

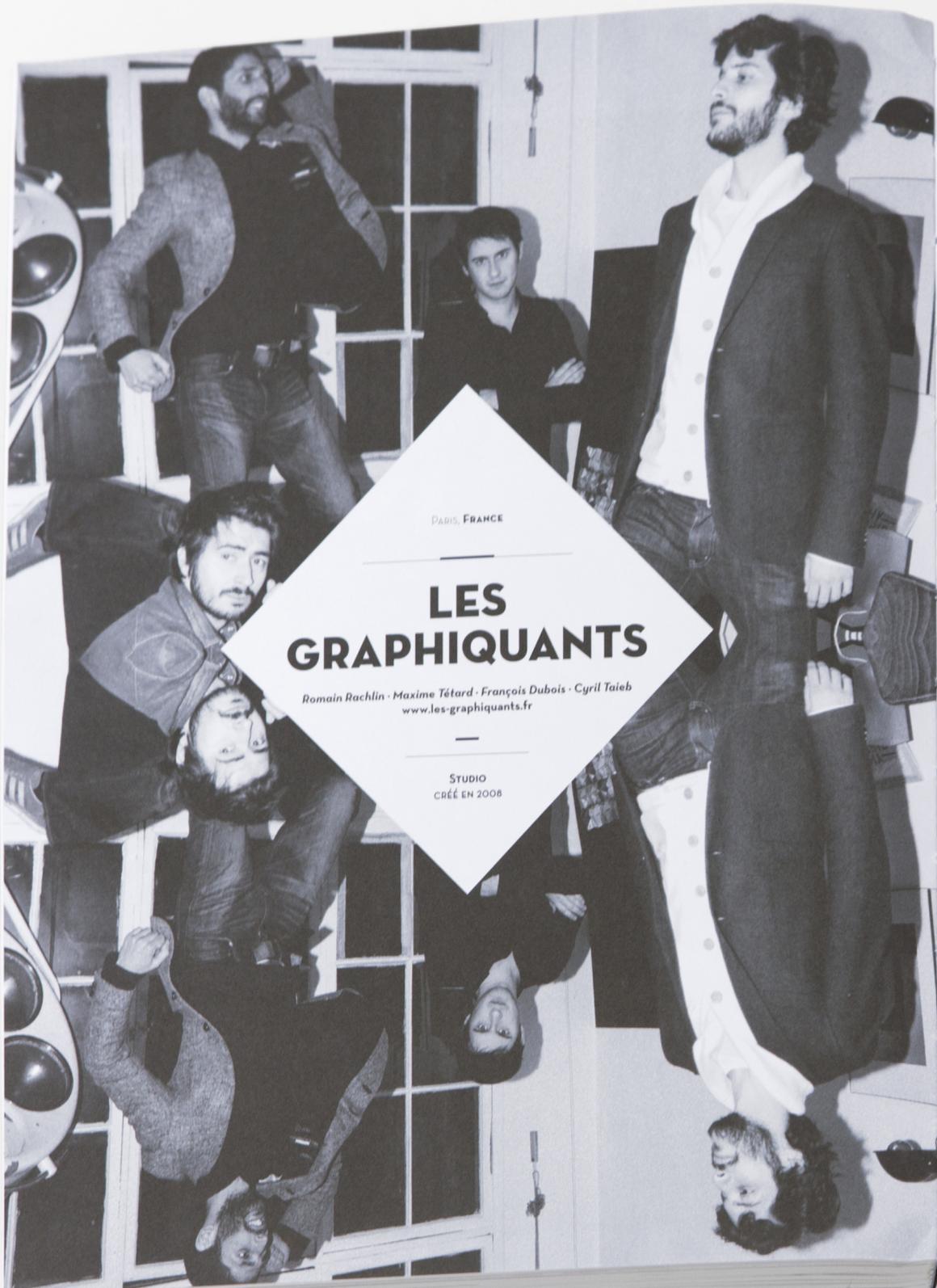
30  
STUDIOS

BY  
étapes:

