

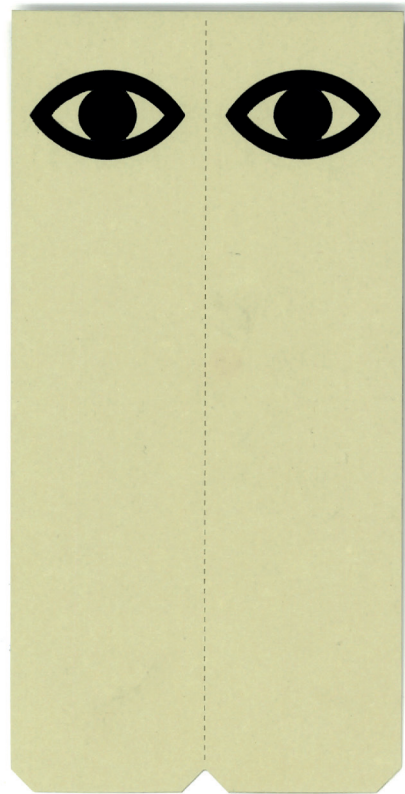
## 10 ans de commandes graphiques (2008-2018)

Entre 1982 et 2008, la mise en place, au sein de la Délégation aux arts plastiques (Dap) et du Centre national des arts plastiques (Cnap), de projets et dispositifs pour accompagner les professionnels du design graphique, a permis de jeter les bases d'une meilleure prise en compte de ce domaine. Jusqu'ici, le nombre de commandes passées par le Cnap à des graphistes était toutefois limitées à un cadre restreint qui ne concernait pas l'ensemble de sa communication, mais des projets ou documents précis comme la revue *Graphisme en France* ou les rapports d'activités de l'établissement<sup>1</sup>. Depuis 2008, ces commandes sont devenues systématiques, normalisant le recours à un graphiste pour la réalisation de ses supports de communication et d'édition. Ce systématisme s'inscrit dans une démarche volontariste de valorisation de cette profession et de soutien à la création. Il arrive dans le contexte de la refonte de l'identité de l'établissement, réalisée deux ans auparavant (2006), et du repositionnement de sa communication.

À partir de 2008, la communication du Cnap s'axe sur les missions de l'établissement, mises en avant par des verbes d'action qui le différencient de sa tutelle<sup>2</sup> : le Cnap valorise, soutient, acquiert, transmet, etc.<sup>3</sup> Dans ce contexte, les outils de communication se multiplient pour formaliser la nouvelle position du Cnap, le faire émerger en tant qu'établissement national, rendre compréhensible l'ensemble de ses missions, le réinscrire dans une histoire, et formaliser un discours global<sup>4</sup>. Dans le même temps, l'établissement adopte une position singulière, celle de renouveler et systématiser la commande à des designers graphiques différents pour chaque objet de communication qu'il produit. Alors qu'habituellement, une identité se décline et se répète sur les différents supports de communication, le Cnap choisit non pas d'être reconnu par la répétition d'une charte graphique figée<sup>5</sup>, mais par la qualité graphique de ses documents et la diversité des signes convoqués, allant même jusqu'à « déstructurer » son propre logo sur certaines productions récentes (2018). Cette position s'inscrit dans l'histoire qu'entretient le Cnap avec les graphistes. En effet, depuis 1984, les documents qu'il produit ont été l'occasion de collaborer avec de nombreux graphistes différents. Mais la multiplication des commandes à partir de 2008, et l'affirmation de ce renouvellement graphique comme participant de l'identité de l'établissement en fait un moment charnière.

1. Les rapports d'activités ont systématiquement été publiés jusqu'en 2001. À partir de 2002, et jusqu'en 2007, les rapports ne font plus l'objet de commandes graphiques. Ils sont transmis en interne.
2. Le Cnap est placé sous la tutelle de la Direction générale de la Création artistique (DGCA) ancienne Délégation aux arts

- plastiques (Dap) depuis sa création en 1982.
3. Pour le détail des missions du Cnap, voir le décret n° 2015-463 du 23 avril 2015. Disponible en ligne : [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)
4. Perrine Martin, cheffe du service communication (septembre 2007-juillet 2018), entretien avec l'auteure, 26 juin 2018.
5. L'élément récurrent de l'identité du



Marques-pages du Centre national des arts plastiques, 2009.  
Conception graphique : SpMillot.

Cnap est son logo : un poinçon imaginé par M/M (Paris) comme un élément fort et léger à la fois pouvant prendre place et être positionné dans des projets graphiques variés. Seule la papeterie du Cnap (carte de visite, papier-en-tête, enveloppes, etc.) respecte une charte graphique réalisée en lien avec ce logo.



