

Bois libres et plombs communs - L'autre journal du 19/09

WORKSHOP
au Musée de l'imprimerie
19 - 22 - septembre 2016

24 quai de la Fosse
44000 Nantes



le projet le contexte

Le lien entre technique et graphisme va en s'approfondissant. Des graphistes tels que Fanette Mellier réalisent une production emblématique de ce point de vue. Fille d'imprimeur, la haute qualité créative de ses projets repose souvent sur une très grande finesse technique. Dans un autre type de recherche, le collectif Super Terrain s'intéresse dans ses projets aux processus de conception ou de fabrication liés par exemple à l'usage de la risographie faisant émerger ainsi des solutions créatives et bien contextualisées dans notre société contemporaine.

Depuis quelques années, dans l'Ouest ont émergé aussi des studios s'équipant de presses typographiques. c'est le cas notable de Badcass¹ ou encore de House of press et le Musée de l'imprimerie de Nantes voit multiplié le nombre de projets réalisés avec ses moyens techniques par des graphistes et écoles de design graphique venus travailler in situ.

Ainsi, tout le monde n'est pas graphiste, encore moins typographe.²

Et reprendre le pouvoir sur sa production est essentiel pour un graphiste professionnel accompli ou en devenir.

À travers ces démarches, les techniques dites traditionnelles et les nouvelles technologies ne sont pas en opposition pour autant.

L'éventuelle querelle entre anciens et modernes n'a plus lieu d'exister. Ainsi, les gardiens de la tradition typographique doivent regarder les nouvelles formes et les nouveaux processus de création graphique pour perdurer et les nouvelles possibilités de conception ou de fabrication de la typographie doivent être envisagées en lien avec une culture et un savoir-faire typographique maîtrisés.

L'activité du designer graphique évolue donc, dans une meilleure harmonie entre développements du numérique (développement de logiciels spécifiques de conception suivies d'évolutions lentes ou radicales, parfois) et pratiques de techniques plus ou moins traditionnelles.

Yves Guilloux, Flora Commaret, DSAA Rennes Bréquigny, octobre 2016

¹ - BADCASS <http://www.badcass.com/>.

² - BERTRANDY (Y.), Tout le monde est graphiste, *Étapes*, juillet 2009, p.66-69.



le cadre

À partir d'une revue de presse collective du lundi 19 septembre, les étudiants du DSAA devaient assurer la conception graphique et l'impression d'un journal édité à 50 exemplaires.

À la suite de la lecture de la presse imprimée du jour, il s'est agi de relever et choisir de traiter deux sujets correspondant à une thématique (Politique / Économie / Écologie / Sport) en utilisant des contenus existants (Titre + article court) remis ensuite en forme typographiquement sur un format 50x70 cm.

Les étudiants du DSAA ont revisité ainsi l'actualité à travers leurs propres choix éditoriaux et leurs différents regards.

Chaque article réalisé peut croiser les sources des différents journaux, par des jeux typographiques de reconstitution, de confrontation, d'association, de réduction... Le but étant de générer un journal soutenu par un travail de lecture critique et narratif de l'actualité.

Chaque groupe (trois personnes) avait à sa charge la mise en forme et l'impression d'une affiche / feuillet

recto / verso traitant d'une thématique. La mise en page (répartition dans la page, échelle, rythme, contraste, hiérarchie..) devait faire écho au contenu des articles.

Les compositions graphiques des différents éléments se sont faites manuellement (pas de compositions numériques), et ce, avec les ressources du musée : les caractères en bois pour les titres, les caractères en plomb pour les textes.

L'impression s'est faite en bichromie : une couleur pour le bois, une couleur pour les plombs. Chaque thématique ayant sa propre association de couleurs.

Chaque page a été imprimée à 50 exemplaires, puis pliée, pour ensuite finaliser un objet de quatre feuillets thématiques, impliquant une composition selon le sens du pliage.

