



L’AFFICHAGE

« est l’application d’une surface de papier script dans un lieu public sur un support destiné à son émission, externe ou interne, ce qui en fait un média à part entière sans contexte rédactionnel. Panneaux muraux ou en chevalets sur les trottoirs, l’affichage extérieur fait partie du paysage de la vie citadine.

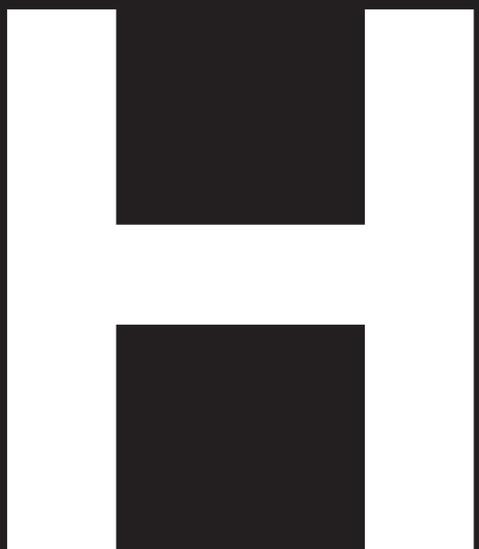


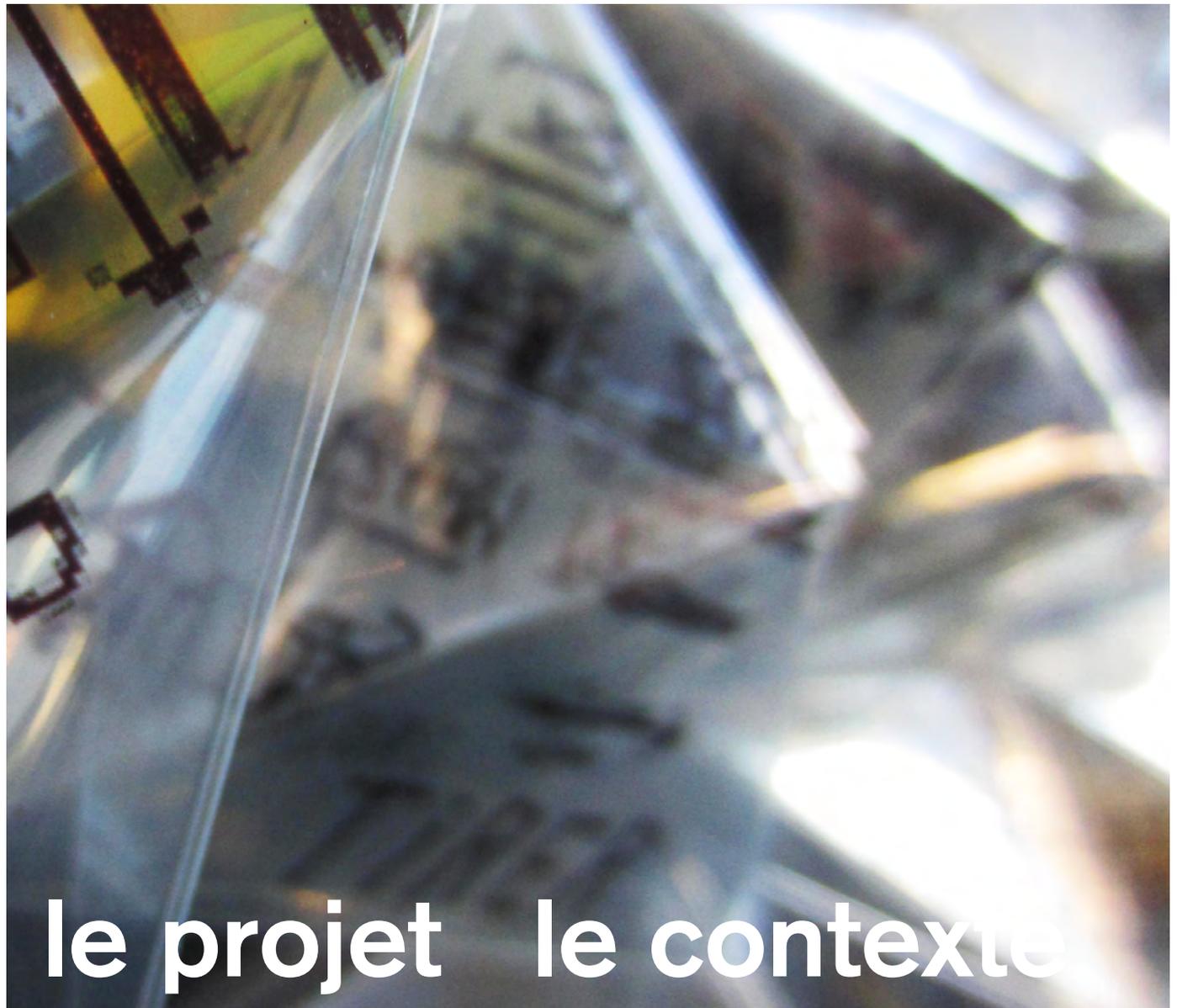
HISTORIQUE L’affiche a d’abord été utilisée, notamment au XVIIe siècle en Europe, pour placarder les annonces des crieurs publics : édits royaux, fêtes liturgiques, arrivage de marchandises. Avec la progression de la lecture dans la société, elle a été employée comme un moyen d’information et de mobilisation. Libelles et placards, feuillets volants souvent pamphlétaires, par contrainte étatique (censure) ou économique (peu de moyens, donc petite diffusion) ont su trouver un public en s’affichant sur les places publiques (clandestinement). Les caractères, alors de petites tailles, créaient ainsi des attroupements, par conséquent des débats, dont le contenu des affiches était le point de départ.



