communication en faveur de la poursuite de la commande publique d'oeuvres d'art mise en oeuvre par le Centre National des Arts Plastiques répond à quatre orientations principales

- Assurer la poursuite des opérations engagées
- Renforcer la dimension régionale de la commande publique
- Mieux intégrer la commande publique dans les monuments historiques

Développer progressivement de nouvelles orientations.

◊ assurer la poursuite des opérations engagées :

A ce titre le Centre National des Arts Plastiques favorisera la réalisation d'opérations importantes et significatives telles que le rideau de scène pour la Comédie Française (Olivier DEBRE), l'installation à la gare de l'Est dans le haut du boulevard Sébastopol d'une sculpture-fontaine (Michèle BLONDEL), la mise en place de deux grandes peintures de Valério ADAMI pour le Hall de départ de la gare d'Austerlitz l'édification sur l'auto-route A.6 à environ 170 kilomètres de PARIS de l'Arc Majeur d'une hauteur de 53 mètres conçu par Bernar VENET, la pose à la station de métro Cluny la Sorbonne de la mosaïque conçue par Jean BAZAINE et la poursuite de l'action en faveur du développement de l'art contemporain dans les villes nouvelles avec notamment l'opération Axe Majeur à CERGY-PONTOISE par Dani KARAVAN.

27, avenue de
l'Opéra
75001 Paris
téléphone 42 81 56 18

.../...

LA COMMANDE PUBLIQUE pour 1988

I - La commande publique constitue l'un des faits importants de l'actuelle décennie culturelle :

La commande publique d'oeuvres d'art lancée en 1983 par le Ministère de la Culture constituera certainement l'un des faits marquants de l'actuelle décennie culturelle. Cette action conduit en effet à une véritable renaissance de cette dimension traditionnelle de l'enrichissement public du patrimoine que notre siècle avait jusqu'à présent abandonné sauf en de très rares exceptions. Ce mécénat d'Etat permet une large ouverture aux artistes de toutes tendances, de tous âges, de toutes nationalités et une confrontation avec les lieux les plus diversifiés, parcs, monuments historiques, banlieues, centres urbains, lieux de culte.

II -Le Fonds de la Commande Publique est mis au service d'opérations de caractère national et régional :

Le Fonds de la Commande Publique prend la forme de commandes directes de l'Etat et de contributions apportées aux initiatives des collectivités locales et autres organismes.

a) Dans les cas d'opérations directes de l'Etat le contrat lui-même est un marché de prestations intellectuelles passé entre un artiste et le Centre National des Arts Plastiques. Tous les textes sur les marchés publics s'imposent donc. En outre dans ce cadre est mentionnée la loi du 11 mars 1957 sur la propriété artistique et littéraire (droit de reproduction et d'exploitation des oeuvres). Le calcul des honoraires artistiques s'effectue à partir d'un barème prévoyant un pourcentage dégressif en fonction du coût des travaux (matière première, transformations, transport, pose). Ce premier calcul est pondéré par une prise en compte de la durée réelle du marché ainsi que des aléas et risques propres à chaque demande.

Au niveau de l'exécution des marchés il est conseillé aux artistes de faire jouer chaque fois que possible la concurrence en ce qui concerne les fournitures et sous-traitances nécessaires à la réalisation des oeuvres. Des devis contradictoires sont demandés.

Les oeuvres une fois réalisées deviennent après réception propriété de l'Etat et sont inscrites à l'inventaire du Fonds National d'Art Contemporain. Des procédures relatives à l'entretien et à la mise en valeur de ces oeuvres sont chaque fois définies au travers de négociations conduites entre le Centre National des Arts Plastiques et la collectivité ou l'administration recevant les oeuvres en dépôt. En principe l'entretien relève du bénéficiaire du dépôt.

Au plan financier la dépense est dans la quasi totalité des cas prise en charge entièrement par le Fonds de la Commande Publique. Cette règle est toutefois corrigée par des contributions au titre du mécénat ou par des apports financiers d'autres institutions ou collectivités.

.../...

autour de cette thématique⁸. Il est également à l'initiative, en 1974, du film de Jean-Louis Bertuccelli, *Le Droit à la ville*⁹, réalisé à partir du texte éponyme d'Henri Lefebvre. En 1996, il prend la tête de la Direction de l'Architecture, puis en 1998 celle du Patrimoine, qu'il réunira en une seule entité quelques mois plus tard.

Ce regain d'intérêt pour la ville et l'espace public s'explique donc en partie par la sensibilité de certains délégués aux arts plastiques tels que François Barré (1990-1992) ou quelques années plus tard Guy Ansellem (1998-2003), il s'explique également par le retour en 1995 de l'Architecture au sein du ministère de la Culture qui replace l'urbain au centre de ses préoccupations. L'arrivée de François Barré marque également un élan dans l'intérêt porté au champ du design graphique pour lequel il considère que l'organigramme de la Dap « ne témoigne d'aucune implication ». Il préconise de privilégier dans un premier temps « l'image d'utilité publique », c'est-à-dire les créations graphiques de service public : icônes institutionnels (billets de banque, timbres poste...), identités visuelles d'instances étatiques ou territoriales (ministères, régions, villes...), documents graphiques d'usage public (formulaires administratifs...)¹⁰.

Entre 1990 et 2010, les Commandes publiques de design graphique sont donc plus nombreuses et se tournent davantage vers la mise en place d'identités graphiques : sur 31 commandes recensées, 25 d'entre elles concernent en effet une intervention graphique pour une identité visuelle et/ou une signalétique.

Les premières Commandes publiques d'identités graphiques dans les années 1990 concernent principalement des communes¹¹, et s'inscrivent dans un contexte où les mesures de déconcentration fonctionnent pleinement, où les opérations de commande sont initiées par les conseillers aux arts plastiques, et où les villes de province réorganisent leur territoire et mènent de grands chantiers en vue de favoriser la visibilité de leur patrimoine et de développer le tourisme.

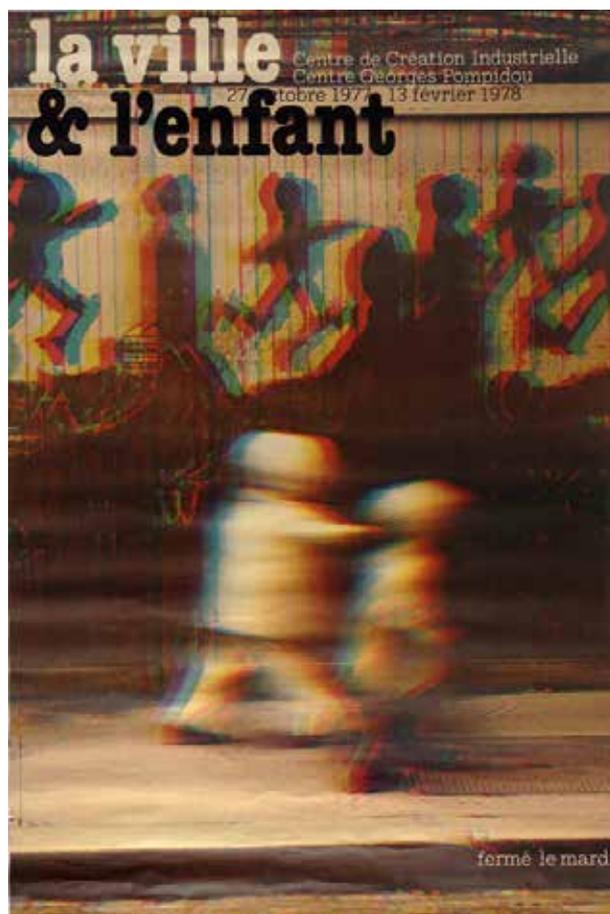
8. Notamment les expositions suivantes : « Paris-construit, exposition critique de Ionel Schein » (CCI, Pavillon de Marsan, 10 juin-30 août 1970) ; « L'espace collectif, ses signes et son mobilier » (CCI, Halles de Baltard, 3 décembre 1970-31 janvier 1971) ; « Six mètres avant Paris : 159 photos objectives d'Eustachy Kossakowski » (CCI, Pavillon de Marsan, 9 septembre-9 octobre 1971) ; « Architectures marginales aux USA » (CCI, Pavillon de Marsan, 28 novembre 1975-12 janvier 1976) ; Archéologie de la ville (CCI, Centre Pompidou, 1er février-8 février 1977) ; « Qui décide de la Ville ? » (CCI, Centre Pompidou, 2 mars 1977-1er avril 1977) ; « La Ville et l'Enfant » (CCI, Centre Pompidou, 26 octobre 1977-13 février 1978).