Workshop avec le collectif Super Terrain
Musée de l'imprimerie
quai de la Fosse 44000 Nantes
septembre 2016





ÉCOLO RECALÉ

DU 19/09 AU 22/09

Aujourd'hui, l'écologie est au cœur des enjeux de la société qui s'interroge sur notre consommation et notre avenir. Face à cette problématique, les individus ne manifestent que peu d'intérêt ou en sont totalement détachés. Ce désintéressement découle notamment d'une information défailante que les journaux diffusent en marges et de manière parcellaire face à d'autres actualités jugées plus importantes ou plus vendeuses.

Par ce constat, nous avons choisi de mettre en avant ce manque profond d'intérêt de la population et des journaux. L'écologie est une cause se voulant pleine d'envie et d'idéaux or cette place, effacée dans l'actualité, crée un décalage prégnant entre une cause forte et une communication muette. Comment redonner de la voix à l'écologie tout en faisant prendre conscience aux lecteurs de l'absence d'informations conséquentes autour de celle-ci ?

À travers diverses recherches, nous nous sommes tournées vers deux niveaux de lecture. D'une part, un slogan proclamant les mauvais écolos que nous sommes en jouant autour de l'idée d'un examen raté. D'autre part, des extraits d'articles éparpillés dans les marges mettant en avant la place parcellaire que l'écologie a actuellement dans les journaux. Cette division se retrouve dans les choix chromatiques. Le rouge fluo du slogan évoque un aspect révolutionnaire et révolté, cherchant à bousculer le lecteur dans ses certitudes contrastant avec un bleu profond invitant à la lecture.



Cette volonté de ré-impliquer le citoyen autour de ce sujet se retrouve jusque dans la manipulation de l'objet avec la création de différents temps de lecture. Dans un premier temps, il existe une lecture des textes qui pousse au questionnement par le biais du manque de contenu. Puis dans un second temps, le slogan qui conclut la lecture au déploiement complet du recto, met en avant les failles des articles lus précédemment.

Le recto se veut réactionnaire tandis que le verso cherche à ramener le lecteur vers une touche d'optimisme teintée d'ironie. Les critiques, dont la lisibilité est perturbée par différents sens de lecture, contrastent avec ce slogan positif composé avec des caractères en bois de l'Antique Olive. «Trinquons !» écarte la négativité et les reproches destinés à ces mauvais écolos. Cependant, il joue également d'un double sens où «Trinquons!» évoque l'idée que la planète subit et «Trinque».

Basé sur une forte ironie, ce projet met en avant les faux-semblants de la société où tout le monde veut se revendiquer écolo mais sans faire aucun geste dans ce sens.



BRÈVES DE VESTIAIRES

En général, dans les journaux sportifs le type d'article reprend les multiples actualités sportives, les classements ou encore les scandales actuels. Aujourd'hui, les informations restent relativement en surface et possèdent un caractère formel. Le principe de ce journal était d'imaginer des nouveaux lecteurs et d'avoir une cible plus large par l'intermédiaire d'anecdotes cocasses.

Brève de Vestiaires est un journal qui, lui, se permet de « rapporter » les discussions de vestiaires encore humides. Ici on parle de sportifs du dimanche ou de haut niveau, ils nous expliquent enfin pourquoi ils aiment souffrir ou encore comment ils sont devenus addicts à la transpiration.

Ainsi nous avons détourné la thématique du sport en lui donnant un aspect anecdotique et une nouvelle image. Les articles traitent entre autres le sport comme étant un moyen de faire des rencontres mais aussi comme une valorisation sociale à la mode ou

