

La commande de l'identité visuelle du Cnap (1982-1985)

Partie 1 : L'exemplarité comme leitmotiv.

« Un établissement public, le Centre National des Arts Plastiques, est créé, son domaine de compétence recouvre l'ensemble des expressions plastiques, donc le graphisme, il constitue auprès de la Délégation aux Arts Plastiques un outil d'intervention et de communication vers l'extérieur, il a en charge la commande publique aux plasticiens, il pilote une commission interministérielle sur le développement du graphisme et de la typographie...

Cinq données pour une évidence : le CNAP se doit de recourir aux graphistes pour mettre en place son image – au même titre que fut créée la ligne graphique du Centre Pompidou en 1976 – et de donner l'exemple d'une commande publique respectant les règles déontologiques du concours d'images et soucieuse d'exprimer la créativité plastique française.¹ »

En octobre 1982, Claude Mollard et Marie-Claude Le Floc'h² travaillent à l'élaboration d'un cahier des charges en vue d'une consultation auprès de graphistes pour la réalisation d'une « ligne graphique » destinée à la Délégation aux Arts Plastiques (Dap) et au Centre National des Arts Plastiques (Cnap).

Les premières ébauches tendent à formuler clairement la demande pour la soumettre aux différents services de la Dap en vue d'un consensus. Les premiers échanges montrent la difficulté éprouvée par la délégation pour établir un cahier des charges clair, tant le dédale administratif qui la structure (établissements, tutelles, services, sous-directions, missions, organes horizontaux) est complexe. Les questions posées par Marie-Claude Le Floc'h dans une note adressée à l'attention de Claude Mollard le 3 décembre 1982, illustre bien la situation nébuleuse de la Délégation :



Logotype du Centre national des arts plastiques, 1984. Détail de la couverture du *Rapport d'activités 1984 du Cnap*, Paris : Dap, 1985.
Conception graphique : Grapus + Topologies.

1. Jack Lang, Communiqué de presse « Plan de relance "Graphisme et Typographie". Présentation générale », Fiche n° 6 : Un exemple de commande publique : la ligne graphique du C.N.A.P., 13 novembre

1984. Archives nationales 1994053/7.

2. Claude Mollard est Chargé de mission auprès de Jack Lang en 1981. En 1982, il crée la Délégation aux Arts plastiques (DAP) dont il est le Délégué, et le Centre national des

arts plastiques pour lequel il est le Président ; Marie-Claude Le Floc'h était responsable du service Relations extérieures de la Délégation aux arts plastiques, elle a suivi la commande de l'identité visuelle du Cnap.

« Sur le plan structure et organigramme, comment régler le problème de la dualité D.A.P.-C.N.A.P. :

- en l'évacuant, c'est-à-dire en axant la recherche graphique sur le CNAP ?
- en intégrant au contraire cette dualité, complément de deux structures, pouvant même être un élément moteur de la ligne graphique ?
- en s'attachant avant tout au terme commun arts plastiques ?

Faut-il associer les services extérieurs à cette ligne graphique ?

Faut-il étudier les possibilités d'individualiser les services internes [...] ?³ »

Malgré cette tentative de clarification, le cahier des charges remis aux graphistes deux mois plus tard⁴, reste abscons sur ces questions, et les recommandations qui leur sont adressées témoignent d'un paradoxe entre la volonté de montrer la (quasi) globalité de la structure de la Délégation, et celle de mettre en avant une seule de ces antennes, le Cnap.

L'étude « d'image de marque » demandée doit concerner à la fois la Délégation et le Centre. Elle doit indiquer impérativement la triple mention Ministère de la Culture, Délégation aux Arts Plastiques, Centre National des Arts Plastiques, « au moins pour la papeterie administrative », qui devra quant à elle, être individualisée pour les services centraux de la Dap⁵ et les conseillers régionaux. En outre, les bureaux des sous-directions devront, eux-aussi,

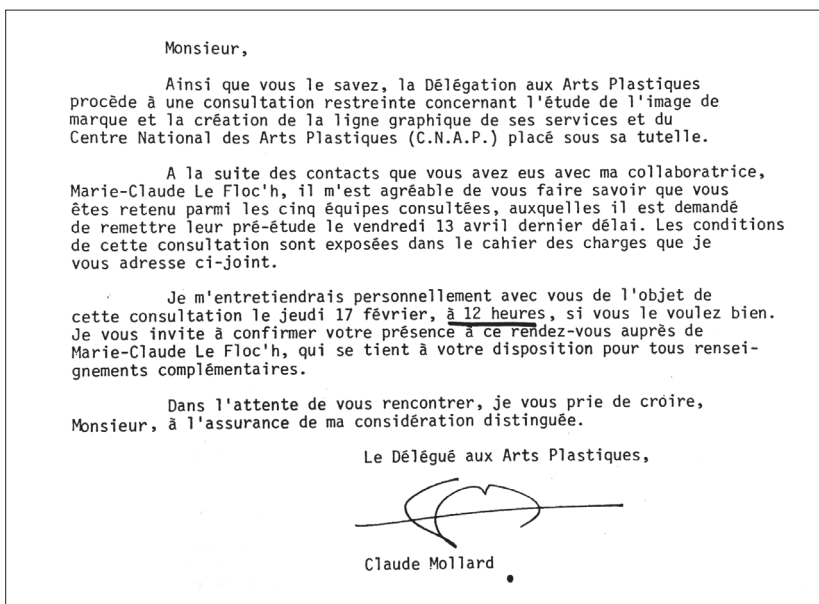
être indentifiés à l'aide d'un système de tampons ou d'étiquettes auto-collantes. Enfin, il est toutefois demandé que l'étude s'axe sur le sigle « CNAP » en créant un logogramme ou logotype⁶.