9. Ce film a été interdit à la diffusion en France dès sa sortie par Robert Bordaz. Il est une des causes du renvoi de François Barré du CCI en juin 1976. Voir Caroll Maréchal, *La collection design graphique du Mnam/Cci. Genèse et perspectives d'une collection fantomatique (1968-2016)*, mémoire de Master 2 Arts et langage sous la direction de Patricia Falguières, Ehes, 2016.

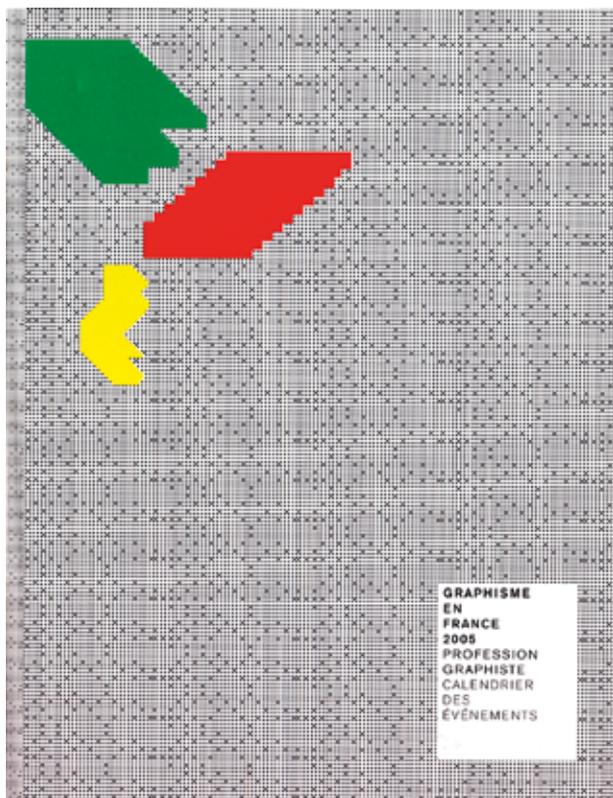
10. François Barré, « Note à l'attention des Chefs de Départements, des Inspecteurs de la Création artistique, des Inspecteurs de l'Enseignement artistique et de l'Audiovisuel et des Chargées de mission », 18 juin 1990, p. 2. Archives nationales 19970465/1.

11. Dans les années 1990, sur les dix Commandes publiques d'identité visuelle et

de signalétique, trois d'entre elles concernent la réalisation d'une identité graphique pour une commune (Mouans-Sartoux en 1990, Chinon en 1993, Cordes-sur-Ciel en 1995), les sept autres regroupent une identité graphique pour un lieu commémoratif (1992), une identité visuelle pour une revue (1993), une signalétique pour une exposition au Grand Palais (1993), une identité visuelle pour le centre d'art Le Crestet (1994), une identité visuelle pour une structure d'accueil du CRIS (1996), une identité graphique pour la célébration de l'an 2000 (1997), et une signalétique pour l'Université Rennes 1 (1998).



Affiche de l'exposition « La ville et l'enfant », CCI, Centre Pompidou, 26 octobre 1977-13 février 1978. Conception graphique : Grapus. © Centre Georges Pompidou, Bibliothèque Kandinsky.



La Commande publique et la mission pour le graphisme d'utilité publique

Si la première Commande publique d'identité graphique pour une commune, celle de la ville de Mouans-Sartoux réalisée par Anna Monika Jost en 1990, n'est pas encadrée par la Dap¹², les suivantes bénéficieront de son suivi et de ses conseils, et plus particulièrement de ceux de Marsha Emanuel en charge de la mission pour le graphisme d'utilité publique. Créée en décembre 1990 par François Barré au sein de la Délégation aux arts plastiques, dans l'optique d'ouvrir la Commande publique à l'ensemble des domaines de la création, cette mission a pour objectif « l'incitation à la promotion d'une meilleure communication visuelle de la puissance publique au niveau national, régional, local.¹³ » Elle s'attache à mettre en œuvre une politique d'accompagnement des professionnels du design graphique, qu'il s'agisse de graphistes, de structures qui en font la promotion, ou de commanditaires, en soutenant, en valorisant ou en sensibilisant « sur le rôle et la portée du graphisme au plan culturel et social.¹⁴ »

La présence de cette mission amène les conseillers aux arts plastiques en région à solliciter la Dap sur des questions de design graphique pour les aiguiller et les accompagner sur la mise en place de projets dans ce domaine. Essentiellement initiée par les collectivités locales, des projets de Commandes publiques à destination des villes voient le jour. Ils sont suivis par Marsha Emanuel, en particulier sur l'élaboration du cahier des charges, le choix du graphiste et les manières de passer commande. Cette dernière élabore notamment différents documents en direction des commanditaires (municipalités, établissements publics, etc.) dont l'un d'eux¹⁵ concerne des recommandations pour l'élaboration du cahier des charges dans le cadre d'une commande de design graphique. Un autre document plus global¹⁶ trace un « programme de graphisme d'utilité publique dans le cadre de la commande publique » qui décrit « Le graphisme d'utilité publique dans la Délégation aux Arts Plastiques », précise les « critères d'éligibilité des projets », et présente l'importance de maintenir un programme graphique et d'établir un rapport de confiance entre le graphiste et le commanditaire. Il détaille également la manière d'établir une convention avec la Dap dans le cadre de la Commande publique, d'élaborer un cahier des charges, de choisir un graphiste, de mettre en place un plan de travail, ou encore de mettre en œuvre les aspects administratifs et financiers d'une commande¹⁷.

12. Cette commande est à l'initiative du maire de Mouans-Sartoux, André Aschieri, qui sollicite la Dap pour l'obtention d'une subvention afin de mettre en place une identité visuelle pour sa commune. Cette dernière sera réalisée entre 1990 et 1992 par Anna Monika Jost. Pour plus de détails à propos de cette commande, voir le texte de Caroll Maréchal, « Le Château, le Lion et la Tour. Anna Monika Jost, une graphiste

suisse à Mouans-Sartoux » disponible en ligne sur le site de *Graphisme en France*.

13. *Arts Info*, n° 73, février-mars 1995, p. 5.

14. *Ibid.*

15. « Le Cahier des charges d'une commande de graphisme. Recommandations », n. d. Document élaboré par Marsha Emanuel. Fonds documentaire du Cnap.

16. « Programme de graphisme

d'utilité publique dans le cadre de la commande publique », n. d., n. p. Document élaboré par Marsha Emanuel. Fonds documentaire du Cnap.

17. Ces documents se matérialiseront sous la forme d'articles dans les numéros de *Graphisme en France* en 2001 – La commande –, et en 2005 – Profession graphiste.

Le Cahier des charges d'une commande de graphisme

Recommandations

Le cahier des charges a pour objet de décrire d'une manière claire et précise les contraintes et les objectifs de la commande.

