

**18^{ème} Festival International de l'Affiche
et des Arts Graphiques de Chaumont
Du samedi 12 mai au dimanche 24 juin 2007**

Contact presse

Etienne Bernard, Stéphanie Merran
30 rue René Boulanger
75010 Paris
Tél : +33 (0) 1 40 03 94 70
Fax : + 33 (0) 1 42 06 66 06
etienne.e3c@wanadoo.fr
stephanie.e3c@wanadoo.fr

SOMMAIRE

1 - La programmation

Paul Rand

Les Silos / Maison du Livre et de l'Affiche et au Musée de la Crèche

Richard Niessen 'TM-City'

Chapelle des Jésuites

Impressions Françaises

Garage

Photographisme

Hôtel de Ville

Le Concours international d'Affiches

Entrepôt des Subsistances

Le Concours "Étudiants, tous à Chaumont !"

Entrepôt des Subsistances

Ateliers / Workshops

À l'Entrepôt des Subsistances

Le Cinquième Salon de l'Édition Graphique

Ancienne Bibliothèque

360° à l'ombre par la Compagnie Amoros et Augustin

Place de la Concorde

3 - L'affiche du Festival créée par Mathias Schweizer

4 - Les éditions du Festival

5 - La Direction du Festival

6 - L'équipe du Festival

7 - Informations pratiques

Paul Rand

Les Silos / Maison du Livre et de l’Affiche et au Musée de la Crèche

Commissaire : Pierre Bernard en collaboration avec Marsha Emanuel

L'exposition

Au même titre que Cassandre et Tomaszewski (le Festival les a respectivement présentés en 2005 et 2006), qu’il admirait et qu’il a personnellement connu, Paul Rand est une figure majeure du graphisme du XXe siècle.

Né en 1914, mort en 1996, cet Américain de Brooklyn a développé une oeuvre qui plonge ses racines dans le modernisme européen, en intégrant son esprit et son essence sans jamais le copier. Cubisme, Dada, de Stijl, le Bauhaus l’ont guidé dans ses recherches et en ont fait un pionnier du « graphic design », détaché des pratiques conventionnelles alors en cours aux Etats-unis.

« Parmi d’autres, note-t-il, je fus directement influencé par Piet Zwart, le hollandais ; El Lissitzky, le russe ; Moholy-Nagy, le hongrois ; Jan Tschichold, le tchèque, et Apollinaire, le polonais, sans oublier les chinois et les perses... ».

Cette première exposition Paul Rand en France n’a pas pour seule ambition de présenter les multiples facettes de son talent créatif.

Prenant en compte les aspects intellectuels, sociaux et culturels de son métier, Paul Rand a fait du « graphic design » aux Etats-Unis une discipline respectée, en imposant ses vues et son sens aigu de la qualité aux entreprises avec lesquelles il a travaillé, en exposant ses théories dans plusieurs ouvrages et en formant de nouvelles générations de graphistes à Yale University où il a enseigné.

Biographie de Paul Rand

Pionnier dans son domaine, Paul Rand (1914-1996) est une figure du graphisme américain. Concevant son art comme une manière de trouver une solution graphique à chaque problème, il s’est inspiré des idées des mouvements d’avant-garde européens tels que le cubisme, le constructivisme ou De Stijl pour créer un langage graphique personnel.

Directeur artistique, professeur, essayiste, consultant pour des entreprises comme IBM, UPS ou Westinghouse, Rand a, dans chacun de ses rôles, exercé une influence aussi déterminante que féconde dans le domaine du graphisme et de la communication visuelle.

Son parcours artistique passa par l’institut Pratt de 1929 à 1932 à New York, l’école de design Parsons (Parsons School of Design) en 1932-33 et la ligue des étudiants de l’art (Art Students League) en 1933-34. Il fut à l’origine de la Swiss Style (International Typographical Style).

La carrière de Paul Rand couvre plus de six décennies d’histoire du graphisme. Tandis que ses écrits témoignent d’une solide réflexion théorique.

« Paul Rand est un idéaliste et un réaliste, qui emploie le langage du poète comme celui de l'entrepreneur. Il pense en termes de besoin et de fonction...mais son imagination est sans limite. »
Lazlo Moholy-Nagy

Les citations suivantes sont tirées du livre de Paul Rand « Paul Rand : A Designer's Art » édité chez Yale University Press, 1985.

« Une œuvre graphique qui satisfait les besoins esthétiques, respecte les lois formelles et les exigences de l'espace à deux dimensions ; qui connaît le langage de la sémiotique, de la typographie et de la géométrie ; qui condense, transforme, traduit, renverse, répète, réfléchit, réunit et rassemble, mais qui est hors de propos n'est pas du bon graphisme. »

« Le graphiste expérimenté s'interdit de commencer un travail avec une idée préconçue. L'idée doit plutôt découler d'une observation attentive, et la mise en page être une résultante de cette idée. Pour résoudre son problème de manière efficace, le graphiste doit nécessairement passer par un processus mental. Consciemment ou non, il analyse, interprète, formule. »

« Un même symbole peut servir à exprimer plusieurs idées. C'est un outil très polyvalent. Par juxtaposition, association ou analogie, le graphiste peut utiliser l'effet saisissant du symbole pour remplir une fonction donnée. »

« La nature a orné le zèbre de rayures. L'homme a mis des rayures sur ses drapeaux et ses stores, sur ses cravates et chemises. Pour le typographe, les rayures sont de règle ; pour l'architecte, elles permettent de créer des illusions d'optique. Les rayures sont voyantes, parfois hypnotiques, souvent gaies. Elles sont universelles. Elles décorent les murs des maisons, des églises et des mosquées. Les rayures attirent le regard. »

Paul Rand

Richard Niessen 'TM-City'

Chapelle des Jésuites

L'exposition

Depuis cinq ans, la Chapelle des Jésuites est devenue le lieu d'élection des recherches graphiques contemporaines. En 2007, dans le cadre de « Haut, les Pays-Bas, une saison néerlandaise en France », le Festival de Chaumont propose au graphiste Richard Niessen de se mesurer à cette nef baroque. Sa réponse est architecturale autant que graphique. Affiches, flyers et autres éléments imprimés esquissent une urbanité modulaire et constructiviste dans laquelle le public parcourt la production graphique de l'amstellodamois trentenaire.