RÈGLEMENTATION Depuis, l’affichage fait l’objet d’une réglementation ancienne. La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, qui abrogea tous les textes antérieurs, fixa un régime très libéral, tout en garantissant les prérogatives de l’autorité publique (création d’emplacements réservés à l’affichage administratif, réglementation de l’affichage électoral, interdiction d’affichage sur les édifices publics). Puis, en 1902, 1910 et 1935, des lois assurèrent la protection des monuments historiques. L’acte dit « loi » du 12 août 1943, validé à la Libération, définit une réglementation spécifique applicable dans les lieux ne faisant pas l’objet d’une interdiction d’affichage, accordant de larges pouvoirs aux préfets afin de prendre en compte les circonstances locales. Le régime actuellement applicable résulte de la loi no 79-1150 du 29 décembre 1979, relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes, qui constitue, en droit français, la première approche globale de cette forme de publicité dans ses rapports avec l’environnement. Cette loi institue une réglementation autonome de la publicité dont elle définit l’objet et les instruments. Elle pose le principe d’une définition concertée de la réglementation par zone de publicité, sur la base d’un régime de droit commun détaillé et restrictif. Elle définit un régime mixte de sanctions administratives et pénales en cas de violation de la loi. Elle renforce enfin la protection des particuliers qui louent aux entreprises spécialisées des emplacements publicitaires². (voir aussi : affichage libre) Il est à noter qu’en France, il est fréquent que les afficheurs ne respectent pas la législation. »

WIKIPÉDIA, en ligne : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Affichage>, consulté le 10 septembre 2012.





le projet le contexte

« AFFICHER, C'est aussi RENDRE PUBLIC,

montrer ostensiblement [Figuré]. Synonyme étaler
Anglais to show »

« Le terme

**GUERILLA
MARKETING** a été lancé par le
livre éponyme de Jay Conrad Levinson, publié en 1984.
Il décrit un marketing non conformiste à petit budget. Le
terme est passé dans le langage pour décrire aussi les
méthodes non conventionnelles de marketing.

La Guerilla Marketing, tel que décrit par Jay Conrad Levinson lui-même est l'art d'exécuter des activités marketing de façon non-conventionnelle et sur un très petit budget (...)