Il contient les informations et les documents nécessaires à l'élaboration du projet par le graphiste, permettant à celui-ci de comprendre la nature et l'étendue du travail demandé, de développer une hypothèse, de proposer une méthode de travail, et d'établir un devis et un calendrier.

Le cahier des charges est réalisé par le commanditaire en relation étroite avec les personnes et les services qui utiliseront le programme graphique afin que, dès l'origine du projet, tous les responsables concernés aient connaissance des informations fournies et des objectifs poursuivis.

Le graphiste, une fois choisi, apportera toutes observations et suggestions utiles en vue d'améliorer et de rendre plus efficace le cahier des charges.

Il s'agit d'établir un véritable état des lieux ("portrait") de l'organisme en rassemblant le maximum de données géographiques, sociologiques, techniques, économiques, culturels, symboliques et esthétiques etc...qui le concerne.

Les informations à inclure dans sa rédaction sont les suivantes :

- le descriptif de la problématique et les objectifs à atteindre
- les destinataires de la communication
- les supports envisagés
- le budget global que l'organisme consacrerà à cette action
- le calendrier de réalisation
- les ressources pouvant être fournies par le commanditaire lui-même (personnel, fournitures, prestations techniques)

Ce sont ces informations, prises dans leur ensemble, qui permettront d'aborder la réalisation graphique dans les meilleures conditions.

Une enquête interne est donc nécessaire à l'établissement d'un bon cahier des charges. On doit en attendre les résultats suivants :

1. L'établissement de la "fiche d'identité" de l'organisme concerné, à partir de questions comme celles-ci :
 - Quel est son histoire?
 - De quoi est fait son présent?
 - Quels sont ses projets de développement?

Il est nécessaire de réunir les éléments existants concernant l'identité et la représentation symbolique (dénominations, références historiques, emblèmes, blasons, formes, couleurs et matériaux) et de recenser les objets utilisés actuellement en papeterie, édition, affichage, signalétique etc...

Dans le cas des villes, il faudra bien apprécier les rapports avec les communes avoisinantes, les syndicats intercommunaux, les villes de jumelage...

Sommaire

- 1**
Le graphisme d'utilité publique dans la Délégation aux Arts Plastiques
- 2**
Critères d'éligibilité des projets
- 3**
Volonté commune
- 4**
Etablissement d'une convention passée avec la Délégation aux Arts Plastiques dans le cadre de la commande publique
- 5**
Cahier des charges
- 6**
Choix du graphiste
- 8**
Plan de travail
- 10**
Maintien d'un programme graphique
- 11**
Mise en oeuvre administrative et financière

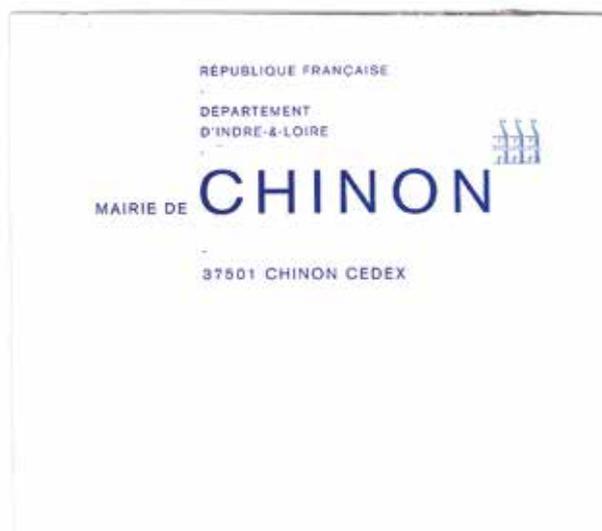
Dans un contexte où les politiques sont séduits par le syllogisme « séguélien », où la ville devient un produit et où nombreuses d'entre elles repensent leur identité¹⁸, la mission du graphisme d'utilité publique en accompagnant les commanditaires tente de contribuer à la création de signes de qualité à destination des citoyens. Les Commandes publiques d'identité graphique pour les communes réalisées à partir de 1993 illustrent bien cette volonté, tant dans le processus de mise en œuvre que dans celui de création.

L'identité graphique de la commune de Chinon (Indre-et-Loire)

En 1991, la commune de Chinon, développe un projet urbain qui se décline en quatre axes : « une ligne graphique, un mobilier urbain, la mise en lumière de la ville, et la mise en valeur paysagère¹⁹ ». Elle élabore un dossier « Mise en scène » en partenariat avec les ministères de la Culture et de l'Équipement²⁰, dont les objectifs sont de mettre en valeur le patrimoine chinonais et de redynamiser le centre ville.

La « ligne graphique²¹ » doit permettre à Chinon de communiquer, de faire connaître son patrimoine historique et culturel et ses lieux de savoir-faire traditionnels²². Les besoins, objectifs et applications de cette nouvelle identité visuelle sont explicités dans un document, un cahier des charges, « Programme de graphisme d'utilité publique pour la ville de Chinon », élaboré entre l'été 1992 et le printemps 1993 par un groupe de travail restreint, un élu et un technicien de la ville de Chinon, un technicien de l'Agence de Développement et d'Urbanisme du Chinonais et Marsha Emanuel. Entre avril et novembre 1993 plusieurs étapes de sélection des graphistes vont avoir lieu : la sélection de deux équipes qui seront reçues à la Dap et à Chinon, l'étude des propositions, et la sélection finale.

Une convention est signée en décembre 1993 entre le Cnap et François Fabrizi, graphiste choisi pour la réalisation d'une « étude » sur la conception d'une identité graphique pour la ville de Chinon²³. Cette dernière conservée dans la collection du Centre national des arts plastiques, regroupe des maquettes déclinées sur différents documents (papier-en-tête, carte de visite, enveloppe, bulletin municipal, etc.), une charte graphique, et les documents imprimés finaux. Elle révèle les différentes étapes de travail du graphiste pour élaborer une identité singulière basée sur l'histoire de la commune et la topologie de son territoire. L'identité graphique réalisée par François Fabrizi est en effet basée sur trois tours rappelant les armoiries de la ville qui faisaient référence à l'espace de la forteresse royale de Chinon structurée en trois parties distinctes appelées par les rois « les trois châteaux ». Le logo est composé de trois groupes de signes agencés « en étages » à l'image de la topologie de la ville caractérisée par trois niveaux : la rivière, la ville, le château²⁴.



Identité visuelle de la ville de Chinon (détail d'une enveloppe). FNAC 09-757. Conception graphique : François

18. « Je sais communiquer un produit ; vous Idée, vous Homme politique, vous Ville, vous Collectivité, vous êtes un produit ; je vous communique comme un produit ; je vous vends. » Jean-Pierre Grunfeld, entretien avec Formes vives. Disponible en ligne sur formes-vives.org
19. Michel Mongarny, « La ville va tenir sa "ligne" », *Nouvelle*

République, 16 janvier 1995.
20. « Les différentes étapes du projet », n. d. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.
21. Terme employé dans les différents documents relatifs à cette commande. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.
22. « Programme de graphisme d'utilité publique pour la ville de Chinon »,

février 1993, n.p. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.
23. Convention entre le Centre national des arts plastiques et François Fabrizi, 16 décembre 1993. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.
24. François Fabrizi, entretien avec l'auteur, 21 novembre 2018.

Carte de vœux 1996 de François Fabrizi adressée à Marsha Emanuel, les représentant, aux côtés d'Yves Dauge, au calage chez l'imprimeur de l'identité graphique de Chinon. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.