Biographie de Richard Niessen

Richard Niessen, né en 1972, est diplômé de la Gerrit Rietveld Academie d'Amsterdam aux Pays-Bas dans laquelle il enseigne depuis 2002. Il travaille comme designer graphique indépendant depuis 1996 à Amsterdam. Il accorde beaucoup d'importance à l'imprimé et à la musique dans le cadre d'un travail général qualifié "Typographic Masonry" (TM). Comparse d'Harmen Liemburg avec lequel il a travaillé sous le nom de "Goldenmasters" de 1999 à 2002, il a développé son concept TM après la visite d'une exposition consacrée à Theodorus Wijdeveld. Ce concept, résolument constructiviste réside en des motifs géométriques constituant les éléments de base d'élaborations graphiques stratifiées, ludiques et colorées. L'objectif poursuivi est une abstraction à mille lieues de la narration. Sa démarche débouche sur la création de fontes. On lui connaît travaux divers notamment dans le domaine de la publicité pour Die Gestalten Verlag en 2005 et 2006. Deux de ses affiches ont notamment été sélectionnées dans le cadre du Concours International de Chaumont en 2006.

*L'exposition « Richard Niessen, TM-City » s'inscrit dans le cadre d'une saison néerlandaise :
« Haut les Bas-Bas ! »*

Partenaires :

La Fondation Mondriaan

Le Fonds BKVB, Meda

L'Ambassade Royale des Pays Bas à Paris

L'Institut Néerlandais – l'un des plus anciens centres culturels étrangers à Paris – fête en 2007 son demi-siècle d'existence. Heureux de cette longévité et surtout de l'intérêt croissant suscité auprès du public français, nous souhaitons célébrer cet anniversaire par un programme festif d'activités très diversifiées, inauguré par la Saison Néerlandaise « Haut les Pays-Bas! » que nous organisons en partenariat avec CULTURESFRANCE.

La saison comprendra plus de cinquante événements culturels majeurs dédiés à la culture néerlandaise, dans le domaine des arts de la scène, des arts visuels, de l'architecture, de la musique, du cinéma, de la littérature et de la langue.

Placée sous la présidence honorifique de Bernard Bot, ministre néerlandais des Affaires étrangères et parrainée par le dessinateur Willem, « Haut les Pays-Bas! » se déroulera de janvier à mars 2007 en France.

Rudi Wester

Directeur de l'Institut Néerlandais

Impressions Françaises

Garage

Commissaires : Etienne Hervy, Vanina Pinter

L'exposition

La programmation du Garage de Chaumont est consacrée chaque année à la découverte d'initiatives graphiques contemporaines européennes. Après Londres, Arnhem et Berlin, le Festival donne un coup de projecteur sur la scène française en 2007. Une large sélection de graphistes indépendants et de studios proposée par Etienne Hervy et Vanina Pinter présente au public la vivacité polymorphe du graphisme hexagonal à travers une scénographie originale.

Ce projet consiste à mettre à jour les lignes de force du graphisme français contemporain et d'en discerner les orientations, leurs causes et leurs conséquences. L'exposition se fonde sur l'intérêt et la qualité individuelle des créations sélectionnées. C'est un état de la création qui est recherché en même temps que des graphistes peu connus accèdent à la visibilité. Les objets sont organisés suivant huit champs : édition, communication, typographie, écran, commerce, champ social, signalétique/espace, art (et projet autonome) et identité. En plus de structurer le corpus exposé, ces axes permettent d'articuler les réflexions et les observations sur la situation française.

Chaque objet exposé portera sur deux dimensions : la matérialité et la notion de série.

Trop souvent, les objets graphiques ne sont vus que dans des magazines, des livres, des sites Internet. L'exposition sera l'occasion qu'ils prennent leur valeur d'objets inscrits dans une durée à une époque donnée.

En effet, beaucoup d'entre eux sont devenus des projets qui fonctionnent, parce que les graphistes ont eu le temps de collaborer avec un commanditaire sur une saison, une année, une décennie.

Les 8 champs

Édition, livre et magazine

La conception de livres et de publications, constitue un élément clef du graphisme actuel ainsi qu'un des facteurs du renouveau d'une culture de la typographie (dessin de caractère mais aussi art de la construction de la page) et de la réappropriation de la fabrication (choix de papier et encre, techniques de mise en forme et reliure).

Le graphiste n'est pas ici créateur d'images mais constructeur mettant en ordre la matière visuelle ou textuelle d'un projet artistique ou autre. Alors que la pratique ordinaire de la communication cantonne le graphiste à une intervention *a posteriori* la conception d'un livre se veut participative à un projet qu'elle contribue à rendre concret et matériel. Le graphiste travaille à un objet qui va ancrer son sujet dans un contexte. Facilement assumés, les enjeux purement fonctionnels sont minorés au profit de lectures plus personnelles. Les bases du support sont les mêmes pour tous les projets, un des enjeux contemporains du graphiste est de sortir du préformatage industriel et de travailler à la singularité d'un livre dans une posture artisanale souvent enrichie de tout ou partie des positions d'auteur et d'éditeur.