Ce qui rend la Guerilla Marketing différent et si spécial, c'est qu'il a été conçu pour les entreprises de petite taille tel que PME et TPEs, mettant l'accent sur l'imagination plutôt que sur l'argent. Aujourd'hui, beaucoup de grands groupes comme Audi, Toyota, Smart ou Castorama utilisent régulièrement la Guerilla Marketing, notamment pour de la communication locale... »

WIKIPÉDIA, en ligne : http://fr.wikipedia.org/wiki/Guerilla_marketing,
consulté le 12 septembre 2012.

voir aussi :
LUCAS (Gavin), Guérilla publicitaire,
Paris, Pyramyd, 2011, traduction française 2011.



le cadre

Le projet consiste à prendre en compte un environnement urbain où l'affichage est devenu difficile, à déterminer géographiquement un contexte de communication dans la ville de Rennes pour faire connaître au plus près des habitants le festival **Cultures Electroni[k]**

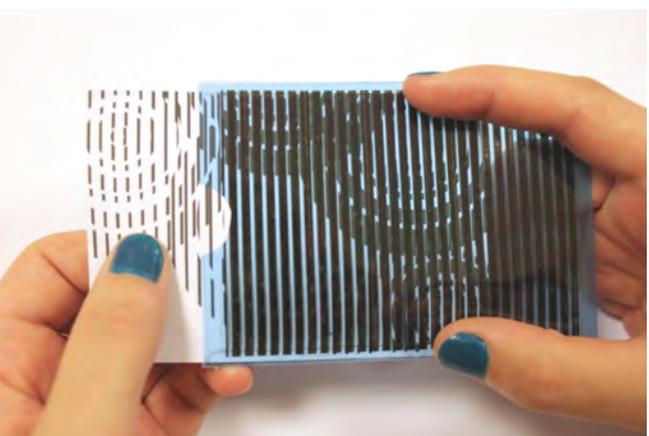
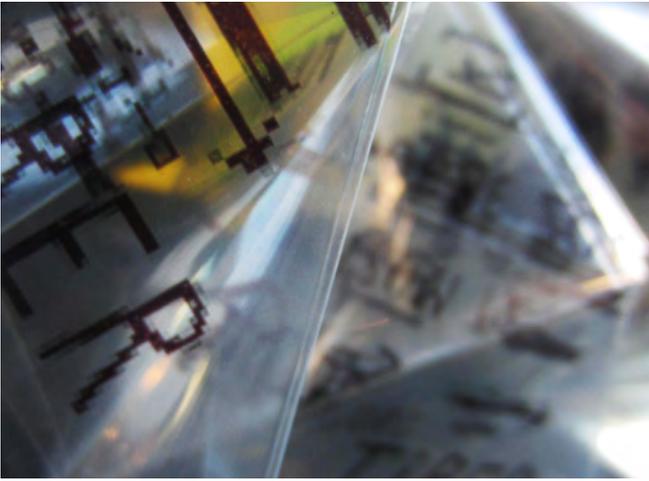
« Cultures Electroni[k] explore les croisements entre arts, musiques et technologies, repousse les frontières, décloisonne les propositions artistiques et les lieux investis pour connecter des mondes, des univers et des publics le temps d'un festival unique (...)

Cultures Electroni[k] secoue avec enthousiasme nos perceptions, encourage de nouvelles relations culturelles et accompagne les publics, dans toute leur diversité, vers des découvertes poétiques, des pratiques innovantes et des aventures inédites. »

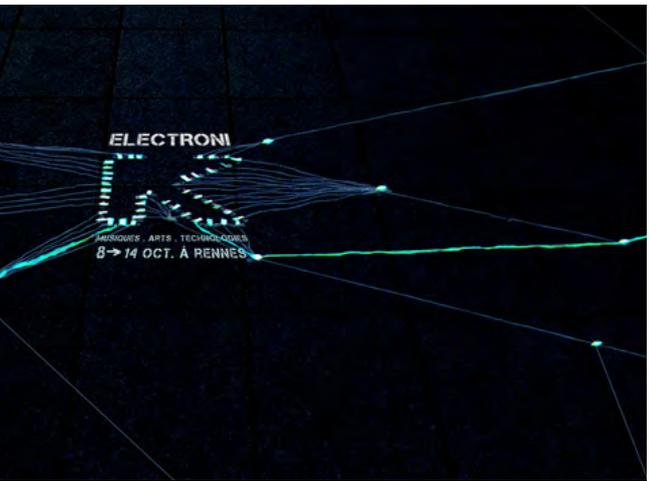
Pour les étudiants, il s'agit d'identifier un contexte, un problème de communication à résoudre et déterminer des stratégies de moyens à mettre en œuvre pour aboutir à des dispositifs graphiques traitant de manière cohérente, crédible et innovante, de la relation étroite entre l'utilisateur potentiel et une production qui fait véritablement sens...