Avec l'ambition d'amener l'ensemble de l'Administration à transformer son image, cette commande a pour but de constituer une démarche graphique, tant dans la procédure de commande mise en place – en respectant notamment les règles qui régissent la profession de graphiste –, que dans son rendu formel.

Dans ce contexte, la Dap procède, en février 1983, à une consultation res-

treinte de cinq équipes pluridisciplinaires sélectionnées sur dossier⁷ et sur entretien avec le Délégué aux arts plastiques, Claude Mollard. Les équipes consultées, extrêmement différentes dans leur approche du graphisme, sont l'agence Desgrappes, Beauchant et Gobé, le collectif Grapus associé à

Lettre de Claude Mollard envoyée le 14 février 1983 aux 5 équipes retenues pour la consultation. Archives nationales, 19940053/7.



3. Marie-Claude Le Floch, note à l'attention de Claude Mollard « Création d'une ligne graphique », 3 décembre 1982. Archives Nationales, 19940053/7. La citation respecte les mots soulignés et la notation des acronymes dans le texte original.
4. Le cahier des charges est envoyé à cinq graphistes entre le 14 et le 15 février 1983.
5. Au nombre de 9, les services centraux

- de la Dap regroupent : les sous-directions de la création artistique, de l'enseignement artistique, des métiers d'art et professions artistiques, le secrétariat général, le service des relations extérieures, le Fonds d'Incitation à la Création (FIACRE), les missions pour la photographie, pour l'audiovisuel, et pour la création industrielle.
6. « Pré-programme. Recommandations

- pratiques ». Archives Nationales, 19940053/7. Ce document accompagne le cahier des charges remis aux graphistes pour la consultation.
7. Ces dossiers de travaux ont été transmis par les graphistes eux-mêmes sur incitation de la Dap ou par l'intermédiaire du Syndicat national des Graphistes (SnG).

Topologies, l'agence de design A.D. S.A., l'artiste Annick Top en collaboration avec l'agence de publicité Vision 360, et le graphiste Jean-Baptiste Blom.

La consultation s'est déroulée en trois temps : la commande de pré-études rémunérées⁸, au sein desquelles chaque équipe devait proposer deux orientations différentes d'identité visuelle ; la pré-sélection de deux équipes par un comité de sélection ; la mise en place d'un contrat d'un an pour l'application et la fabrication du projet de l'équipe retenue.

Les modalités de consultation précisent que chacune des équipes disposaient, après réception du cahier des charges, d'un délai de deux mois pour remettre leurs pré-études⁹. Celles-ci devaient comprendre : une note d'intention résumant les deux partis pris proposés ; l'application graphique de ces deux pistes sur divers éléments¹⁰ ; un devis pour la rémunération concernant le suivi d'application et de fabrication pour 12 mois ; et une estimation du budget de fabrication pour les 12 premiers mois.

Neuf orientations ont été remises en pré-étude, et ont été soumises anonymement à l'examen d'un comité de sélection¹¹ le 2 mai 1983¹².

L'équipe 1 (Grapus et Topologies) rend une note d'intention d'une dizaine de pages explicitant son interprétation du cahier des charges ainsi que sa proposition. Elle appuie particulièrement sur les contradictions induites dans le cahier des charges :

« Contradictions entre le projet de l'institution, sa clarté, sa modernité et la complexité de son organisation, l'empoussièrement courtelinesque des appellations.

Contradictions entre l'ouverture d'esprit, la gaieté entreprenante des êtres et la pesanteur un peu obtuse des choses et des termes.¹³ »

8. Chaque équipe participant à la consultation a reçu 35 000 Fr pour la rémunération des pré-études.

9. La date de rendu des pré-études était fixée au 13 avril 1983, puis reportée au 22 avril 1983.

10. Les éléments sur lesquels devaient être appliqués les propositions graphiques des candidats dans leur pré-étude concernaient : la papeterie et les documents administratifs (en-tête de lettre, carte de visite, dossier d'envoi, dossier de candidature de bourse, flamme machine à timbrer), les documents d'information générale (dossier de presse, principe d'annonce-presses, « principe de cadre graphique et signature d'affiches »), les éditions, documents d'exposition et de médiation (maquette du bulletin d'information mensuel *Arts Info*, principe de

couverture de catalogue, principe de carton d'invitation, principe de présentation d'un guide « annuaire-mode d'emploi » de la Dap et du Cnap, principe de présentation d'une collection de plaquettes d'informations thématiques), la signalisation (la pré-étude devait porter sur la signalisation intérieure et extérieure du rez-de-chaussée de l'immeuble de la Dap, et sur un principe de signalisation pour les étages administratifs).