Parmi les commanditaires privilégiés, les musées (à la suite du Centre Pompidou) et les Centres d'art, Fonds Régionaux d'Art Contemporain... dont les catalogues accèdent à la pérennité et à la diffusion des livres d'art.

Communication

Domaine de prédilection du graphisme dans les trente dernières années du XXe siècle, la communication se désengage du graphisme (pour s'approcher du marketing et du médiatique) en même temps qu'elle se transforme. Elle demeure le domaine néanmoins privilégié de l'expressivité graphique et de la sensibilité du discours du graphiste.

Le modèle historique de l'affichiste (Henri de Toulouse-Lautrec, Raymond Savignac, Michel Quarez, Alain le Querneq, Michal Batory) tombe aujourd'hui en désuétude. Si le support affiche demeure, ses règles et ses enjeux changent. L'affiche de théâtre n'est plus la mise en scène imprimée et placée dans l'espace public d'une pièce, mais un élément d'un dispositif d'identité parmi d'autres qui signale la présence du théâtre. L'interlocuteur du graphiste n'est plus le directeur ou le metteur en scène mais le responsable de la communication. Pour des raisons notamment budgétaires, les affiches se conçoivent en séries, dans un traitement plus abstrait ou typographique. Dans le même temps des supports éditoriaux (brochures et programmes) deviennent les principaux éléments des systèmes de communication déployés dans l'espace public. Ils répondent à l'orientation du graphisme vers la mise en forme et posent un rapport différent au public (notamment en entrant dans l'espace privé) et imposent un discours plus informatif au commanditaire.

Typographie

La typographie ne possède pas *a priori* de matérialité, elle n'est forme jusqu'à son appropriation par un graphiste qui lui donnera son support en même temps que son sens. C'est peut-être cette immatérialité qui, dans les années 1990 fit de la typo le cheval de Troie par lequel l'ordinateur est entré dans les ateliers des graphistes. Les fonderies *Emigre* aux Etats-Unis ou *Frontfont* en Europe, le « magazine » *Fuse* édité par Neville Brody sur disquette 3 1/4 ont posé la typographie comme objet de création et d'expérimentation à part entière et plus seulement comme un dessin technique appliqué.

La France a cassé le fil de sa tradition technique dans la seconde moitié du XXe siècle. Malgré le renouement apporté par le livre, préoccupation des typographes et enjeux des Français coïncident peu et difficilement. Grasset, Cassandre, Excoffon, di Sciullo, Poullard... la liste des graphistes et dessinateurs ayant contribué au patrimoine typo français est significative.

Cette « tradition », l'appropriation de l'outil informatique, et chez certain le retour à l'abstraction, le recul du logo et de l'image, amène aujourd'hui les graphistes à développer des caractères destinés à porter l'identité de tel ou tel projet ou, comme l'artisan, pour faire leurs outils à leur main et développer à travers eux leur écriture.

Enfin, la typo est le creux dans lequel une nouvelle avant-garde peut poser ses marques et ses formes, mais aussi expérimenter, notamment grâce au multimédia et à la programmation.

Écran

L'écran est un lieu privilégié de la collaboration entre disciplines et savoirs, notamment au sein de collectifs. Via les sites Internet des studios, l'écran est le premier lieu de mise en scène des travaux des graphistes.

Internet, V-Jay, multimédia, clip vidéo, générique film... les potentialités d'un graphisme sur écran animé par l'interactivité et le rythme du mouvement et du son se multiplient. A de rares exceptions près (Etienne Mineur par exemple) les acteurs de ce secteur sont souvent en marge du graphisme traditionnel et savent se nourrir d'autres influences : programmation, animation, vidéo... A l'inverse, les graphistes issus de la culture papier se tournent vers l'animation avec un esprit de découverte en même temps qu'ils y appliquent rigueur et humour.

Commerce, mode, musique

La privatisation du graphisme amène de plus en plus les graphistes à répondre à la commande commerciale largement délaissée depuis les années 1980. Auparavant, la relation à l'industrie et l'idée d'un art commercial avaient initié une création de qualité. En Angleterre, la révolution punk avait amené le graphisme à participer en plein à la culture pop via label de disques et magazines.

En France, le studio M/M (Paris) a rendu acceptable la commande commerciale notamment parce qu'elle permet de traiter en direct avec la responsabilité du commanditaire réellement porteur de son projet. A l'exemple de leurs commandes, les secteurs commerciaux privilégiés possèdent une dimension culturelle : mode, musique...

Les capacités des graphistes à gérer un projet les rendants aptes à initier en parallèle des activités de leurs studios, certains ont développé leur label ou leur ligne de vêtements (Surface to Air par exemple). D'autres sont sollicités pour concevoir le décor d'un produit (notamment en série limitée) et le signer : adhésifs décoratifs pour murs, papiers peints, vases. (Atelier Télescopique par exemple) C'est le modèle de l'édition du design mobilier qui s'applique ici.

Champ social

Militants, politiques, sociaux, humanitaires... la variété des angles et le nombre restreint de travaux présents dans cette section sont le signe d'un recul, au moins quantitatif, du graphisme dans l'espace public et le monde associatif.

