

étapes ■ design et
■ culture visuelle



FRANCE
6-188 janvier 11
mensuel - 10,70 €
www.etapes.com

Les Graphiquants

■■■ Par Caroline Bouige

PARIS, STUDIO CRÉÉ EN 2008
ROMAIN RACHLIN, MAXIME TÊTARD, FRANÇOIS DUBOIS ET CYRIL TAIEB
WWW.LES-GRAPHIQUANTS.FR



Comment se sont formés les Graphiquants ?

R : Maxime et moi nous sommes rencontrés sur les bancs des Arts décoratifs de Paris. L'enrichissement apporté par notre diplôme à quatre mains a nourri l'idée

d'un atelier. Cyril est avant tout un ami qui a toujours été attentif aux questions soulevées par mon cursus en arts appliqués. Après cinq ans passés comme responsable de production d'une société de produits design,

il s'est imposé comme la troisième tête des Graphiquants. **M :** Après un parcours professionnel très "sérieux" et des études de statistiques appliquées, François, notre voisin de palier, a créé sa société spécialisée dans le multi-

média. Nous avons commencé à collaborer avec lui sur des projets web avant de lui proposer d'intégrer l'équipe.

Quels avantages votre structure (2 graphistes, 1 responsable multimédia, 1 responsable communication et production) apporte-t-elle ?

R : Maxime et moi rêvions d'une structure capable de porter nos envies d'auteurs. Mais une structure inscrite dans une économie viable. Les avantages de celle que nous avons mise en place sont en train de se dessiner. Privilégier notre indépendance artistique reste à la base de toute décision. Une partie de notre temps est consacrée aux commandes privées, qui assurent 70% de nos revenus. C'est sur ces projets que notre organisation prend tout son sens.

F : Nos clients retrouvent dans notre équipe une organisation proche des agences : DA, webdesign, gestion de projets web et suivi de production. Nous sommes organisés pour répondre aux besoins actuels du marché avec une équipe multidisciplinaire œuvrant sur de nombreux médiums. Nous avons ainsi la maîtrise en interne des projets, de la conception à la réalisation.

M & R : Cette force vient de nos différences, mais notre vision et nos sensibilités se rejoignent. Nous nous efforçons d'amener le graphisme sur des sujets qui lui étaient étrangers en privilégiant un travail de qualité, quel que soit le commanditaire.

Certaines réussites (concours, appels d'offres) sont-elles dues à la présence d'interlocuteurs non graphistes ?

C : La majorité des appels d'offres remportés concernent les domaines de la culture. C'est ici la qualité des propositions graphiques et créatives ainsi que la didactique qui sont plébiscitées. Lorsque nous approchons d'autres secteurs d'activité, les commanditaires sont d'autant plus convaincus par nos propositions qu'on leur apporte un discours proche des codes traditionnels de la communication. Cet

équilibre rassure les clients. **R :** Grâce à Cyril et François, nous pouvons accorder un temps précieux à l'expérimentation. Cela profite à notre concentration, l'esprit et les mains sont consacrés à la matière graphique. Cette structure offre une rigueur de travail qui nous a permis de reconquérir nos acquis sociaux : 1 jours fériés, week-ends, vacances, sont entrés à l'atelier avec l'arrivée de François.

Comment travaillez-vous ensemble ?

R : Nous adaptons notre structure en fonction et travaillons à un, deux, trois ou quatre selon l'envergure du projet. Solliciter Cyril sur notre travail d'auteur nous a permis de mettre en place une exposition, des éditions et une structure pour la diffusion : la Graphique. Notre travail de graphiste plasticien sur les projets culturels reste un domaine réservé aux graphistes. Nous ne sommes pas un seul cerveau à quatre mains et notre manière d'aborder les sujets diffère. Bien heureusement, ces deux fils de pensée finissent toujours par se rejoindre et c'est souvent à cet endroit que débute le projet.

Notre travail de communicants avec les commanditaires privés s'appuie sur les capacités d'organisation de François. Il est le contrepoint idéal dans notre relation avec le client et nous permet d'amener des entreprises ou des marques vers une image ou des concepts de communication moins bali-

sés, éloignés des contraintes imposées par le marketing. **M :** Pour les projets Internet, c'est surtout avec François que nous travaillons. Nous assurons la DA en prenant soin d'inscrire notre empreinte graphique. L'avantage, c'est que nous sommes en discussion permanente avec lui et que nous repoussons parfois les contraintes techniques du Web !