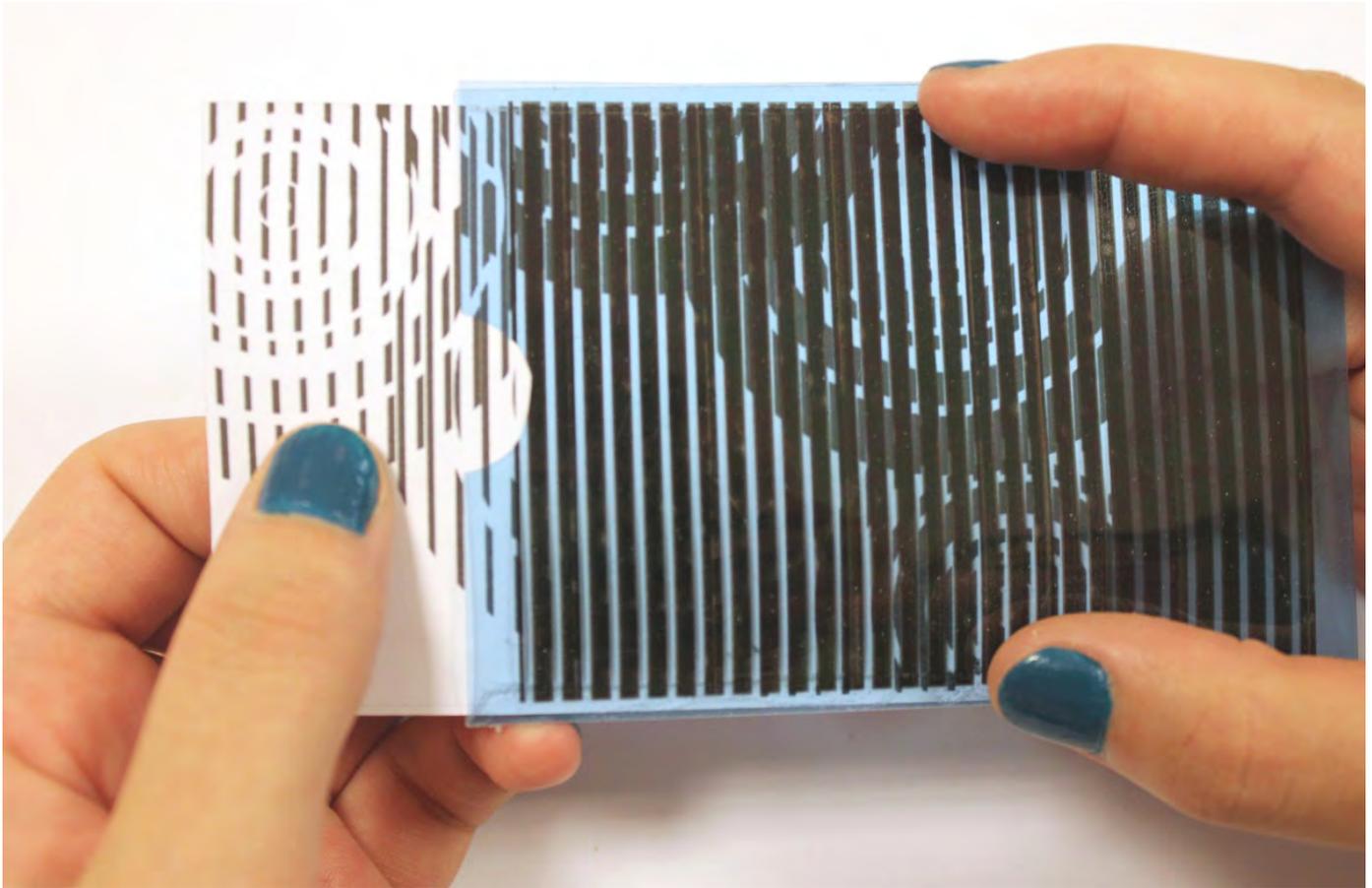
Ainsi, huit projets ont émergé de cette expérimentation et ont été éprouvés dans la ville de Rennes...