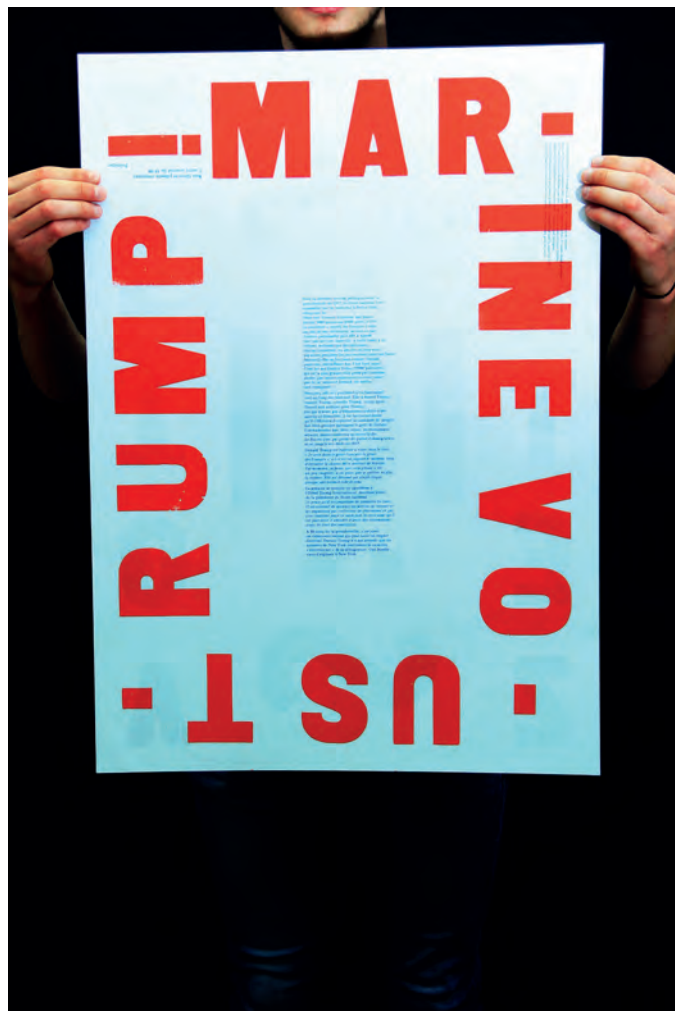
encore un moyen d'échapper à la sédentarité.

La composition a été imaginée pour que chaque article puisse se lire indépendamment du titre. Le contenu des articles prend majoritairement l'espace par son corps (utilisation de la typographie Vendôme pour le texte de labeur et Étroit pour le titrage). De plus chaque partie du titre apparaît non plus comme une lettre mais plutôt comme un signe, une forme.

Nous avons ainsi imaginé deux niveaux de lecture avec une partie du journal qui est composée d'articles et l'autre d'une phrase anecdotique. On observe cette distinction par un choix différent au niveau plastique et au niveau réalisation.

Notre groupe avait une grande envie d'expérimenter et ainsi d'utiliser les machines de l'imprimerie d'une autre manière. Chaque affiche a un caractère unique par les traces rouges produites aléatoirement sur chacun des titrages. Ce procédé nous a permis de donner rythme et mouvement à notre typographie. En effet ce mouvement caractérise les traces que peuvent laisser les sportifs après leur passage sur un terrain.

Brèves de Vestiaires met en lumière les petites conversations fortuites, parfois un peu honteuses, qu'entretiennent les sportifs du dimanche dans leurs vestiaires. Le journal donne une image moins stricte et formelle de l'univers sportif.



MARINE VOUS TRUMP!

Pour ce projet en collaboration avec le musée de l'imprimerie de Nantes et le collectif de graphistes Super Terrain, nous devons réaliser par groupe un poster recto/verso basé sur un thème d'actualité. Pour nous ce sera le thème de la politique.

On trouve aujourd'hui dans les journaux, toutes sortes d'informations, de sondages et de statistiques qui croisent des sources parfois pas totalement exactes et pas forcément fiables. À l'approche des élections françaises et américaines les différents acteurs politiques sont mis sur le devant de la scène, c'est la course à celui qui fera le plus parler de lui. Parmi ces politiques, deux «personnages» font beaucoup parler d'eux, des personnalités extravagantes, extrêmes, pathétiques. Le candidat républicain américain *Donald Trump* et la présidente du Front National français *Marine Le Pen*.