Quels sont les studios et les graphistes qui vous ont le plus influencés ?

M & R : Nous sommes des enfants de Grapus, et plus particulièrement de François Miehe, qui nous a tous les deux suivis durant notre scolarité. Nous admirons leur engagement politique de contestation par l'image. Nous portons un regard attentif aux M/M (Paris) pour leur innovation plastique, et un amour infini pour Karel Teige. Nous apprécions unanimement le travail d'Helmo.

Centre Pompidou Paris, Metz, CNAP... Les collaborations avec le monde des arts et de la culture se multiplient. Comment l'expliquez-vous ?

R : Notre studio a intégré dans son économie, la récurrence de projets culturels comme moteur affectif. Se retrouver face à des interlocuteurs qui comprennent et respectent notre métier est une vraie source de plaisir. **M & R :** Aujourd'hui nous pouvons seulement constater la manière dont se sont déroulées les choses : le Centre Pompidou-Metz est la première grande institution à nous avoir fait confiance. Claire Bonnevie, éditrice du centre, nous a invités à concourir pour le catalogue de l'exposition "Chefs-d'œuvre?". Puis nous avons participé et gagné l'appel d'offres pour la signalétique de l'exposition. Notre rencontre avec la scénographe Jasmin Oezcebi à Metz nous a amenés à l'appel d'offres pour Mondrian-De Stijl au Centre Pompidou-Paris. Le CNAP nous a appro-

chés après avoir vu notre travail sur le Familistère de Guise, porté avec Sabine Rosant pendant trois années. **M :** Nos travaux personnels de recherches alimentent un besoin de nouveauté et de créativité vitale, les résultats bruts que nous obtenons sont canalisés et réinterprétés dans nos travaux de commande. J'imagine que cette démarche sensibilise naturellement plus les interlocuteurs du monde des arts.

Comment vous organisez-vous pour trouver une rentabilité dans la dynamique des appels d'offres ? Avez-vous une charte éthique ?

C : Une charte éthique, oui. Nous sommes très attentifs aux positionnements d'institutions comme le CNAP contre le travail non rémunéré. Nous nous permettons aujourd'hui de refuser les appels d'offres sans dédommagement. Mais pour être tout à fait honnête, nous avons commencé par accepter ce qui venait en assumant les risques financiers... **M & R :** Un des deux graphistes prend la responsabilité de l'appel d'offres et développe les propositions. La plupart des dédommagements accordés ne couvrant pas la totalité de notre investissement, les trois autres Graphiquants assurent le roulement des projets en cours et subventionnent d'une certaine manière cette prise de risque. C'est un équilibre qui permet d'assurer la rentabilité.

Votre travail est empreint de considération tactile (pliages, découpages, 3D, crayonnés...). La patte Graphiquants ?

M & R : Notre grand projet de fin d'études s'attachait à la conception d'objets de diffusion et de communication pour un collectif de troupes de théâtre. Nous nous sommes prêtés à un jeu de mise en scène de l'espace papier. Nous imprimions une composition que nous prenions en photo après toute une série de décou-

pages, de superposition et de mise en lumière. Nous avons envie de montrer au spectateur la scène brute de notre travail tout comme il assisterait à une représentation théâtrale. L'affiche est une scène, une fenêtre sur un lieu, un moment, une lumière, avec sa magie et ses maladrotes. Ce rapport entre l'objet et l'image est resté primordial. Nous ne sommes définitivement pas des illustrateurs, mais des metteurs en scène. Il nous faut du vivant, nous n'inventons rien, nous assemblons dans un cadre. Toutes nos polices sont en réalité des objets avant d'être des lettres, nos photos sont des décors, et le graphisme chorégraphie ces acteurs.

Comment tirez-vous parti de la qualité d'impression et de fabrication ?

M & R : Notre formation à l'ENSAD nous a permis d'expérimenter toutes sortes de médiums. De la sérigraphie à la photographie en passant par la gravure ou même le textile. Ce rapport au toucher, à la manipulation, à la qualité d'une couleur occupe une grande place dans notre écriture. Le travail sur le Familistère de Guise prend son sens une fois sérigraphié sur un panneau en acier. Les blancs tournants du catalogue *Chefs-d'œuvre* ? ne s'incarnent que dans le Munken Print et son grain si présent.