En 10 ans, environ 60 projets ont ainsi donné lieu à des commandes auprès d'une soixantaine de graphistes (ou collectifs) différents.

De la carte de vœux au catalogue, en passant par les rapports d'activités, brochures, dossiers de presse, cartes postales, les supports investis sont multiples. Terrain d'expérimentations, chaque projet devient prétexte à une création graphique singulière. En privilégiant le recours à un graphiste avec lequel l'établissement n'a jamais travaillé auparavant<sup>6</sup>, les commandes du Cnap montrent une grande diversité graphique sur un même cahier des charges, et un soutien aux professionnels, en premier lieu la jeune création<sup>7</sup>.

Cette démarche s'inscrit dans la mission de soutien de l'établissement, elle permet aux jeunes graphistes professionnels de faire leurs armes en se confrontant, pour quelques-uns pour la première fois, à une commande réelle pour laquelle ils sont accompagnés par les services du design graphique et de la communication. Tremplins pour certains, ces commandes sont également des espaces de liberté de création où les compétences professionnelles des graphistes, et leur singularité, sont valorisées.

#### Passer commande

La prospection et la veille permettent de constituer, au sein du service design graphique, une documentation sur la scène graphique française, mais c'est par le biais des dossiers de graphistes qu'un premier choix s'opère lorsqu'il est question d'un projet de commande. Généralement composés d'un curriculum vitæ, d'un portfolio et de certains travaux réalisés, ces dossiers sont, à l'instar des dossiers d'artistes, envoyés ou déposés par les graphistes eux-mêmes. Néanmoins, peu de jeunes graphistes semblent prendre l'initiative de cette démarche nécessitant un travail en interne, qui par manque de moyens (temps, agents, etc.) ne rend pas compte, de fait, de l'exhaustivité de la jeune scène graphique française.

Les dossiers des graphistes n'ayant jamais travaillé avec le Cnap sont conservés au service du design graphique, les autres sont transmis au service de la documentation devenant ainsi une ressource pour les agents du Cnap, mais également pour des chercheurs, graphistes, historiens, etc. Trois graphistes, ou studios, dont le travail s'oriente vers le sujet de la commande (visualisation de données, graphisme éditorial, graphisme numérique, etc.), sont présélectionnés, leur dossier est ensuite soumis à l'appréciation de plusieurs personnalités du Cnap – la direction, les chefs de service du design graphique et de la communication,

les responsables de projets – qui étudient les dossiers et font un choix final parmi les graphistes pressentis. Un cahier des charges est ensuite remis au graphiste retenu. S'il permet de circonscrire la commande, celui-ci est généralement succinct pour laisser une grande liberté de création au graphiste.

6. Seulement 6 graphistes sur les 61 commandes passées ont retravaillé une seconde fois avec l'établissement. Parmi eux, deux ont collaboré une première fois en collectif, et la seconde en leur propre nom, les quatre autres graphistes ont réalisé une seconde commande dans le cadre d'une co-

édition de catalogue d'exposition avec une autre institution ou une maison d'édition. Certaines autres collaborations ont également été pensées sur la durée pour des projets où la notion de « collection » était importante. C'est le cas notamment pour les guides de l'art

contemporain conçus par Julie Rousset, ou pour les dossiers de presse conçus par Amélie Boutry entre 2015 et 2018.

7. En effet, la moyenne d'âge des graphistes ayant collaboré avec le Cnap est de 31 ans même si les âges s'étendent de 23 à 58 ans.

### Profil des graphistes

Certaines caractéristiques sont récurrentes, notamment celle du régime social des graphistes – ces derniers étant majoritairement des travailleurs indépendants (49/57) qui œuvrent essentiellement dans le champ culturel –, ou le lieu d'exercice de l'activité, le plus souvent Paris (41/57). Toutefois, les données récoltées montrent également que le Cnap a la volonté, depuis quelques années, de valoriser l'ensemble des graphistes du territoire français, en ne se limitant pas (ou plus) à l'axe parisien.

Parmi ces 61 commandes recensées, certaines formations reviennent régulièrement dans le profil des graphistes sélectionnés : l'Ensad (13), la Hear (10), Estienne (9), l'ESAD d'Amiens (7), et l'EESAB (6).

Enfin, ces premières données permettent également de relever que parmi les graphistes ayant collaboré avec le Cnap, 23 graphistes travaillent seul-e-s dont 11 sont des femmes et 12 des hommes ; 34 sont des studios ou duos dont 18 sont mixtes, 4 composés de femmes et 12 composés d'hommes.