*Marsha, attention ma mère
pour 001996 000 Fabrizi*

La longue mise en œuvre de cette commande, plus de deux ans entre l'élaboration du cahier des charges à l'été 1992 et l'inauguration de l'identité graphique en janvier 1995, manifeste l'intérêt de chacun des acteurs (François Fabrizi, Yves Dauge maire de Chinon, la Drac, la Dap) pour élaborer une identité cohérente, respectueuse du travail du graphiste et de la volonté municipale.

L'identité graphique de la commune de Cordes-sur-Ciel (Tarn)

Ce sera également le cas en 1994 avec la commune de Cordes-sur-Ciel qui sollicite également la mission de graphisme d'utilité publique de la Délégation aux arts plastiques dans le but de repenser son identité visuelle et sa signalétique. Tout en privilégiant la dimension artistique, les objectifs sont doubles : redonner une identité forte à Cordes-sur-Ciel²⁵ lui permettant de se différencier des autres sites culturels ; créer du lien entre les habitants, les touristes et leur environnement.

Une réunion de travail en juillet 1995, réunissant le maire de la ville Paul Quilès, Gérard Prévot, Christine Cassagne, Jean-Gabriel Jonin²⁶ et Marsha Emanuel, examine plusieurs dossiers de graphistes recommandés par cette dernière²⁷. À l'issue de cette réunion, une consultation restreinte est organisée en septembre 1995 avec LM Communiquer et l'Atelier de création graphique²⁸. Un cahier des charges avait été précédemment rédigé en février 1994 et remis aux graphistes en août 1995.

En octobre 1995²⁹, l'Atelier de création graphique est choisi par Paul Quilès, qui apprécie la familiarité et l'expérience du graphiste vis-à-vis de l'objet de cette

25. La commune de Cordes change de nom en 1993 devenant Cordes-sur-Ciel.

26. Gérard Prévot était le conseiller aux arts plastiques de la Drac Midi-Pyrénées, Christine Cassagne était chargée de la maîtrise d'ouvrage à Cordes-sur-Ciel, et Jean-Gabriel Jonin était l'adjoint à la culture de Cordes-sur-Ciel.

27. Note de Marsha Emanuel à l'attention

d'Alfred Pacquement, n. d. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.

Les graphistes étaient : Laurence Madrelle (LM Communiquer), Pierre Bernard (Atelier de création graphique), Jean Widmer, le collectif de graphistes Tamanoir, et Peret.

28. Compte-rendu de la réunion du 7 juillet 1995, 11 juillet 1995 ; Lettre de Paul Quilès à l'attention d'Alfred Pacquement,

22 septembre 1995. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.

29. Ce laps de temps, entre la volonté de mettre en place une Commande publique en 1994 et le choix du graphiste fin 1995, s'explique par l'abandon d'une première commande confiée à l'Atelier des Arpettes (Toulouse), dont le projet n'a pas satisfait la municipalité.

commande³⁰, ainsi que la « méthode d'approche proposée et la sensibilité de Pierre Bernard³¹ ».

Une convention est signée le même mois, entre le Cnap et l'Atelier de création graphique pour la réalisation d'une étude pour la conception de l'identité visuelle de la ville de Cordes-sur-Ciel. L'ensemble des étapes du travail de l'atelier et des choix graphiques qu'il a opérés, est explicité dans l'étude conservée au Cnap, qui regroupe des rapports d'intentions, plusieurs planches de présentation, ainsi qu'un document relié – cahier des normes graphiques.

La première étape de cette commande a consisté à mettre en place un « vocabulaire graphique³² » singulier et pensé en lien avec l'histoire de la commune. Un reportage photographique a permis au graphiste de s'imprégner de l'atmosphère de la commune, de faire un état des lieux des signes graphiques existants et de la topologie du territoire, tout en dialoguant avec les usagers de cette future identité graphique, les Cordais. De ce premier parcours se dégagent des « images symboliques » et « des mots suggérés³³ » par l'approche concrète des lieux, qui constitueront les bases de l'élaboration des signes formant l'identité graphique utilisée à partir de mai 1996.

Ces deux Commandes publiques montrent les premières tentatives d'accompagnement des réalisations de design graphique dans le cadre de ce dispositif. Les démarches entreprises pour élaborer un cadre défini et déclinable à d'autres commandes tentent de satisfaire aussi bien le commanditaire que le graphiste. Élaboration du cahier des charges, pré-sélection de graphistes sur dossier, sélection, présentation, rémunération, l'ensemble des étapes de réalisation du projet est accompagné par la Délégation aux arts plastiques via la mission pour le graphisme d'utilité publique. Cette dernière accompagne, préconise des procédés, définit une mise en œuvre vertueuse, pour éviter les mauvaises pratiques souvent observées dans la mise en place de commandes de design graphique. Ainsi se manifeste la volonté d'être exemplaire tant du point de vue du commanditaire que de celui du graphiste pour aboutir à des réalisations cohérentes, pérennes, et satisfaisantes pour l'ensemble des acteurs du projet.

Précisées dans plusieurs documents précédemment cités, les différentes modalités seront appliquées dans les Commandes publiques suivantes. L'identité visuelle pour la commune d'Aubusson, élaborée en 2004 par l'atelier de graphistes Presse papier, ou les identités visuelles réalisées pour des lieux culturels tels que des Fonds régionaux d'art contemporain (Frac) et des centres d'art, s'appuieront sur ces expériences mises en œuvre dans un contexte de déconcentration et de valorisation de la profession de graphiste. Des articles sur ces différentes commandes sont en cours d'élaboration et seront prochainement disponible sur le site de *Graphisme en France*.

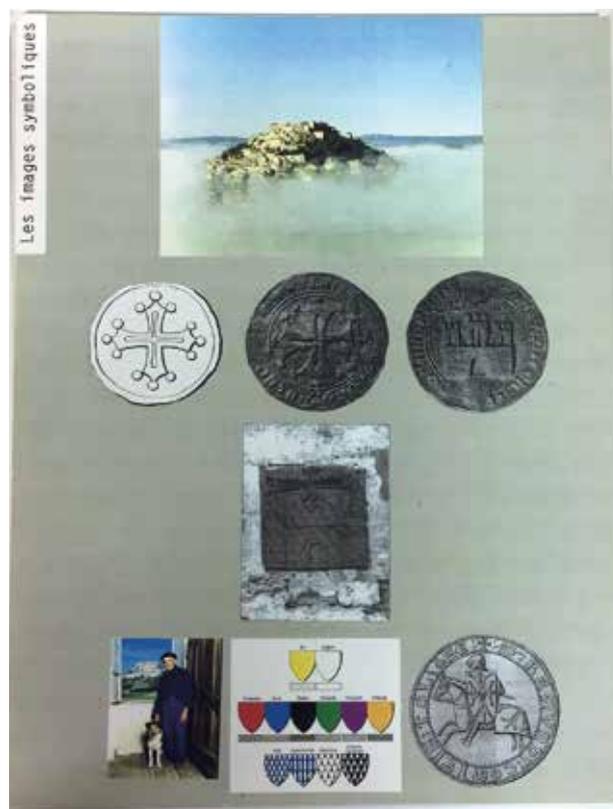
30. Créé en 1989 autour de Pierre Bernard dans la continuité du collectif Grapus dont il est l'un des co-fondateurs, l'Atelier de création graphique est reconnu pour ses réalisations d'identité visuelle. Entre 1989 et 1995, l'Atelier de création

graphique a notamment travaillé pour les villes de Clichy-la-Garenne et d'Ivry-sur-Seine ou encore pour les Parcs nationaux.

31. Lettre de Paul Quilès à Alfred Pacquement, 22 septembre 1995. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.



Identité visuelle de la ville de Cordes-sur-Ciel (détail d'une enveloppe). FNAC 09-761 (6). Conception graphique : Atelier de création graphique.