Tous les journaux parlent de *Trump* et de *Le Pen*, leurs dernières polémiques, leurs énormités verbales, leurs dernières attaques.

Et si ces deux là venaient à se rencontrer ?

C'est ce que nous imaginons à travers notre feuillet «faussement politique» où l'on raconte une histoire grotesque et surréaliste entre les deux personnages. Le récit est volontairement difficile à comprendre, il ne faut pas chercher un sens à ces événements qui sont en fait un condensé de tous les articles que nous avons trouvés à propos de *Trump* et de *Le Pen* dans les journaux du 19 Septembre 2016. L'ensemble tourne ces deux politiques en ridicule mais montre aussi à quel point la presse et la sphère politique peuvent être absurdes.

Visuellement, nous avons construit une mise en page très ordonnée, le bloc texte est mis en avant de manière à faire du récit l'élément principal. Ce dernier, est encadré par un jeu de mot, le titre du journal, où l'on peut lire *MARINE VOUS TRUMP!* La composition du titre est faite de manière à ce que l'on ne se rende pas compte tout de suite de la supercherie qui nous attend.

Au verso, il y a un jeu typographique représentant les visages de *Marine* et de *Donald* accompagnés du message «VOTEZ LOL». Ce message ironique, il faut le comprendre comme ceci : «votez pour cette vaste plaisanterie».



L'INDÉNOMBRABLE

19/22 SEPTEMBRE 2016

L'économie est le thème sur lequel nous avons travaillé. Après analyse, nous avons constaté l'écart de pertinence des articles, où les plus insignifiants rendaient les plus crédibles ridicules et inversement.

Ils sont inondés de chiffres qui se parasitent, imposent des vérités qui sortent d'on ne sait où et ne parlent à personne. Ils ne font que communiquer une réalité réduite à des chiffres.

Suite à une extraction de tous ces nombres de tous ordres (pourcentages, statistiques, dates, valeurs, etc.) issus des deux extrêmes (crédibles et insignifiants), les chiffres similaires sont devenus la base de comparaison des sujets. Notre objectif était d'amplifier cet effet, ainsi que de rendre le rationnel irrationnel afin de questionner le lecteur sur la réalité et la cohérence du monde qui l'entoure.

Notre volonté première était de mettre en avant l'invasion progressive des caractères numériques. En opposition le texte est structuré à l'aide d'une grille caractéristique de la rigidité de l'économie. Un dialogue se crée grâce à l'articulation des chiffres avec le texte, qui devient presque

illisible et insignifiant. Les couleurs connotent l'univers de l'économie et sa représentation.

La technique de surimpression vient renforcer l'opposition entre texte et nombres, provoquant la confusion.

Ce journal nous a permis de repenser la composition grâce à des outils concrets avec pour contrainte l'utilisation du matériel du Musée de l'imprimerie. L'exploitation de cette technique rigoureuse et minutieuse nous a permis d'exprimer au mieux la rigueur de notre sujet : l'économie.

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).



Éducation nationale



SUPER TERRAIN

« Super Terrain ce sont trois jeunes graphistes indépendants: Quentin Bodin, Luc de Fouquet et Lucas Meyer. Après s'être formé à l'École européenne supérieure d'art de Bretagne (Rennes), ce collectif vit et travaille actuellement à Nantes.

Leur pratique se construit autour de travaux de commandes, d'ateliers pédagogiques et d'interventions dans l'espace public pour les milieux culturels, associatifs, éducatifs et institutionnels. Ils explorent de multiples questions liées aux formes éditoriales, à l'objet imprimé à travers divers projets transversaux et collaborations.