Pour autant, l'intérêt des travaux présentés dépasse sa valeur d'exemple. Parvenir à échanger avec un public sensible et isolé nécessite une compréhension juste des problématiques en même temps que l'invention (alors que les budgets sont réduits) des moyens d'y répondre adaptés à l'époque contemporaine. Dans les faits, la communication coup de poing domine, livrée par les agences de publicité vers lesquelles se tournent les associations. Reste une question : quelle place pour la subversion dans le graphisme actuel ?

Signalétique, espace

Au-delà de la surface du papier, le graphisme a su conquérir d'autres espaces notamment l'écran et le bâti. Partant de ce dernier, ce champ se divise en deux orientations : la signalétique qui balise un lieu par des repères et signes jet, « l'espace », qui intervient d'avantage comme un habillage aidé en cela par les techniques modernes d'impression et le retour en grâce du décoratif.

Art, projet, image

Technicien, maître d'œuvre, plasticien, le statut du graphiste peine parfois à se définir. Dans ses développements contemporains, l'art est une influence majeure (comme le fut l'architecture) en même temps qu'un champ des possibles. Forts de leur maîtrise des formes, certains graphistes s'y projettent avec plus ou moins de succès et de pertinence.

Activités laboratoires ou libératrices, ces pratiques correspondent également à une posture attendue par certains commanditaires. De plus en plus, dans les écoles d'art et d'architecture, les élèves de toutes les sections sont sensibilisés à la communication visuelle et à l'édition.

Identité

L'identité a été chamboulée au début des années 2000 par un rejet du logo (Naomi Klein NO LOGO). Dans le même temps, le rôle de l'identité visuelle a évolué : prise en compte des applications écran et dématérialisation des initiatives.

Le logo n'est aujourd'hui plus qu'un élément - (certes, premier) - d'une identité. Cette discipline visuelle s'étoffe autant graphiquement que sémantiquement ; elle est pensée sur l'ensemble des supports, qui eux-même ne cessent d'augmenter : papeterie, Web, téléphone, murs...

Les identités sont des constructions de plus en plus logiques, pensées dans leur rapport symbolique et signifiant, et en fonction des supports à investir. L'identité doit être globale ou globalisante, homogène autant que plurielle, tenue dans ses moindres détails. Il faut envahir, marquer l'espace, donner une empreinte de son existence.

Photographisme

Salle du Conseil de l'Hôtel de Ville

Commissaire : Alex Jordan- co-directeur artistique du Festival

Le graphisme est un art de la collaboration, à la confluence des pratiques créatrices de tous les horizons (art contemporains, mode, musique, arts vivants etc). Dans le cadre de la dix-huitième édition du Festival de l’Affiche, Alex Jordan (co-directeur artistique) initie une réflexion sur les relations privilégiées entre graphisme et photographie.

L’espace public regorge aujourd’hui d’affiches “photographiques”.

Il y a d’innombrables présentations de produits de consommation en 3m x 4m (et au-delà, comme partout dans le monde depuis l’invention de l’impression numérique), le plus souvent simples *snapshots* ennuyeux du “vu à la télé” quotidien ou de spots publicitaires diffusés dans les salles de cinéma.

Actuellement en France, nombre de théâtres et autres scènes tentent de se distinguer par le style de leurs affiches conçues par “leur” graphiste “photo-graphiqueur”. La photo a la cote dans le milieu. Il est aussi à nouveau question de “communiquer le culturel avec le réel” et certains voient dans le recours à la prise de vue d’un coin de rue désert ou de gens « ordinaires » la bonne recette pour y parvenir.

Partout les mobiliers urbains exposent toutes sortes d’affiches municipales, publicitaires, humanitaires... proprement encadrées, en toute légalité illuminées jour et nuit (images à fort degré de pollution visuelle y comprises). Beaucoup d’images photographiques. Mais les commandes vers les photographes se raréfient. Beaucoup de recours à la béatitude lisse (le *keep smiling* du village global) de la banque d’images peu onéreuse. Les graphistes y ont aussi une certaine responsabilité.

Parmi les exceptions notables : récemment la SNCF avait passé une commande à Nan Goldin, photographe américaine autodidacte de notoriété internationale pour tenter de contrer le stress des voyages sur le réseau ferré d’Ile-de-France. La mise en page des images soutenait la poésie photographique de l’américaine.

Des manifestations comme le Mois de la Photo à Paris ou les Rencontres Internationales de la Photographie d’Arles ne s’affichent pas en photo. Est-ce raisonnable ? Voudrait-on éviter un piège ? Lequel ?

La commercialisation du milieu du cinéma a, quant à elle, complètement abandonné le graphisme pour le formatage des recettes marketing. Mais on est presque dans l’exclusivité de l’image photographique...et pas toujours de plateau.

Enfin, des tonnes de papier imprimé colorent les murs délaissés et les palissades de chantier à la sortie des villes avec les portraits d’étoiles filantes, doublés en période électorale d’affiches photographie de candidats qui ne peuvent être améliorées que par toutes sortes de graffitis, de gratouillages et autres diamants ou nez rouges.

Trop peu d’affiches de cette abondante production à ingrédient photo arrivent sur les tables de préselection du Concours International de Chaumont. Encore moins résistent à la sélection et ceci depuis la création du Festival en 1990.

La composition du Jury changeant chaque année, les différences de regards et de jugements sont assurées. Tout porte donc à croire que ces affiches souffrent plutôt d'un réel manque de qualité graphique.

Ou autrement dit : la rhétorique visuelle est boiteuse. Ou encore : la typographie, la calligraphie et la photographie se marchent sur les pieds, si elles ne trottent pas l'une à côté de l'autre (ou en dessous), en plein ennui.