Identité visuelle de la ville de Cordes-sur-Ciel. Maquette «Les images symboliques». FNAC 09-760 (4). Conception graphique : Atelier de création graphique.

32. Terme employé par Pierre Bernard dans les notes d'intention du projet. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.

33. *Idem*.

Le Château, le Lion et la Tour

Anna Monika Jost,
une graphiste suisse à Mouans-Sartoux

« Parti d'or et de gueules, au lion de sable couronné du même,
lampassé, vilainé de gueules brochant sur le tout »
« D'azur à la tour d'or »

En mai 1990, André Aschieri, maire de Mouans-Sartoux¹, sollicite François Barré, délégué aux arts plastiques, pour obtenir une subvention dans le but de mettre en place une « ligne graphique » pour sa commune².

Cette demande s'inscrit dans le contexte plus large de la création de l'Espace de l'Art Concret au Château de Mouans-Sartoux, qui ouvre ses portes la même année.

Né de la volonté de Sybil Albers et de Gottfried Honegger, cet espace est dédié à « l'éducation du regard³ » par la sensibilisation d'un large public à diverses formes d'expressions artistiques. S'il s'agit bien ici d'apprendre à regarder, Honegger ne conçoit pas que cette pédagogie se limite à l'espace du château sans se déployer dans la ville qui l'accueille, idée que partage Aschieri et qu'il expose dans une lettre à l'attention du délégué aux arts plastiques :

« Je suis de l'avis de Monsieur Honegger que l'on ne peut pas dans le Château, dans le cadre des expositions, parler d'une culture urbaine et, en même temps, négliger cette réalité dans notre ville.⁴ »

Associée au projet de l'Espace de l'Art Concret, « Une ville, un château, un programme », et aux réflexions menées par Aschieri et Honegger sur la relation de l'art contemporain à la ville⁵, cette identité graphique doit également permettre aux « administrés [de] s'identifi[er] à leur lieu d'habitat et de travail.⁶ » Dans le contexte artistique qui entoure Mouans-Sartoux⁷, et en suivant les principes de l'art concret – qui ne différencie pas les beaux-arts des



Photographie de l'entrée de l'Espace de l'Art Concret, 1990, photographie : Anna Monika Jost.
FNAC 91720 (87).

1. Mouans-Sartoux est une commune située dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

2. Lettre d'André Aschieri à l'attention de François Barré, 4 mai 1990. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.

3. Voir le site internet de l'Espace de l'Art Concret.

4. Lettre d'André Aschieri à l'attention de François Barré, *Ibid.*

5. Lettre d'André Aschieri à l'attention de Jean-Michel Phéline, 24 juillet 1990. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.

6. Lettre d'André Aschieri à l'attention de François Barré, *Ibid.*

7. La ville avait déjà bénéficié d'une subvention de la Dap, dans le cadre du dispositif de la Commande publique, pour la réalisation, par Gottfried Honegger, d'une étude pour un théâtre en plein air pour le château de Mouans-Sartoux. FNAC 92058 (1-12).

arts appliqués –, le maire opte pour une « démarche originale » en voulant associer un graphiste à toutes les interventions de la ville plutôt que de faire appel à une agence spécialisée, pratique davantage répandue dans les années « séguéliennes ».

L'intervention graphique, telle que définie dans la demande, doit consister à « définir un logo de la ville, dessiner un papier à lettre pour ses différents services, dessiner une affiche type pour toutes les manifestations selon leur domaine (culturel, sportif ou social), concevoir des panneaux d'information public, concevoir un système de signalisation urbaine spécifique réalisé dans le cadre d'un plan de jalonnement.⁸ »

Le ministère de la Culture, par le biais de François Barré, répond favorablement à la demande d'Aschieri trouvant l'initiative « intéressante⁹ », et demande à la Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC) Provence-Alpes-Côte d'Azur d'instruire le projet, en liaison avec Jean-Michel Phéline, Inspecteur principal de la création artistique¹⁰.

La graphiste Anna Monika Jost est choisie pour réaliser ce travail. Ce choix ne relève pas d'une sélection opérée entre plusieurs graphistes proposés par la Délégation aux arts plastiques (Dap), a contrario des procédures de sélection mises en place habituellement dans ce type de commande. La graphiste est choisie directement par le maire de la ville, ou plus exactement par Honegger lui-même – Jost étant une de ses anciennes étudiantes de la *Kunstgewerbeschule* de Zürich. Le 30 décembre 1990, une convention est signée entre le Centre national des arts plastiques (Cnap) et Anna Monika Jost pour la conception « d'une ligne graphique pour la ville de Mouans-Sartoux et sa déclinaison graphique.¹¹ » En réalité, la graphiste commence à travailler sur les éléments de communication pour le château et l'identité graphique de la ville dès 1988-1989, bien avant la signature de la convention¹².

La réalisation de cette commande débute par un reportage photographique sur la commune. Cet état des lieux de l'existant permet de saisir à la fois la grande disparité des signes et caractères typographiques utilisés dans la ville, ainsi que l'atmosphère architecturale et historique du lieu. Les carnets photographiques qui en découlent sont un outil pour la graphiste, d'une part pour démontrer l'importance d'adopter une cohérence graphique dans l'ensemble de la commune – du papier-en-tête aux panneaux de signalisation –, pour analyser les besoins et les différentes typologies de bâtiments, d'enseignes, de panneaux, d'informations en somme, pour préconiser certains retraits de structures de signalétique existantes, et pour réaliser des photocollages par la suite. C'est également à partir de cet existant, que Jost va élaborer le logo en partant du blason original de la commune et de ses éléments fondamentaux – le lion et la tour – intimement liés à l'histoire de Mouans-Sartoux.

En effet, la commune est issue de la réunion de deux communautés, celle de Mouans et celle de Sartoux, par décret impérial en 1858, signé par Napoléon III. Les armoiries de Mouans se composent d'un écu plain à l'émail azur chargé