C : Nous sommes aussi exigeants dans la production que dans la création. À ce titre, nous ne laissons pas la main au client sur la production et insistons sur le budget alloué pour un rendu de qualité. Nous sommes prêts à réduire nos honoraires au profit d'un investissement plus important sur la fabrication.

Quatre garçons ! Ce n'est pas un peu compliqué parfois ?

C & F & M & R : Pour le déjeuner, c'est plutôt pratique : quatre cheese-burgers saignants !

Les mouvements artistiques dont vous êtes proches ?
M & R : Le Bauhaus mixé au dadaïsme en passant par le surréalisme d'un pop art en niveaux de gris.

Les Graphiquants

Les Graphiquants

Un livre inoxydable ?
 M : ABZ, Alphabets, graphismes, typos de Julian Rothenstein et Mel Gooding, chez Autrement.
 R : Catalogue du XX^e Festival international de l'affiche et du graphisme de Chaumont (éditions Pyramyd, 2009).



Ensemble de la double page. Kamchatka. Communication visuelle de la galerie Kamchatka (Paris 3^e) pour toutes les expositions de 2007 à 2010, regroupant une dizaine d'artistes.



Ci-dessus. Folding. Affiche de l'exposition "Folding| Papier-Machine" réunissant l'ensemble des artistes de la galerie. 2010. Composition de papier photocopié et découpé.

En bas, à gauche. Hybrid Territories. Affiche de l'exposition de trois artistes, Joan Ayrton, Gregory Chatonsky et Bas Zootjens. 2010.

LA DISPARITION DES CORPS
 8.09.09 - 17.10.09
 Artiste invité : Nicolas Delprat
 Commissaire d'exposition : Christian Anacleto



VERNISSAGE
 Mardi 8.09.09
 19h30

Disparition des corps. Affiche de l'exposition de deux artistes, Rachel Labastie et Nicolas Delprat. 2009. Création d'une typographie.



Une citation sur l'image ?
 M : L'image est une vérité à ménager. (Les Graphiquants)
 R : Peut-on mettre le texte en plus gros, plus rouge ? (Un client.)

Les Graphiquants

Votre film culte ?

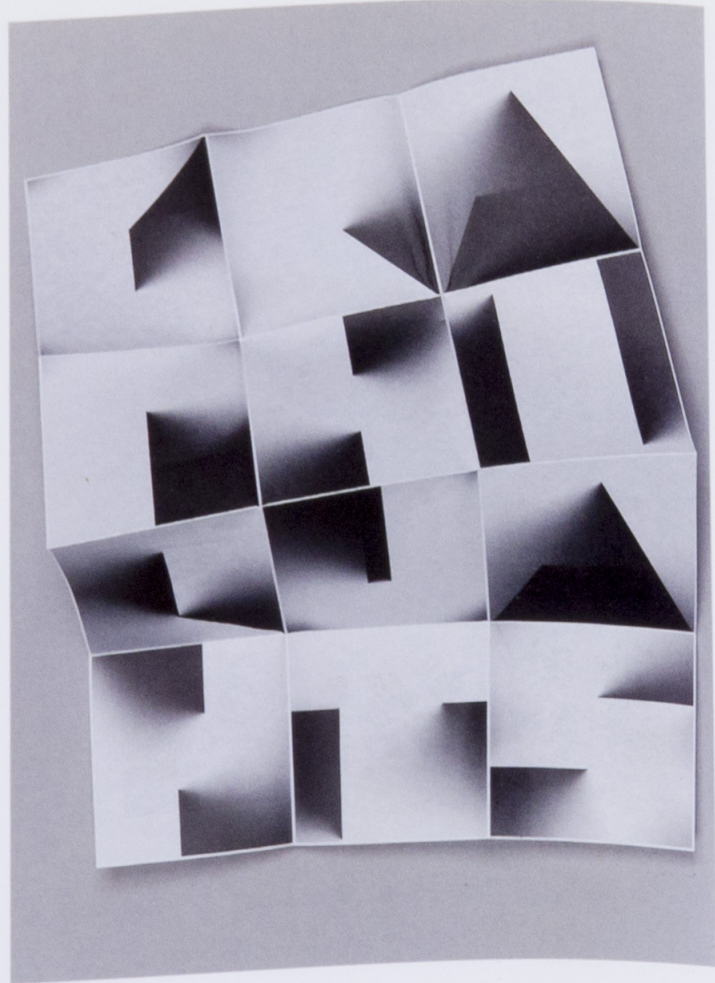
M : Nous les vivants (Roy Andersson, 2007).