Yves Guilloux, Brice Garcin, enseignants
DSAA Rennes Bréquigny, déc. 2011



**D'ART
FI-!
CHE**



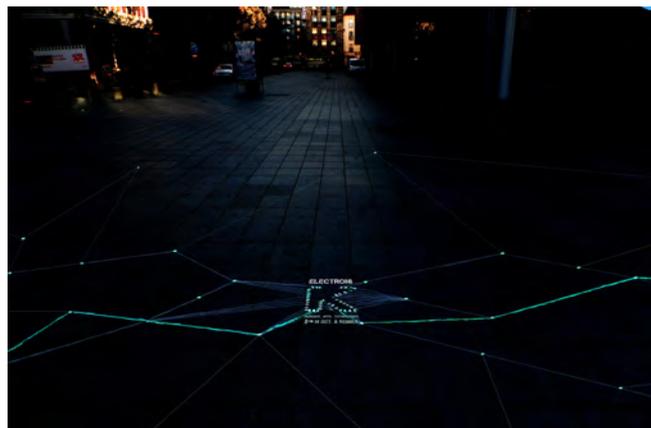
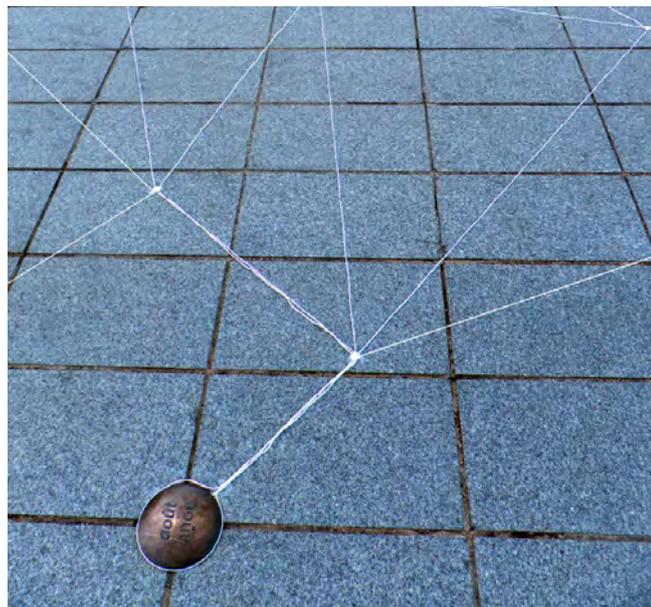


TECHNOLOGIE TACTILE

VALENTINE DESCHAMPS

J'ai voulu montrer un autre regard, un décalage poétique sur l'art numérique. En effet le festival ElectroniK n'est pas (uniquement) réservé aux aficionados de la musique électronique. Il tend à s'ouvrir à un public beaucoup plus vaste. Notamment les 50-60 ans, génération à la frontière, pratiquant l'outil informatique mais ayant des préjugés quant à l'art numérique. Afin que ces personnes s'approprient cette nouvelle culture, j'ai joué sur des détournements low tech de la technologie. En démontrant à cette génération que l'émerveillement de l'animation peut s'opérer avec peu de moyens, quelques coup de ciseaux et finalement peu de technologie. Afin de surprendre la cible dans ses habitudes, les éléments sont placés à disposition dans des commerces de proximité comme les boulangeries. Chacun emporte dans sa poche un porte-carte intrigant, aux couleurs bleutées du festival. À l'intérieur une carte comm'; au recto un motif abstrait faisant écho à l'univers de la musique électronique, au verso des informations essentielles sur le festival. La magie opère quand l'utilisateur retire le billet de sa pochette : aussitôt le motif prend vie ! Dans un esprit de collection, les différentes cartes peuvent s'échanger à l'infini comme un véritable jeu d'enfant...