8. Lettre d'André Aschieri à l'attention de Jean-Michel Phéline, *Ibid.*

9. Lettre de François Barré à l'attention d'André Aschieri, 29 juin 1990. Archives nationales 19950032/15.

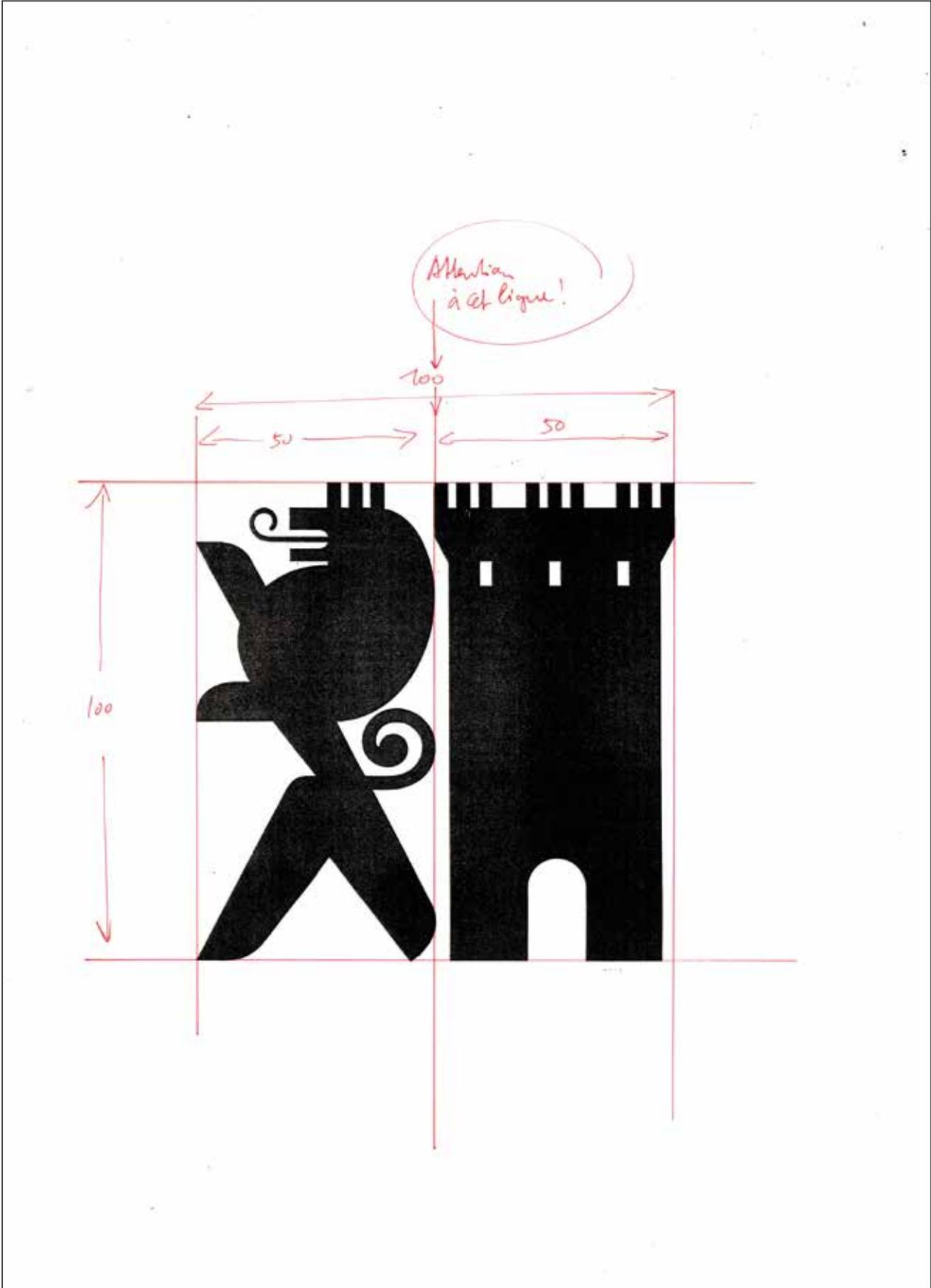
10. Lettre de François Barré à l'attention du Préfet de la région Provence-Alpes-Cote d'Azur, 29 juin 1990. Archives nationales 19950032/15.

11. Convention entre le Cnap et Anna

Monika Jost, 30 décembre 1990. Fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.

12. Anna Monika Jost, entretien avec l'auteur, 21 novembre 2018.





d'une tour. Le blason familial des Seigneurs de Sartoux, les Durand de Sartoux, est quant à lui divisé en deux partitions égales aux émaux différents, parti d'or et de gueules (rouge), un lion de sable (noir) couronné recouvre le tout. La tour de Mouans et le lion de sable des Durand de Sartoux sont par la suite associés sur un écu tranché d'azur et de gueules, la tour d'or se retrouve en chef à senestre (en haut à gauche), le lion en pointe à dextre (en bas à droite). C'est à partir de ce dernier blason que va travailler Anna Monika Jost en reprenant les symboles et les émaux.

D'origine suisse et formée à Zurich, la graphiste emploie une méthodologie de travail héritée du Style Suisse, lui-même basé sur les théories de l'art concret, chères à Honegger. Elle synthétise les formes des éléments dans un dessin construit sur des rapports de proportions précis, qu'elle structure à l'aide d'une grille inscrite dans un carré. Le logo est donc bâti sur des lignes, des surfaces et des couleurs et suit un principe géométrique clair dont les maquettes font état, en laissant, par exemple, apparaître les traits de construction. Cette simplification des éléments rappelle le travail d'un autre graphiste suisse venu travailler à Paris, Jean Widmer, notamment le travail pour les autoroutes de France réalisé au sein de l'agence Visuel Design avec Nicole Sauvage, et plus particulièrement les étapes d'élaboration du pictogramme pour la ville de Lyon, qui permettent de saisir le processus créatif de la simplification d'une forme, processus inévitablement opéré par Anna Monika Jost également.

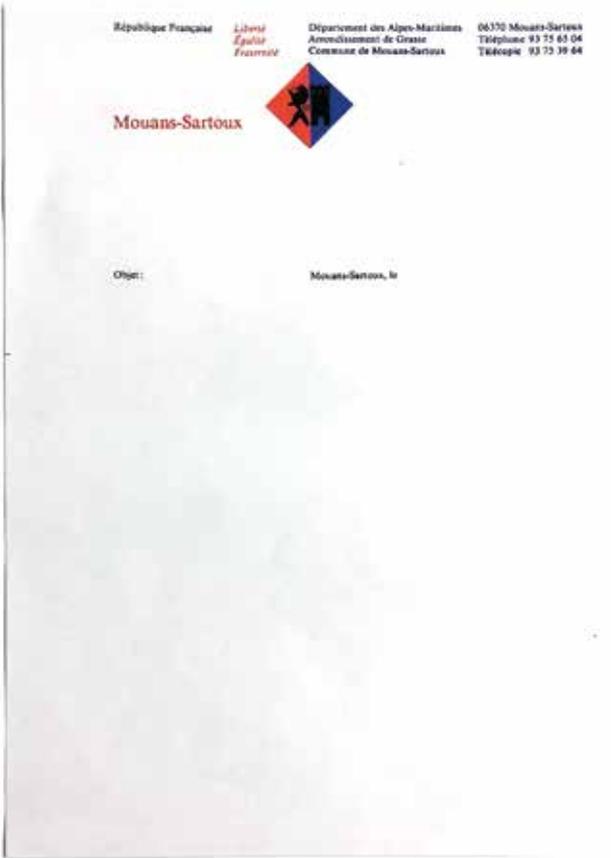
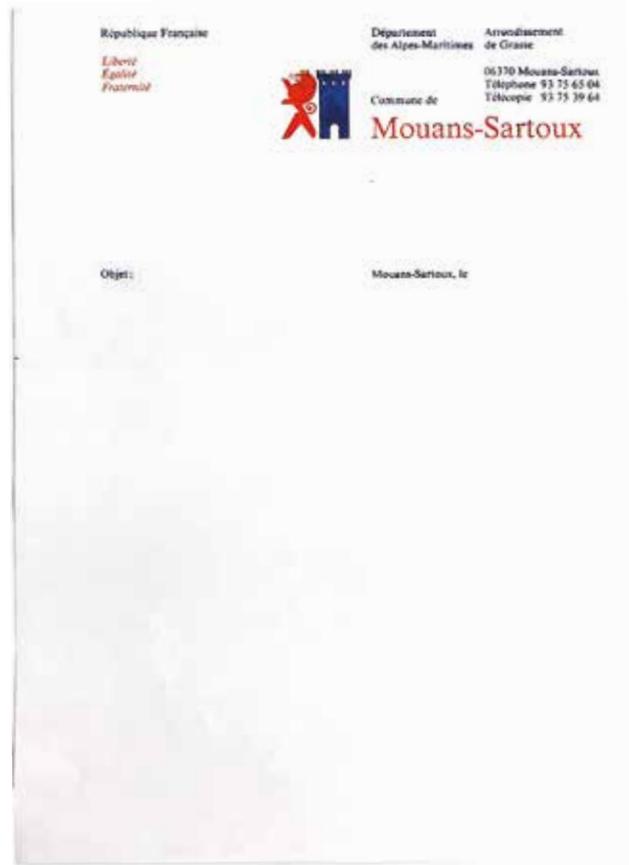


« Évolution d'un pictogramme ». Détail de la page 55 du catalogue Jean Widmer, Villeurbanne : Maison du livre, de l'image et du son ; Éditions du Demi-Cercle, 1991.