R : Louise-Michel (Custave Kervern, Benoît Delépine, 2008).



Ci-contre.
Dépliant du portfolio
des Graphiquants.

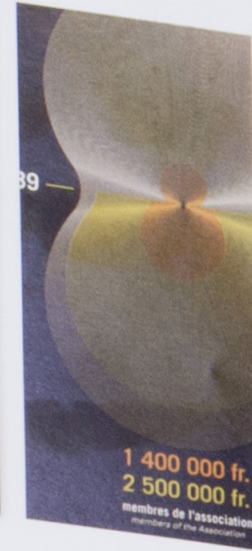
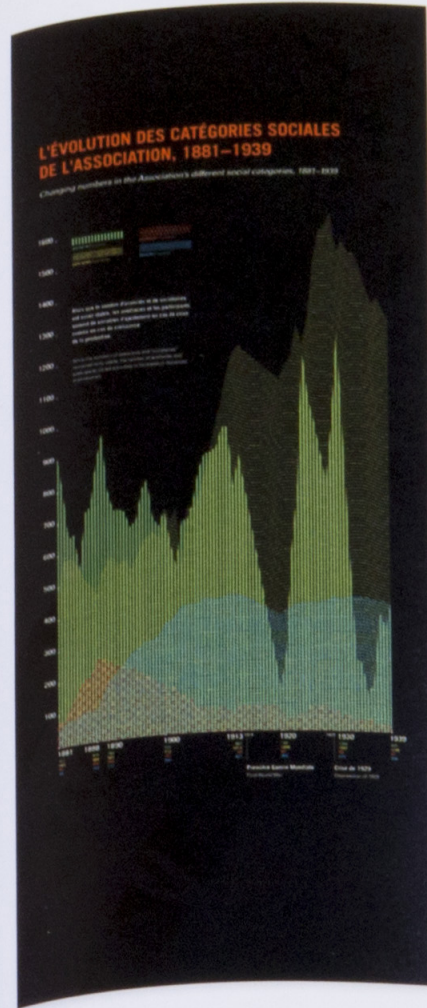
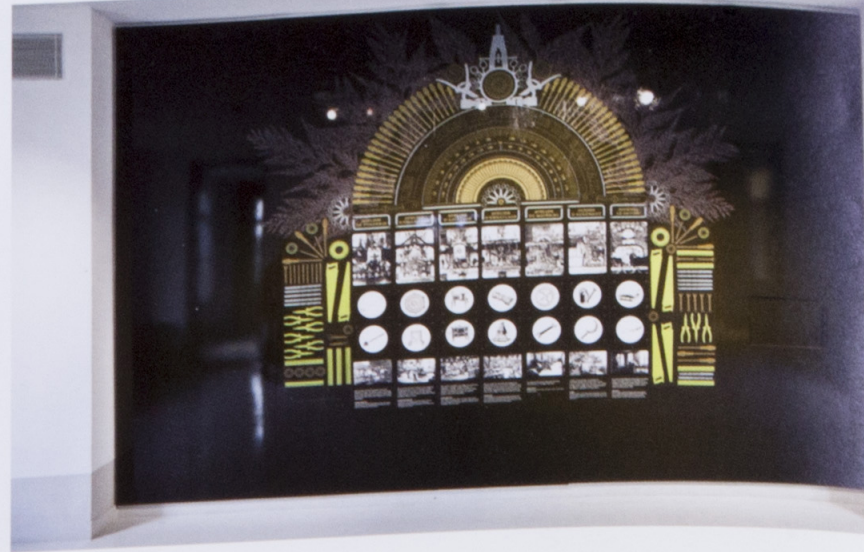
Ci-dessous.
Metrobus - Floating.
Collaboration initiée
par François Kenesi.
Metrobus/Médiateur
nous propose d'inventer
les espaces publicitaires
non vendus. Le projet
réside dans la pure et
simple représentation de
ce dont il s'agit : un papier
plié, déplié, sans message,
sans échelle.