HORS DES CLOUS

ALIÉNOR FERNANDEZ

Une invitation à la découverte, à l'exploration et à la poésie, le dispositif s'inscrit dans la place Charles de Gaulle et s'appuie sur le travail au sol de l'Oulipo, collectif d'exploration littéraire. Ces « chercheurs-poètes » ont créé à travers l'esplanade, une promenade de mots faites de clous gravés et alignés. Cette place incontournable pour les Rennais est donc un lieu-clé : celui de la convergence des cultures artistiques et littéraires, mais aussi numérique avec le cinéma, la Cantine Numérique et de la culture musicale avec la salle de concert Le Liberté.

En m'installant sur cette place et en détournant ces clous, j'ai choisi de surprendre le passant en apportant à son parcours quelque chose d'inhabituel. Il se retrouve tout à coup dans un espace nouveau formé de lignes blanches disposées en réseau étendu. Les lignes convergent vers le centre en invitant à en découvrir plus : le regard se porte instinctivement vers les informations relatives au festival, au centre de la composition. Les clous se prêtent naturellement au propos puisqu'ils évoquent, dans leur texte, la ville de Rennes, la fête et la rencontre.

Enfin, le tout revêt une dimension poétique qui séduira les moins technophiles : à la tombée de la nuit, une partie du réseau devient phosphorescent, ce que j'ai rendu possible par l'utilisation de scotch spécifique. Relevé par le contexte du poème au sol, le tout évoque plusieurs facettes du festival unique qu'est Electroni[K], entre convergence des savoir-faire et découverte poétique de la culture électronique.



VÉLOCITÉ SONORE

SULEYMAN YAZKI

Le projet prend la forme d'un objet de médiation propre aux enjeux culturels liés aux arts électroniques.

Le support choisi est un ensemble d'origamis qui s'adaptent aux poteaux de la gare de Rennes afin de créer une composition musicale. Ici il s'agit de signifier l'échantillonnage dans un rapport de composition structuré et mis à la disposition de la cible. Cette mise en place est une manière de repenser des sons ré-investis, ré-introduits et ouverts à la manipulation et l'expérimentation dans un milieu urbain.

Le public ciblé ici se définit par une tranche d'âge de 10 à 50 ans avec un cœur de cible de 20 à 30 ans. En s'appuyant sur les observations de ces tranches d'âge, on peut constater des modes de déplacements communs. L'utilisation des différents moyens de transport s'inscrit dans la journée type du public visé. Par conséquent, l'installation in-situ devient un choix pertinent dans la mise en place du « partage musical » de l'événement.





CULTURE ÉLECTRONIQUE

AURÉLIE CAS

Le dispositif de guérilla marketing établi consiste en l'application de flyers « Cultures Electroni[K] » comme greffes sur les différents buissons des places publiques principales de la ville de Rennes, permettant ainsi de mettre en avant une éventuelle connexion entre deux mondes: la nature et l'électronique. Jouant sur les termes « Cultures Electroni[K] » et « Culture électronique », l'installation évoque ainsi l'omniprésence, durant toute la durée du festival, de l'électronique dans la ville.

La création de feuilles d'arbustes fluorescentes et aux motifs pixellisés viennent s'intégrer au sein du lieu et hybrider le quotidien d'une époque dans laquelle les nouvelles technologies sont omniprésentes.

La perturbation d'un lieu habituel va provoquer chez le passant des questionnements et va l'amener à venir ou non contempler de plus près ces feuilles. Acteurs de l'installation, certains d'entre eux ne feront que les regarder, d'autres les cueilleront et les laisseront tomber sur place telles des feuilles mortes jonchant le sol, tandis que des derniers préféreront les emporter avec eux afin de garder une trace informative du festival.