### Les objets produits

Une grande partie des projets commandés par le Cnap ont trait à « l'édition ». Cette typologie de documents regroupe en effet 40 des 61 commandes recensées. Toutefois, les formes qu'elle revêt sont multiples : rapports d'activités (10), dépliants (1), brochures (0), journaux (4), guides (1), kits pédagogiques (2), catalogues d'exposition (4), ouvrages monographiques (1), et revues (10). Aux côtés des projets éditoriaux, prennent place des projets d'identité visuelle (6), numériques (site internet et vidéo clip), de cartes de vœux (9) ou encore de cartes postales, formulaires, marque-pages, autocollants, totesbags. Ces commandes recouvrent donc une grande variété de typologies de documents, qui reflètent la pratique professionnelle du graphiste – celle-ci ne se limitant pas au seul médium affiche, mais embrassant une hétérogénéité et une multitude de supports. La hiérarchie entre les projets n'existe pas, une même attention est accordée à chacun d'entre eux, qu'il s'agisse de la réalisation d'une brochure ou celle d'un autocollant.

Ces commandes recouvrent donc une grande variété de supports, qui reflètent la pratique professionnelle du graphiste – celle-ci ne se limitant pas au seul médium affiche, mais embrassant une hétérogénéité et une multitude de supports. La hiérarchie entre les projets n'existe pas, une même attention est accordée à chacun d'entre eux, qu'il s'agisse de la réalisation d'une brochure ou celle d'autocollants. Le protocole de sélection mis en place illustre bien cette volonté de soutien aux professionnels du graphisme, et de valorisation de leur travail. Là où un grand nombre de commanditaires ne respectent pas (ou très peu) les droits de cette profession, laissant place à des pratiques endogènes, le Cnap se positionne comme un commanditaire exemplaire<sup>8</sup>, tant au niveau de la sélection, que de la collaboration ou de la rémunération.



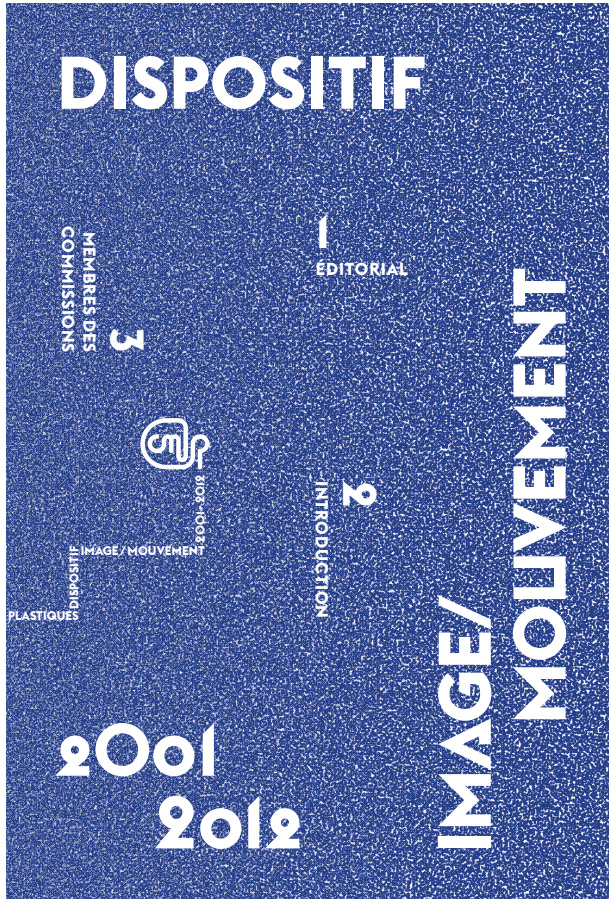
Couverture de *La commande de design graphique*, Paris : Centre national des arts plastiques, Guides de l'art contemporain, 2014. Conception graphique : Julie Rousset.

8. Le Cnap a d'ailleurs édité en 2014, un guide sur la commande de design graphique

conçu par Julie Rousset, téléchargeable gratuitement sur le site du Cnap :

*La commande de design graphique*, Paris : Cnap, Guide de l'art contemporain, 2014.

Couverture de *Dispositif Image/Mouvement*. 2001-2012, Paris : Cnap, 2012 ;  
 Couverture de *Dispositif Théorie et critique d'art*. 2001-2015, Paris : Cnap, 2015.  
 Conception graphique : Caroline Fabès.



Ces *ephemera*, « petits » objets, « travaux de ville », littérature grise, sont une source de premier ordre pour retracer l'histoire de l'établissement. Ayant fait l'objet de nombreuses commandes pour correspondre au mieux à l'évolution du Cnap, ils reflètent ses différents positionnements au fil des années. En outre, leur qualité graphique, la diversité des techniques employées, et le nombre considérable de graphistes qui y ont collaborés, racontent une seconde histoire, celle d'une profession, d'une activité, d'une discipline, aux attitudes, inclinations, et positions graphiques multiples.