Anna Monika Jost, maquette du logo de Mouans-Sartoux, collages, feutre, crayon bleu sur carton blanc. FNAC 91720 (1).

Anna Monika Jost, maquettes pour le logo et le papier-en-tête de la commune de Mouans-Sartoux, collages, transferts par omnicroom sur papier, FNAC 91720 (8, 15, 23, 27).

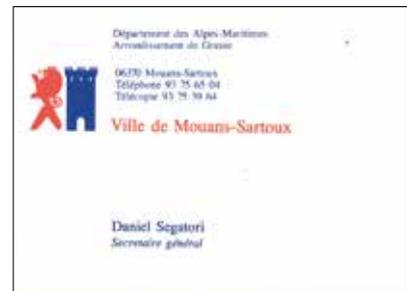


Carroll Maréchal, Le Château, le Lion et la Tour. Anna Monika Jost, une graphiste suisse à Mouans-Sartoux. , janvier 2019.

Les différentes maquettes du logo montrent les hésitations de la graphiste d'inscrire les éléments centraux – le lion et la tour – dans une forme géométrique – un losange à angles droits plain ou tranché – rappelant l'écu original. Les maquettes de papeterie témoignent également des différentes explorations graphiques réalisées pour l'élaboration du logo définitif, pour lequel Jost opte finalement pour la simplicité : les éléments centraux ne s'inscrivent pas dans une tierce forme, mais constituent à eux seuls le signe qui peut-être utilisé en noir ou dans sa version en bichromie – le lion en rouge (Pantone© Warm Red) et la tour en bleu (Pantone© 293) – en écho aux blasons originaux. Les maquettes de papeterie montrent également les différentes étapes qui ont servi à hiérarchiser les informations et harmoniser les différents supports. La position du logo et du texte dans la page varie au gré des essais graphiques en fonction du signe et du corps typographique utilisés, mais également de la grille de mise en page adoptée. Avec ces essais, la graphiste tente de trouver la mise en page adéquate, celle qui sera la plus lisible, la plus fonctionnelle, et la plus équilibrée visuellement.

Élaboré à partir des formats standardisés DIN¹³, le graphisme du papier-en-tête est conçu sur une grille multi-colonnes (cinq colonnes) avec des marges asymétriques – le petit fond est équivalent à la largeur d'une gouttière, le grand fond à celle d'une colonne. La ligne de force est marquée par une gouttière assez large sur laquelle s'accrochent les deux blocs de texte dont la justification (l'un ferré à gauche, l'autre à droite) la souligne encore davantage. L'empagement¹⁴ laisse une place importante aux informations municipales, l'utilisation de tons directs permet quant à elle de donner une visibilité immédiate à l'en-tête. Cette mise en forme graphique se décline ensuite sur des cartes de correspondance, des enveloppes, et des cartes de visites. Ces dernières sont composées sur un format qui peut sembler atypique, car plus grand qu'habituellement¹⁵, mais qui s'inscrit dans la normalisation DIN préconisée par la graphiste pour l'ensemble des supports de l'identité¹⁶.

Si la graphiste reprend de nombreuses règles et méthodologies du Style Suisse, elle s'en détache toutefois, notamment dans le choix typographique qui, à première vue, surprend. D'une part, car il ne repose pas sur une linéale, préconisée par le Style international, mais sur l'utilisation d'un caractère typographique à empattements, le *Times New Roman*, dessiné par Stanley Morison et Victor Lardent en 1931. D'autre part, car ce caractère est utilisé plus volontiers pour des projets d'édition que pour des identités graphiques, il a en effet été créé dans ce but et plus particulièrement pour le texte courant des journaux. Ce choix inhabituel illustre pourtant bien la position de la commune de Mouans-Sartoux, tiraillée entre son histoire et son envie de modernisation.



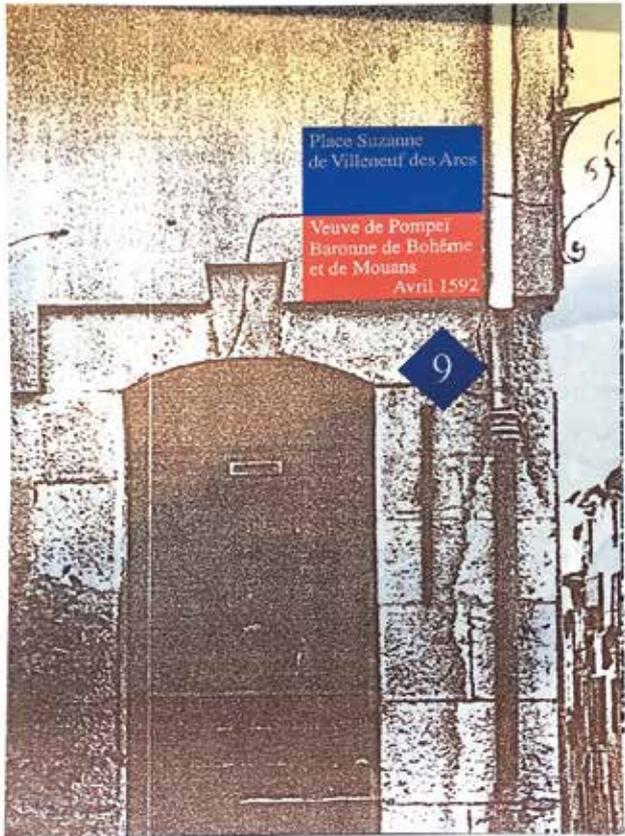
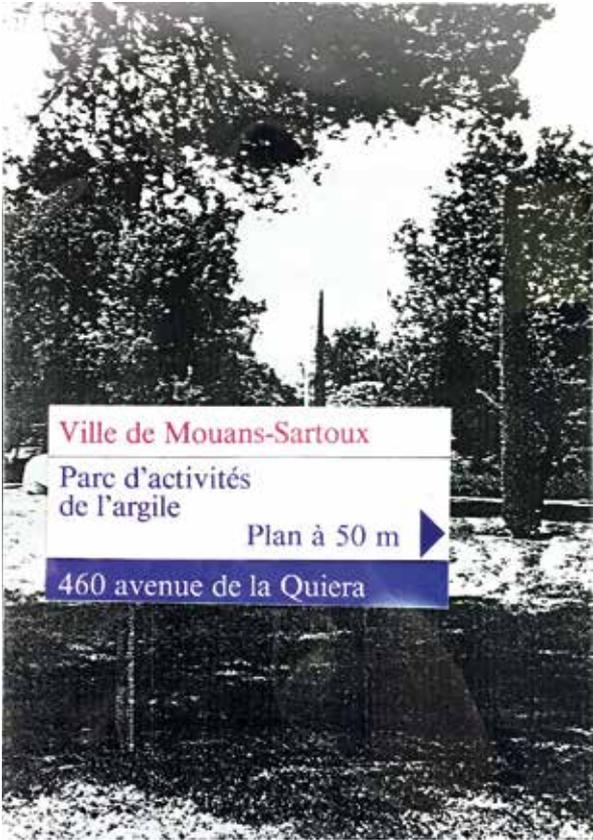
13. Le format standardisé DIN (*Deutsche Industrie Normen*) a été adopté en Allemagne en 1922. Il correspond à la série A (A4, A5, A6, etc.) de la norme internationale ISO 216.

14. L'empagement est la surface occupée

dans une page par la composition d'un texte ou d'un ensemble texte-images.