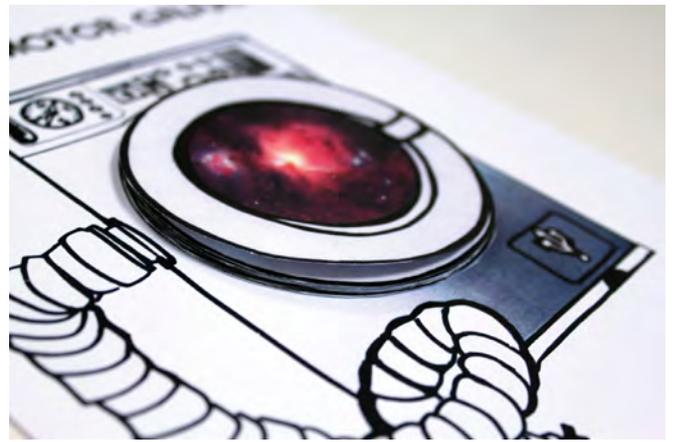


PROLIFÉRATION TECHNOLOGIQUE

MARIE MALARME

Le festival Cultures Electroni[k] s'affirme comme un événement unique, proposant un regard singulier et différent mais cherchant toutefois à ouvrir cet aspect inédit au plus grand nombre, même aux non-initiés de la technologie. Cette dernière est une forme émergente qui occupe une place de plus en plus importante dans notre société, et elle en devient même quasi envahissante ; pourtant elle n'est que rarement envisagée comme support au loisir, à l'art ou à la beauté mais est globalement utilisée à des fins utilitaires ou pratiques au quotidien, presque inconsciemment.

Le dispositif consiste en un réseau de flyers imprimés sur rodhoïde puis pliés afin de constituer des modules géométriques s'encastrent les uns dans les autres, se connectant tous ; cette forme hybride, cette excroissance parasitaire se déploie et se propage sur des endroits où la technologie est déjà présente quotidiennement sans pour autant être ostensible et évidente (comme par exemple des parcmètres ou des distributeurs de tickets - métro, train, etc.), mais où l'interaction avec le passant via l'interface de l'écran est directe et inévitable - cependant cette structure greffée ne se veut pas intrusive ni obstruante mais suggère une expérience inédite au passant. Il s'agit de faire remarquer à l'utilisateur ponctuel de la technologie que celle-ci lui est bien familière, et donc le convier à s'y intéresser de plus près d'une manière qui lui est totalement novatrice et différente...



PETITES ANNONCES ALAMBIQUÉES

JULIE PATAT

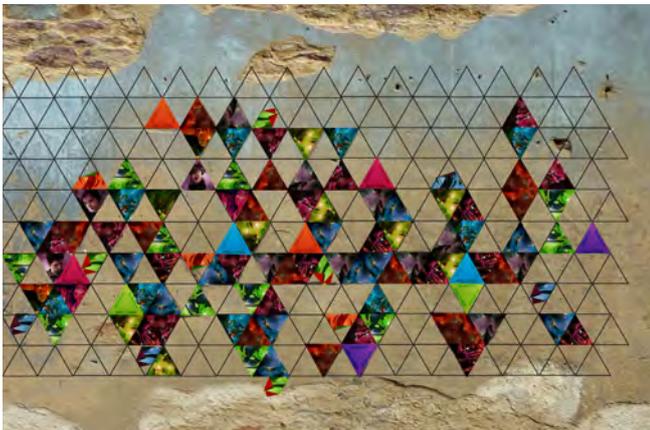
Bien que compliquée à première vue, la technologie est traitée de manière poétique et simple grâce à l'univers bricolé et low-tech du festival Electroni-K.

Les petites annonces alambiquées exploitent alors cette dualité en invitant un nouveau public à ce festival.

Hyperboliques, ces petites annonces invitent à pénétrer dans l'univers d'Electroni-K en amenant l'intéressé de ce qu'il connaît vers ce qu'il est invité à découvrir.

Ce basculement du connu vers l'inconnu est alors représenté par la parodie d'objets du quotidien rendus loufoques afin d'en dédramatiser leur aspect technologique.