Ils sont attachés à travailler sur l'ensemble des étapes de leurs projets, interrogeant à la fois les contextes d'interventions, la production de contenus et les outils de diffusion de ces travaux. Super Terrain c'est donc une vision collaborative et ouverte du graphisme, pour un temps de création partagé. Pour cela, ils multiplient les ateliers et dispositifs interactifs, tout en recherchant de nouveaux lieux d'interventions. Ces derniers étés, ils ont par exemple sillonné la France entre la Bretagne et le Pays Basque. À vélos, transportant avec eux un atelier de sérigraphie, ils se sont installés sur les marchés, ports et places publiques des villes traversées, à la rencontre d'habitants ou vacanciers. En novembre dernier, Super Terrain animait le workshop « Tout shuss ! Slalom-Signes-Paysages » à Échirolles, pour le mois du graphisme. Ils ont proposé aux étudiants de réaliser une série de portiques de slalom, peints à la main, concrétisée par une installation in-situ dans le Vercors. »

Une saison graphique,

[en ligne] disponible sur <http://www.unesaisongraphique.fr/>

Le Musée de l'imprimerie de Nantes

Situé à Nantes, le Musée de l'imprimerie a été développé par des professionnels soucieux de transmettre les savoir-faire techniques, particulièrement typographiques. Il est l'un des tout premiers musées européens de l'imprimerie et des arts graphiques. 300 000 visiteurs l'ont déjà visité depuis son ouverture. Les collections se sont constituées et continuent de s'enrichir par des dons successifs. L'une des particularités de ce lieu est qu'il propose de découvrir des machines en état de fonctionnement, démonstration à l'appui.

Ouvert à des partenariats expérimentaux, le Musée de l'imprimerie de Nantes est animé par quatre professionnels et une soixantaine de bénévoles très compétents et disponibles. De nombreux ateliers y sont organisés en typographie, lithographie, gravure, reliure, enluminure, calligraphie. Plus de 400 artistes ont déjà réalisé 2 000 estampes sur ses presses auxquelles il faut ajouter une quarantaine de livres d'artistes. Il est l'un des tout premiers musées européens de l'imprimerie et des arts graphiques.



Fedrigoni France

L'histoire papetière de Fedrigoni Cartiere remonte à 1717, quand le jeune marchand de papier Giuseppe Fedrigoni créa le moulin à papier de San Colombano près de Rovereto. En 1888, un de ses descendants, Giuseppe Antonio Fedrigoni, créa le Moulin à papier de Vérone, passant à une production industrielle et créant les papeteries Fedrigoni telles qu'elles existent encore aujourd'hui, une tradition familiale que les papeteries Fedrigoni sont fières de perpétuer.

Le Groupe Fedrigoni est composé de 5 sociétés intégrées produisant différents types de papiers: du papier pour artistes aux papiers de sécurité et billets de banque. 120 ans de challenges basés sur des principes éthiques solides, de prestigieuses acquisitions et la création de sociétés innovantes ont fait du Groupe Fedrigoni l'un des cinq premiers fabricants européens de papiers spéciaux avec un haut niveau d'esthétisme et de technologie.



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

Flora Commaret
professeur teacher
flora.commaret@gmail.com

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

Paul BERGÈS
paul_berges@orange.fr
<http://paulberges.com/>

Alice DUTERTRE
dutertre.alice13@gmail.com
<http://alicedutertre.com/>

Frédéric JAMAN
fredericjaman@outlook.com
<http://fredericjaman.com/>

Claire LAURENT
claire.laurent14@gmail.com
<http://clairelaurent.xyz.com/>

Maëlla LE NESTOUR
maella.ln@gmail.com
<http://maellalenestour.fr/>

Sarah MARCHADOUR
marchadour.sarah@gmail.com
<http://sarahmarchadour.com/>

Charlotte NICOLE-DEFRANCE
charlotte.ndf@laposte.net

Jade ROUANET
jaderouanet@gmail.com
<http://jaderouanet.com/>

Chloé VOMSHEID
vomscheid.chloe@hotmail.fr
<http://chloevomscheid.com>