C'est peut-être aussi un problème d'école, d'enseignement . “La typo, les jeunes en raffolent”, m'a dit un récemment un confrère de l'Ecole Nationale des Arts Décoratifs de Paris. Très bien, et s'il y avait justement là une raison de les intéresser un peu plus à l'image, à sa raison d'être, son histoire, son fonctionnement, ses limites aujourd'hui et dans l'avenir?

D'autant plus qu'il est question d'une société qui communique de plus en plus par... l'image.

L'affiche photographique y gagnerait aussi.

Au delà de l'affiche, cela vaut d'ailleurs aussi pour les photographes qui auraient fort intérêt à de s'intéresser au graphisme.

Les festivals, biennales, triennales et autres manifestations de “graphisme” devraient constituer de réels lieux d'expression pour les photographes tout comme les manifestations photographiques nationales et internationales devraient l'être pour les graphistes.

Le Concours international d'affiches

Entrepôt des Subsistances

Le Concours international d'affiches participe du succès et du retentissement du Festival de Chaumont. Grâce aux envois des graphistes du monde entier, le fonds d'affiches contemporaines représente aujourd'hui, riche de ses 25000 entrées, une des toutes premières collections françaises, formant un panorama unique de la production graphique de ces 20 dernières années dans plus de 60 pays. Une sélection des affiches reçues sera exposée à l'Entrepôt des Subsistances et un Jury de 5 graphistes de renommée internationale, représentative de 4 continents, donnera un palmarès de 3 prix, le samedi 12 mai 2007. Le même Jury attribuera également un « Excellence Award » ICOGRADA.

Membres du Jury final

El Fantasma de Heredia (Argentine), Alain Le Quernec (France), Liza Ramalho (Portugal), Paul Sahre (USA), Haichen Zhu (République Populaire de Chine)

Membres du Jury de présélection

Gaël Etienne (France), Pierre di Sciullo (France), Alex Jordan (France), Alain Le Quernec (France), Richard Niessen (Pays-Bas)

Les biographies des membres des Jurys sont disponibles sur notre site Internet :
www.ville-chaumont.fr/festival-affiches

Le Concours « Étudiants, tous à Chaumont ! »

Entrepôt des Subsistances

Le 14^{ème} Concours « Etudiants, tous à Chaumont ! » traite cette année d'un sujet social universel dominant : « le réchauffement de la planète ». Une sélection des affiches reçues est exposée à l'entrepôt des Subsistances et un jury donnera un palmarès de 3 prix, le samedi 12 mai 2007.

Partenaire : *Courrier International*

Membres du Jury

Docteur Pêche (France), Eva Kubinyi (France), Vincent Perrottet (France), Bruno Souêtre (France), Wijntje van Rooijen (Pays-Bas)

Les biographies des membres des Jurys sont disponibles sur notre site Internet :
www.ville-chaumont.fr/festival-affiches

En partenariat avec *Courrier International*

Ateliers / Workshops

Entrepôt des Subsistances

En résonance et en complémentarité avec le Concours " Étudiants, tous à Chaumont ! ", sept ateliers/workshops réunissant 105 étudiants auront lieu du 8 au 10 mai, en partenariat avec *Courrier International*, autour du thème : "le réchauffement de la planète".

Les travaux réalisés sont exposés à l'Entrepôt des Subsistances et un Jury de cinq graphistes décernera trois prix le samedi 12 mai 2007.

Intervenants

Cyril Cohen (France), El Fantasma de Heredia (Argentine) Anne-Marie Latrémolière (France), Liza Ramalho (Portugal), Paul Sahre (Etats-Unis), Niklaus Troxler (Suisse), Haichen Zhu (République Populaire de Chine)

Membres du Jury

Docteur Pêche (France), Eva Kubinyi (France), Vincent Perrottet (France), Bruno Souêtre (France), Wijntje van Rooijen (Pays-Bas)

Les biographies des membres du Jury et des intervenants sont disponibles sur notre site Internet : www.ville-chaumont.fr/festival-affiches

Partenariat : *Courrier International*

5ème Salon de l'édition graphique

Ancienne bibliothèque, rue Victoire de la Marne

Samedi 12 mai 11h à 21h

Dimanche 13 mai 10h à 17h

Organisé par l'association des Oh ! des Bah...

Depuis quelques années, les structures indépendantes d'édition se multiplient et divers salons s'organisent en France autour de ces démarches particulières. L'association "des Oh ! des Bah..." s'engage pour la quatrième année en invitant 26 éditeurs graphiques présentant des livres à voir et à lire, des affiches, du son... Impliqués dans un graphisme mixant toutes les techniques de reproduction, allant de l'offset à la sérigraphie en passant par la linogravure et l'imprimante, ces éditeurs seront à découvrir lors du week-end d'inauguration du festival.

Les auteurs et créateurs seront là pour rencontrer le public du Festival :

L'imprimante, (Rouen), Bongoût, (Berlin), Elles Biscottent, (St Etienne), Cardinal, (Besançon), La Chienne, (Lille), Mamzelle Mamath, (Amiens), Oniva, (Lyon), Peau de Lapin, (Paris), Typo.gras.free, (Paris), Nuagenuage, (Angoulême), Joker Art, (Paris), Papa Design, (Rouen), Organic Editions, (Marcy l'Etoile), Ink, (Lyon), Ritagada, (Lille), Chez Rita, librairie coopérative des artistes, (Roubaix), Atelier TTDMRT, (Troyes), Sans Importance, (Chaumont), Com' la lune, (Chaumont), Qui résiste ?, P. Di Sciullo, (Gretz-Armainvilliers), L'Orkêstre à Plumes, (Le Plessy Robinson), Atelier Clandestin, (Tourcoing), l'Atelier de Noémie, (Guebwiller), la Fanzinothèque de Poitiers, (Poitiers), Anna Habermacher, (Strasbourg), Livraison, (Rennes).