30

PARADIGM

LE DESIGN GRAPHIQUE DANS TOUS SES ÉTATS



PARIS, FRANCE

## LES GRAPHIQUANTS

Romain Rachlin · Maxime Tétard · François Dubois · Cyril Taieb  
[www.les-graphiquants.fr](http://www.les-graphiquants.fr)

STUDIO  
CRÉÉ EN 2008

### Comment se sont formés les Graphiquants ?

**ROMAIN :** 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.

**MAXIME :** Après un parcours professionnel très « sérieux » et des études de statistiques appliquées, François, notre voisin de palier, a créé sa société spécialisée dans le multimédia. Nous avons commencé à collaborer avec lui sur des projets web avant de lui proposer d'intégrer l'équipe.

### Comment travaillez-vous ensemble ?

**ROMAIN :** 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 Graphiquerie. 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 contrepoids 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 balisés, éloignés des contraintes imposées par le marketing.

**MAXIME :** 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 ?

**R & M :** 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 à Karel Teige. Nous apprécions unanimement le travail d'Helmo.

### Comment vous organisez-vous pour rentabiliser les appels d'offres ? Avez-vous une charte éthique ?

**CYRIL :** 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...

**R & M :** 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.

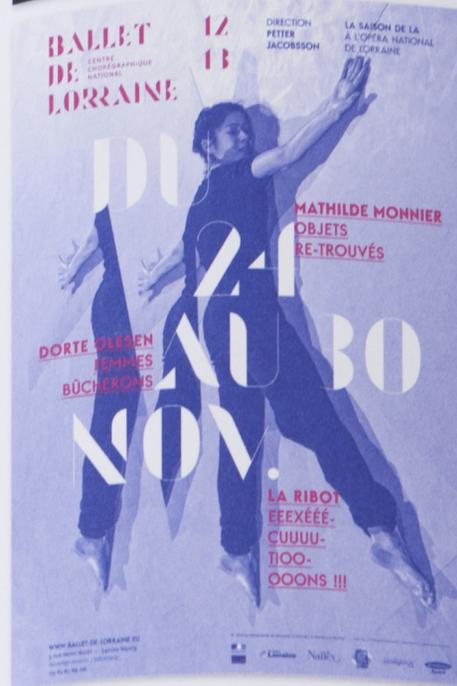
### Votre travail est empreint de considération tactile (plages, découpages, 3D, crayonnés...). Est-ce là la patte Graphiquants ?

**R & M :** 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 de superposition en photo après toute une série de découpages, 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 permet de créer une chorégraphie pour tous ces acteurs.

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

**R & M :** 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.

**CYRIL :** 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.



1 - METROBUS - FLOATING  
Collaboration initiée par François Kensi; Metrobus/ MédiaTransport nous propose d'investir 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.

2 - LE CENTRE CHORÉGRAPHIQUE DE NANCY - LE BALLET DE LORRAINE  
Conception et réalisation de l'identité et des événements de saison du Ballet de Lorraine. La nouvelle identité s'articule autour de la création d'une nouvelle typographie, la Lorraine. (© Les Graphiquants)