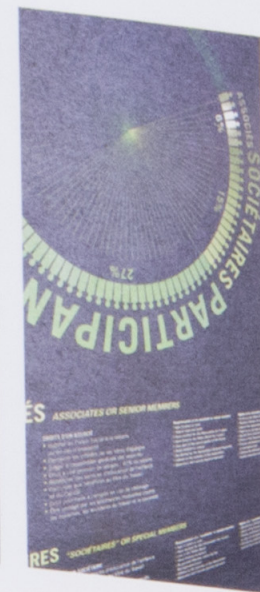
Les Graphiquants

Familistère de Guise,
2010.
En collaboration avec
Sabine Rosant,
signalétique
d'exposition et
d'orientation.

Ci-contre et page
de droite. En bas.
Vues de l'exposition.



Avez-vous une devise ou un conseil pour le lecteur ?
Penser et rechercher un chemin dans différentes directions. Ne pas se limiter à un seul point de vue. Se demander parfois,
au moins une fois, si sa manière de penser et de procéder est valable en elle-même et pas uniquement car on y est habitué.



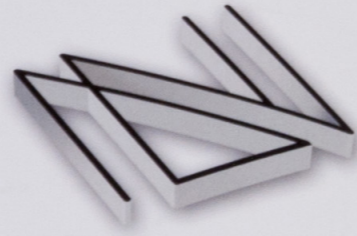
Ci-dessus.
Familistère de Guise,
2010.
Exercice didactique par
où la recherche d'une
dimension pédagogique
a dû, pour chaque thème,
aller à la rencontre des
données scientifiques
et historiques - tels
des tableaux de chiffres
ou des diagrammes
statistiques - pour
éveiller, interroger,
expliquer, s'identifier,
raisonner, "jouer avec".
Chaque illustration est
le fruit de cette immense
complexité et vient
s'inscrire avec un souci
d'évidence et de simplicité
constant dans l'univers
graphique dense et varié
de l'utopie de Godin.

Les Graphiquants

Les Graphiquants

Si vous n'êtes pas graphistes, que feriez-vous aujourd'hui ?
 M.: Homme de chambre.
 R.: J'ai fait un semestre à la fac de médecine avant de changer de voie. Donc, en idéalissant, chirurgien.

Mondrian De Stijl.
 Conception graphique de la signalétique de l'exposition "Mondrian De Stijl" au Centre Pompidou Paris, 2010. Conception d'un titre en volume créé par des jeux de lumière et d'ombres portées. Le tracé noir sur la tranche de chaque lettre fait référence au style de Mondrian et à celui de De Stijl.



étapes:

ABONNEMENT

Professionnels et particuliers

3 numéros d'essai (3 mois)

France métropolitaine 23 € TTC

10 numéros (10 mois)

France métropolitaine 104 € TTC
 CEE et DOM-TOM 130 € TTC
 autres pays 149,50 € TTC

20 numéros (20 mois)

France métropolitaine 147 € TTC
 CEE et DOM-TOM 198,50 € TTC
 autres pays 238 € TTC

Étudiants, demandeurs d'emploi
 fournir impérativement un justificatif

10 numéros (10 mois)

France métropolitaine 79 € TTC

20 numéros (20 mois)

France métropolitaine 119 € TTC

Abonnements groupés (10 mois)

x2 ex./mois 166 € TTC
 x3 ex./mois 231,50 € TTC
 x4 ex./mois 284 € TTC

x5 ex./mois 320 € TTC
 x ex./mois x 64 € TTC = € TTC

Les abonnements groupés sont uniquement valables pour la France, envoyés à un seul nom et une seule adresse, et concernent les salariés d'une même entreprise ou collectivité, et les étudiants d'une même école.

tournez la page

aux exclus de plus de la moitié des compétitions majeures.

tions. Un plan média comprenant expositions, publications dans des catalogues ou présence

compétition est assujettie à l'obtention préalable d'un autre prix parmi les plus cotés. La recherche des nominés s'effectue donc