Association "des Oh ! des Bah..."

Philippe Gondeau

28 rue Jean Jaurès

52 000 Chaumont

gondeau@wanadoo.fr

360° A L'OMBRE par la Compagnie Amoros et Augustin

Samedi 12/05, 22:00, Place de la Concorde

AMOROS ET AUGUSTIN
DU MOUVEMENT, DES IMAGES...

S'ils restent très attachés à cet univers du théâtre d'ombres qui a ouvert leur parcours, Amoros et Augustin étendent leurs recherches actuelles au croisement des arts plastiques, de la performance, du théâtre visuel ou des musiques de scène.

Leurs approches du public sont multiples, de la salle classique aux grands espaces extérieurs, en passant par les friches, des festivals internationaux (principales tournées) aux rencontres spécialisées, les propositions destinées à une large audience, enfants et parents mêlés.

Ils traduisent ainsi leur désir de poursuivre sur scène, par des moyens techniques renouvelés et des modes de représentation toujours réinventés, l'exploration du vaste monde des images, et de percer tous les jours un peu plus le mystère de l'irrésistible fascination des hommes pour l'image en mouvement.

« **360° à l'ombre** » est déambulation ludique et festive dans l'univers des images, leur place et leur fonction à travers le temps et les civilisations, où le public est amené à choisir lui-même, physiquement, son point de vue, invité à une réflexion sur sa propre liberté de spectateur par rapport aux images. Un voyage pour grands espaces, des grottes de Lascaux aux Indiens Navajos, d'Hitchcock aux Frères Lumière. Sur ce vaste tableau où est suspendu un immense drap blanc, les six comédiens dessinent, filment, écrivent, chantent et déploient les rêves mystiques des origines.

Distribution

Brigitte Gonzalez, Stéphane Marques, Kathleen Fortin, Eric Lutz et Emmanuel Rack ou Yuko Oshima

Mise en scène : Luc Amoros

Musique originale : Richard Harmelle

Lumière vidéo: Martin Descourvières

Son : Jérôme Scheben

Régie plateau: Vincent Frossard/Frédéric Chomette

Production, tournées : Bruno de Beaufort

Administration : Mathieu Desanlis

Production : Compagnie Amoros et Augustin / Le-Maillon Théâtre de Strasbourg,

Coproduction : Le Fourneau de Brest et de l'Ouest et la Ville de Morlaix

L'Atelier 231 de Sotteville-lès-Rouen, Le Festival d'Aurillac.

Soutiens de La Scène Nationale de Petit-Quevilly La Halle Verrière de Meisenthal, l'ADAMI (Administration Des Droits des Artistes et Musiciens Interprètes)

Amoros et Augustin sont en convention avec le Ministère de la Culture - DRAC Alsace, subventionnés également par le Conseil Régional d'Alsace et le Conseil Général du Bas-Rhin et soutenus par la Ville de Strasbourg et CULTURESFRANCE.

L'affiche du Festival créée par Mathias Schweizer

Alors que chaque stratégie marketing s'affuble aujourd'hui d'une mascotte à l'exemple de la SNCF, Cetelem, Nesquik ou encore Banania, *Chaucomont* est un monstre de chocolat armé d'un pinceau qui s'affiche en réponse critique et visuelle à la publicité qui pollue l'espace public. L'affiche se décline en plusieurs versions sur lesquelles, Mathias Schweizer intervient en typographie ou en motif.

Mathias Schweizer

Mathias Schweizer (né en 1974) compte parmi les créateurs graphiques les plus irrévérencieux de sa génération. Après des études à l'École d'Art de la Chaux-de-Fonds en Suisse, il rejoint en 1998 l'atelier parisien des Graphistes Associés avant de s'installer à son compte en 1999. Son travail graphique navigue constamment entre de multiples moyens d'expressions pour établir des liens entre ses pratiques de la vidéo, de la conception typographique, de l'image et de la musique notamment au sein du label Rolax® qu'il a fondé avec Léonard de Léonard, Seep et Komori en 2003. Il collabore avec les Rencontres Chorégraphiques Internationales de Seine-Saint-Denis, le CREDAC d'Ivry-sur-Seine, le FRAC des Pays de la Loire et les Galeries Lafayette pour le projet Antidote.

Le catalogue du Festival

Le catalogue du 18^{ème} Festival International de l’Affiche et des Arts Graphiques de Chaumont est réalisé cette année par Pierre Péronnet et Wijntje van Rooijen et édité avec le soutien de Sappi.

Sappi

Sappi, leader mondial dans la fabrication de papier couché, encourage la création graphique contemporaine avec son concours **Ideas that Matter** créé en 1999. Les graphistes sont invités à présenter des campagnes de communication écrites en faveur d’associations défendant des causes d’intérêt public. Les gagnants recevront des bourses allant jusqu’à 50 000€ et leur travail sera publié à l’échelle internationale et promu à travers diverses opérations de relations publiques. Sappi est partenaire officiel de l’Icograda, le Conseil international des associations de designers graphiques.