VARIATIONS SAMPLÉES

ÉMELINE RODARIE

Le projet se compose d'une répétition d'un même motif créant des nuances, des variations, pour montrer la composition de la musique électronique, reposant sur ce même principe.

Les formes jouent sur des superpositions de plusieurs visuels : des effets de kaléidoscopes, des corps, des visages. Cette superposition montre deux aspects essentiels du festival, tout d'abord la nature électronique, puis la dimension humaine.

Chaque triangle est un flyer comportant les informations importantes sur le festival ELECTRONI[K] tel que la date, le site internet, les lieux... Les motifs reposent également sur un jeu de pliage pour inciter les gens à les prendre. Le jeu de pliage renforce les aspérités du mur, accentuant le contraste entre la composition et le support.



ÉCLIPSE

LAURENT HEUZÉ

J'ai utilisé le principe de « scanimation » pour créer une animation simple déclinable sur n'importe quelle porte automatique coulissante. L'animation représente la lune tournant autour du soleil que l'on peut voir sur l'affiche de Vincent Broquaire. Le principe étant que les gens déclenchent l'animation au moment où les portes s'ouvrent pour les laisser passer. L'animation est réalisée à partir de deux images fixes qui donnent vie à une autre, animée celle-ci, lorsqu'elles se chevauchent. Je voulais créer ce rapport entre 2D et 3D, fixe et animé, et écran et papier.

J'ai voulu m'adresser aux gens qui utilisent cette technologie simple tous les jours au point de l'oublier, grâce à cette image « magique » d'un mouvement qui en crée un autre, afin de leur montrer que la technologie peut être accessible.

C'est de mon point de vue un des aspects essentiels du festival Électroni[k]: détourner des technologies du quotidien afin de « bricoler » des installations et rendre leur aspect ludique à ces inventions.

À propos des acteurs

Le pôle design Rennes-Bréquigny

Le pôle fait partie d'un établissement public du secondaire et du supérieur. Il accueille depuis 2010 une formation qui délivre un diplôme supérieur d'arts appliqués. Trois secteurs - design graphique, design d'espace, design de produits - y sont enseignés, construisant un cadre pluridisciplinaire ET interdisciplinaire, où les étudiants de chaque spécialité développent une démarche approfondie, en même temps qu'une pratique où convergent approches complémentaires.

La nature de cette formation engage une réflexion aboutie, en terme de projet de design, une capacité à problématiser une situation donnée et à chercher de manière ouverte et créative. C'est pourquoi l'activité en DSAA comporte une très forte dimension de conception, en plus d'une exigence de grande précision dans les projets développés (mises en place de stratégies créatives complexes, sélection de moyens techniques/ technologiques adaptés).

Contact Contact

Communication Communication

Le pôle design Rennes-Bréquigny
7 avenue Georges GRAFF
BP 90516
35205 RENNES Cedex 2

DSAA - pôle design
dsaa@lyceebrequigny.fr
<http://laab.fr/dsaa/>

Yves Guilloux
professeur teacher
yves-jean.guilloux@laposte.net

Brice Garcin
professeur teacher
brice.garcin@free.fr

Laurent Heuzé
heuzelaurent@gmail.com
<http://cargocollective.com/laurentheuze>

Marie Malarme
malarmemarie@orange.fr
malarme.marie.free.fr/wordpress

Julie Patat
julie.patat@gmail.com
<http://julie-patat.free.fr/>

Émeline Rodarie
emeline.rodarie@orange.fr
<http://rodarie.emeline.free.fr/wordpress>

Suleyman Yazki
suleyman.yazki@gmail.com
<http://oedo.fr/>

Contacts des étudiants présents dans ce communiqué de presse Students contacts present in this press release

Aurélie Cas
cas.aurelie@yahoo.fr
<http://aureliecas.tumblr.com/>
<http://aureliecas.fr/>

Valentine Deschamps
valentine.deschamps@wanadoo.fr
<http://deschamps.valentine.free.fr/>

Aliénor Fernandez
itsalienorfernandez@gmail.com
<http://alienor-fernandez.com/>