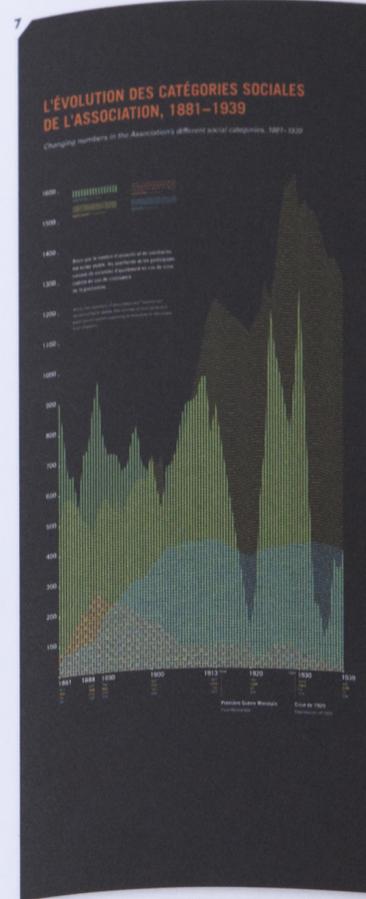
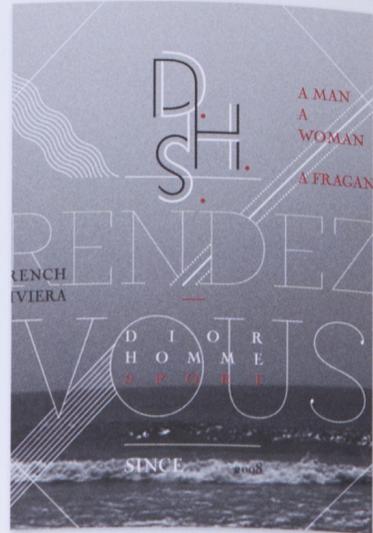
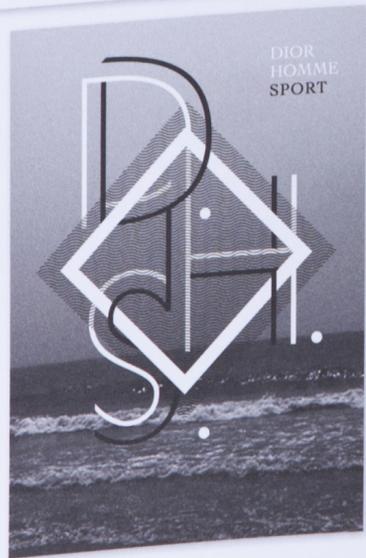
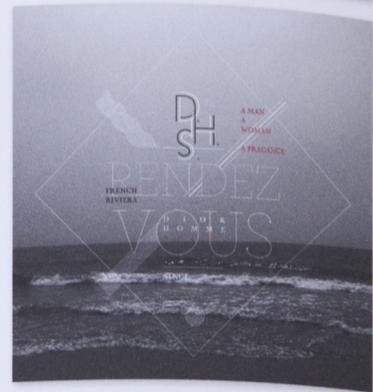
3 - COLLECTIQUE Série de natures mortes photographiques composée à partir d'objets et d'images collectés dans les tiroirs oubliés de l'atelier.  
4 - BIENNALE DE DANSE DE LYON 2012 Conception et réalisation de l'identité et des affiches de l'événement. Photographie : Agathe Riedinger et Fatina Faye.



9 - GERHARD RICHTER  
Conception graphique de la signalétique de l'exposition Gerhard Richter - Panorama au Centre Pompidou-Paris, 2012. Les lettres découpées dans un papier miroir. Ilou s'installent sur toute la largeur de la cimaise. Habillées d'un dégradé allant du noir à la lumière, elles posent une rime visuelle subtile sur le travail de l'artiste.

10 - ELLE DÉCO LAB Direction artistique du numéro 1 du Elle Déco LAB. Le magazine s'articule autour de six parties qui se distinguent par l'utilisation de typographies de titrage originales dessinées au sein de l'atelier.





5 - LES JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE Conception et réalisation de l'identité et de la déclinaison des supports de communication des journées européennes du Patrimoine. Utilisation d'une typographie originale créée par l'atelier La Barline. (c Les Graphiquants)

6 - CHRISTIAN DIOR Conception de visuels pour la campagne Dior Homme Sport.

7 - FAMILISTÈRE DE GUISE En collaboration avec Sabine Rosent, signalétique d'exposition et d'orientation. Exercice didactique pur où la recherche d'une dimension pédagogique a dû, pour chaque thème, aller à la rencontre des données scientifiques 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, 2010.

8 - CNAP Rapport d'activité du Centre national des arts plastiques (CNAP), 2009.