Ideas.That.Matter@sappi.com ou IdeasThatMatter.sappi.com

Pierre Péronnet et Wijntje van Rooijen

Pierre Péronnet et Wijntje van Rooijen se rencontrent en 2002 au sein de l’agence Atalante où ils conçoivent notamment le catalogue de l’exposition de Buren au Centre Pompidou. De cette maturation, ils retiennent le questionnement de la commande, la recherche graphique et le souci de qualité dans la production. L’ensemble se combine dans la volonté d’une pratique éthique. Travailler à deux pour une implication optimale dans les projets, coopérer en intelligence réciproque avec le commanditaire ou d’autres secteurs de création, avoir en conscience l’usage d’une image. Ils partagent tous deux le goût de la typographie bien composée et bien dessinée. Ils travaillent sur leurs fontes afin de développer un langage qui leur soit propre et redessinent parfois les caractères qu’ils achètent. Leurs créations se partagent entre réalisation de livres et travaux de communication. Pour l’édition, œuvre de longue haleine, ils explorent les codes de l’objet-livre au profit du sujet à traiter. Loin des logiques de marques, le duo développe des identités visuelles et des lignes graphiques (Institut Néerlandais, Abbaye de Maubuisson...) dont l’articulation de chaque nouvel élément affine et actualise un portrait d’ensemble. Pierre Péronnet situe l’action du duo dans le champ de l’image minoritaire face aux communications de masse.

La Direction du Festival

Les Directeurs artistiques

Pierre BERNARD

Né à Paris en 1942. Diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs en 1964. Il reçoit une bourse pour étudier l'art de l'affiche avec Henryk Tomaszewski à l'Académie des Beaux-Arts de Varsovie. Il complète ses études à Paris en 1971, par un 3e cycle à l'Institut de l'Environnement. En 1970, il fonde le groupe Grapus avec François Miehe et Gérard Paris-Clavel, rencontrés pendant le mouvement étudiant de mai 1968. Alex Jordan et Jean-Paul Bachollet rejoignent le groupe en 1976. Grapus affirme son intention de “ changer la vie ”, développant dans une même dynamique recherche graphique et engagement politique. À partir de 1978, Grapus expose son travail dans d'importantes expositions comme à Paris au Musée de l'affiche, à Amsterdam au Stedelijk Museum, à Aspen (Colorado) et à Montréal au Musée d'Art Contemporain.

En 1990, le collectif Grapus décide de cesser ses activités et reçoit en France, le Grand Prix National de Arts Graphiques. Pierre Bernard fonde alors, avec Dirk Behage et Fokke Draaijer, l'Atelier de Création Graphique et signe, entre autres, l'identité graphique du Musée du Louvre et celle des Parcs Nationaux de France. Aujourd'hui, il dirige l'Atelier de Création Graphique en répondant aux commandes dans les domaines de l'édition, de l'affiche, de la signalétique et des systèmes visuels d'identité, avec la conviction que le graphisme a une fonction culturelle d'utilité publique. Il est membre de l'Alliance Graphique Internationale depuis 1987 et enseigne le graphisme à l'Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs à Paris. Il a reçu le Prix Érasme en 2006.

Alex JORDAN

Né en Allemagne en 1947. Après des études à l'Académie des Beaux Arts de Düsseldorf (diplôme et Meisterschüler de J. Beuys), il décide de se frotter à la politique, milite avec des gens socialement impliqués, participe aux efforts de réalisation d'un monde meilleur. Dessin, peinture, photographie, film, écriture,... Sa formation réelle de graphiste commence lors de sa rencontre avec le groupe Grapus à son arrivée en France en 1976. La suite de l'histoire est un périple riche en aventures rocambolesques (la livraison de litres de vins et de livres interdits aux dissidents tchèques de la charte 77) et les rafles de médailles dans les biennales du graphisme d'alors.

Grapus s'est auto-sabordé après avoir reçu le Grand Prix National des Arts Graphiques en 1991. Mais, bien avant, s'étaient déjà constitués en son sein des groupes de travail, qui allaient prendre la relève. Le groupe d'Alex Jordan, l'atelier Nous Travaillons Ensemble, aujourd'hui composé de Valérie Debure, d'Isabelle Jego et de Ronit Meirovitz, continue à chercher des réponses fortes (et justes) de communication visuelle à des enjeux de société en maniant aussi bien l'aquarelle que les nouveaux médias.

Alex Jordan est membre de l'Alliance Graphique Internationale depuis 1990 et titulaire d'une chaire de communication visuelle à l'école des Beaux-arts de Berlin-Weissensee (www.berlin.de) depuis 1993. Un livre retraçant son périple hors des sentiers battus vient de paraître en Chine aux éditions Lingnan Art Publishing House, dans la collection Designers/life.

Vincent PERROTTET

Né en 1958 à Saint-Denis. De 1978 à 1984, il étudie à l'École nationale supérieure des Arts Décoratifs, section vidéo/cinéma.

En 1983, c'est la rencontre décisive avec le collectif Grapus avec lequel il travaillera jusqu'en 1989, collaboration entrecoupée par la création de deux collectifs de jeunes graphistes : 1984/1985 Thève, Perrottet, Milville, 1987/1988 "Courage" avec Pierre di Sciullo et Pierre Milville.

En 1989, Vincent Perrottet et Gérard Paris-Clavel créent les Graphistes Associés, l'un des trois ateliers issus de Grapus avec Jean-Marc Ballée, Anne-Marie Latrémolière et Odile José. Les Graphistes Associés se définissent comme un atelier de conception d'images publiques d'utilité sociale cherchant à développer en France une pratique du graphisme responsable. Gérard Paris-Clavel quitte le groupe en juin 1992. Les Graphistes Associés (Sylvain Enguehard, Odile José, Anne-Marie Latrémolière, Mathias Schweitzer et Vincent Perrottet) se séparent en mai 2000.