15. Ici les cartes de visite mesurent 105 x 75 mm (format A7), il est plus fréquent qu'elles mesurent 85 x 55 mm.

16. Voir le document d'Anna Monika Jost intitulé « Normalisation des formats. Norme DIN ». FNAC 91720 (21).



Les maquettes des panneaux signalétiques mettent en lumière cette association « classique/moderne » où l'utilisation de formes pures – rectangle, carré, losange – est associée au classicisme du *Times*. Le placement et l'alignement du texte sur les plaques de rue sont également originaux puisque placés en tête et alignés à gauche, alors qu'il est plus fréquent que l'ensemble soit centré.

L'identité se décline sur de nombreux supports tels que des affiches, des bulletins municipaux, des pin's, des tee-shirt, des banderoles, etc. Les nombreuses maquettes présentes dans la collection du Cnap rendent compte de ces déclinaisons et des projets annexes auxquels Anna Monika Jost a collaboré. Car si cette identité graphique s'inscrit bien dans le développement de l'Espace de l'Art Concret, elle ne s'y limite pas. Différentes maquettes montrent bien que cette commande dépasse le cadre strict de l'identité de la ville pour se déployer sur l'ensemble des événements, associations, missions qui y sont associés. Or, si la convention précise que la graphiste doit concevoir « une affiche type pour toutes les manifestations selon leur domaine (culturel, sportif, social)¹⁷ », les maquettes pour le Festival du Livre, ou celles pour l'Association pour l'animation du château (apac) en particulier (car accompagnées de déclinaisons sur papeterie), indiquent qu'elle a également dessiné et réalisé d'autres identités, ce qui pose inévitablement la question du cadre réel de cette commande, et par là même de la rémunération perçue par la graphiste. Reste que cette réalisation, à l'initiative d'un maire, est la première Commande publique d'identité pour une commune ; elle n'a donc certainement pas bénéficié du même accompagnement que les projets d'identité réalisés par la suite, notamment au niveau de l'élaboration du cahier des charges qui sera suivi à partir de 1992 par la mission du graphisme d'utilité publique à la Dap, et les conseillers pour les arts plastiques¹⁸ en régions.

Outre son caractère précurseur, ce projet est important à plus d'un titre du point de vue du champ du design graphique. Le grand nombre de documents conservés sur la phase d'étude en regard des autres commandes publiques de ce type permet de retracer le processus de création mis en place pour sa réalisation : étape essentielle pour une compréhension globale du projet, et plus largement de la profession et du travail de graphiste. Mais ce que révèle également l'étude de ce fonds, c'est une certaine histoire des techniques du design graphique. En effet, les techniques employées par Jost pour élaborer cette identité appartiennent à un autre temps, celui où l'ordinateur n'était pas encore un outil central de la pratique des graphistes. Certaines oubliées aujourd'hui, comme l'omnicrom¹⁹ utilisé dans une grande partie des maquettes de Jost, sont pourtant fondamentales pour appréhender et saisir le résultat final. Les photocollages, impressions monochromes,

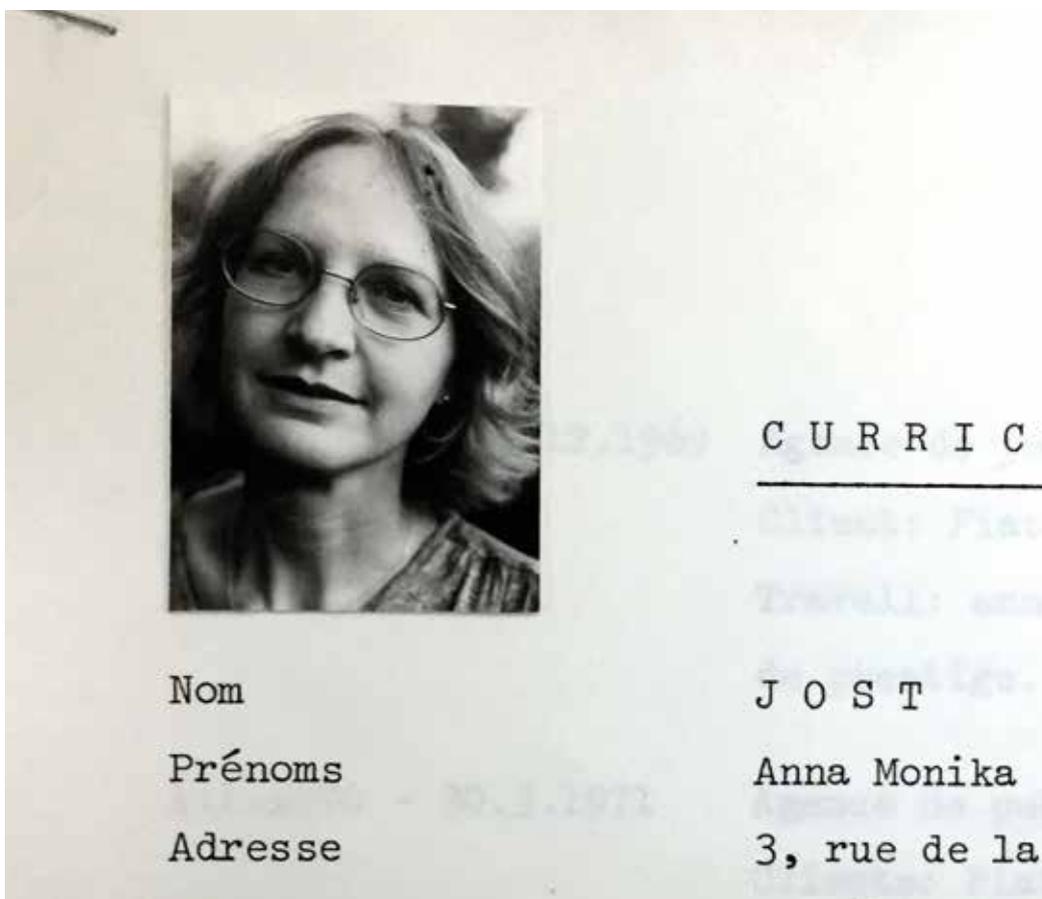


Anna Monika Jost, maquette pour l'affiche du Festival du livre de Mouans-Sartoux, 1991, collage, photocopie monochrome noire, photocopie monochrome rouge, transfert par omnicrom. FNAC 91720 (88.5).

17. Convention entre le Cnap et Anna Monika Jost, signée par les deux parties, 30 décembre 1990, fonds documentaire de la Commande publique, Cnap.
18. Aujourd'hui nommé-e-s

Inspecteur·trice·s et conseiller·ère·s de la création, des enseignements artistiques et de l'action culturelle (ICCEAAC)
19. L'omnicrom est une machine de transfert de couleur. Elle permet d'ajouter

de la couleur à une photocopie ou à une impression laser, en utilisant uniquement la chaleur et la pression, l'image noire est transformée en une copie couleur.



transferts à chaud par omnicrom, ou rehauts de peinture, sont autant d'éléments qui permettent d'étudier la matérialité du processus de création. Il est d'autant plus essentiel de les conserver à l'heure où ce processus semble de moins en moins accessible. En effet, sa matérialité est difficilement saisissable avec des fichiers numériques effaçables et jetables, dont la conservation pose de multiples questions, et dont l'intérêt d'archivage n'est pas toujours perçu par les graphistes eux-mêmes.

Enfin, s'intéresser à cette commande c'est également l'occasion de découvrir et de réhabiliter une figure féminine méconnue du design graphique qui a participé pleinement au courant suisse venu à Paris à partir des années 1950²⁰. Collaboratrice de Roger Tallon, Tomás Maldonado ou Walter Ballmer, Anna Monika Jost a largement contribué à une production visuelle de qualité à partir du milieu des années 1960, que ce soit au sein d'Olivetti, de l'UNESCO, ou pour Prisunic, la SNCF et FIAT.

20. Voir le catalogue d'exposition
Les Suisses de Paris, Zürich :
Museum für Gestaltung, 2016.