Vincent Perrottet est actuellement graphiste libre et indépendant, travaillant en association avec Anette Lenz pour le théâtre d'Angoulême. Parallèlement à son activité de graphiste, Vincent Perrottet est enseignant : en 1992 et 1993, il est professeur à l'École Supérieure d'Art et de Design d'Amiens (ESAD) et fait des interventions multiples en cours, conférences, jury de concours d'entrée et de diplômes à l'ENSAD, l'ESAG, l'École Estienne, l'ENSCI, l'École d'architecture de Marne-la-Vallée et dans les nombreuses écoles d'art. Depuis 1999, il enseigne à l'École d'art du Havre.

Vincent Perrottet est membre de l'Alliance Graphique Internationale (AGI) depuis 2002. En 2004, il a été lauréat, avec Anette Lenz, de la biennale d'affiches de Téhéran (2^{ème} prix) et de la biennale d'affiche de Ningbo en Chine (Grand prix).

Le Délégué général

Jean-François MILLIER

Après des études universitaires en littérature et une formation aux métiers du théâtre, Jean-François Millier est assistant du réalisateur Henri Colpi. Il administre la première compagnie permanente française de danse contemporaine (Cie Félix Blaska) de 1969 à 1972. Il crée en juillet 1974, pendant le Festival, les premières Rencontres de chansons et de musiques à Avignon, puis devient producteur et tourneur de musiques populaires (Léo Ferré, Nougaro, Higelin, Lavilliers...).

Il dirige et programme le Théâtre du Palais des Glaces, à Paris, de 1980 à 1984. À partir de 1985, il conçoit et organise de nombreux événements culturels nationaux et internationaux pour le ministère de la Culture, et à titre privé, le 1^{er} Marché international des Arts du Spectacle, à la Grande Halle de la Villette de 1987 à 1990.

En 1992, il est nommé Commissaire général des manifestations du cinq centième anniversaire de la Rencontre des Deux Mondes, par Jack Lang.

Coordinateur national et international pour le ministère de la Culture de la Fête de la Musique jusqu'à sa 20^e édition en 2001, il est également l'initiateur, à la demande de François Barré, des Rendez-vous de l'Architecture.

Enseignant à l'université Paris VIII de 1994 à 1998 pour le DESS de management culturel européen, il est également auteur d'études concernant les industries culturelles et les nouvelles technologies, l'emploi culturel en Europe, l'aménagement de lieux culturels... Un engagement permanent en faveur de la culture comme élément fondamental du lien social, de la découverte de nouveaux talents, du travail en réseau et de l'ouverture internationale.

Les équipes du Festival

Président du Festival : Pascal Grisoni

Direction artistique :

Pierre Bernard - Alex Jordan - Vincent Perrottet

Délégué général :

Jean-François Millier

Assistant : Etienne Bernard

Bureau du Festival :

Serenella Valeriani, Sophie Wilhèlem, Béatrice Torres

7/9 avenue Foch - 52000 Chaumont

Tél : +33 (0) 3 25 03 86 80

Fax : +33 (0) 3 25 03 86 98

Email: artsgraphiques.affiches@wanadoo.fr

Direction du graphisme :

Directrice : Christelle Kirchstetter

Chargé de projets « publics et développement culturel » : Arnaud Fournier

Service des publics : Adeline Renard

Diffusion de la collection : Antoine Marchand

Administration : Thierry Thiebaud

Secrétariat : Maryse Mariot

Communication :

Etienne Bernard, Stéphanie Merran

Tél : +33 (0) 1 40 03 94 70

Fax : +33 (0)1 42 06 66 06

Email: etienne.e3c@wanadoo.fr / stephanie.e3c@wanadoo.fr

Service Communication de la Ville de Chaumont

Lionel Dupontreue, Richard Pelletier

Tél : +33 (0) 3 25 30 60 53

Email: contact@ville-chaumont.fr

Informations pratiques

Dates et horaires d'ouverture

Week-end d'inauguration :

Samedi 12/05 10:00 - 21:30

Dimanche 13/05 09:00 - 19:00

14/05 - 24/06 :

Du mardi au vendredi 14:00 - 19:00

Samedi et dimanche 10:00 - 19:00

Fermeture le lundi

Renseignements

Bureau du Festival

Les Silos / Maison du Livre et de l'Affiche

7/9 avenue Foch, 52000 Chaumont

Serenella Valeriani, Sophie Wilhèlem, Béatrice Torres

Tél : +33 3.25.03.86.80

Fax : +33 3.25.03.86.98

Email : artsgraphiques.affiches@wanadoo.fr

www.ville-chaumont.fr/festival-affiches

Accueil des publics

Pour les groupes, comités d'entreprises, associations, étudiants

Arnaud Fourrier, chargé des publics.

Tél : +33 3 25 03 86 82

Fax : +33 3 25 03 86 98

Email : direction.graphisme@ville-chaumont.fr

Accès voiture :

Autoroute A5 sortie Chaumont Semoutiers .

Accès train :

Gare de l'Est, ligne Paris Bâle, arrêt Chaumont.

Hébergement – transport

Toute demande de renseignement ou de réservation hôtelière est à adresser exclusivement à :

Office du Tourisme de Chaumont, place du général de Gaulle, 52000 Chaumont.

Tél : +33 3 25 03 80 80

Fax : +33 3 25 32 00 99

Email : office-tourisme.chaumont@wanadoo.fr