11. Le comité de sélection était composé de Claude Mollard (Délégué aux arts plastiques), Guy Beaussang (Directeur de l'Imprimerie nationale), Michel Delaborde, Gérald Gassiot-Talabot, Maurice Henry (grand prix national des arts graphiques 1982), Jean-Louis Monzat de Saint-Julien, Jean-Pierre Poggi, Pierre Praquin (vice-président du Syndicat national des Graphistes), Jean-Michel

Raingard (chef du service de documentation et d'information du ministère de la Culture), Margo Rouard (graphiste, et chargée de projet pour l'Établissement du Parc de la Villette), Véronique Saint-Geours, Bruno Suzzarelli (chargé de la sous-direction des métiers d'art), Denis Roche (conseiller artistique régional).

12. Les maquettes des propositions non retenues ayant été restituées à leurs auteurs, seules les notes d'intention et devis sont exploitables pour tenter de comprendre les orientations proposées et le contexte de cette commande.

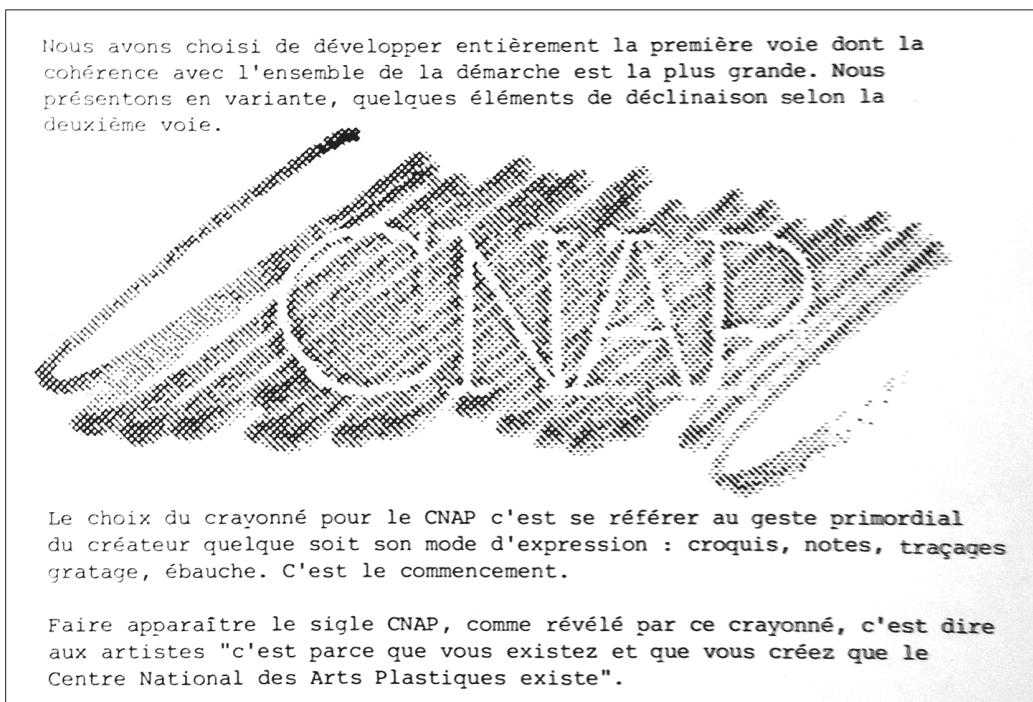
13. Équipe 1, « Ministère de la Culture. Délégation aux arts plastiques. Centre national des arts plastiques. Étude d'image de marque. 1^{ère} phase / Avant-projet », avril 1983, p. 1. Archives nationales 20060377/72, Art. 75.

Cette équipe choisit de privilégier « une série d'attitudes neuves et positives » qu'elle propose de traduire graphiquement par une image « bouillonnante » reflétant les projets et les intentions de l'établissement.

La note d'intention de l'équipe 2 (Jean-Baptiste Blom) contient sept pages dont trois consacrées à l'analyse et la présentation des propositions, les quatre autres détaillent les applications graphiques demandées. Cette équipe s'est concentrée sur les thèmes de l'encouragement et de l'incitation à la création pour élaborer sa première proposition qui joue sur un élément typographique central : la lettre A. Dans sa seconde proposition, elle a cherché à lier les deux organismes (Dap et Cnap) « en mettant en valeur la typographie ¹⁴ ».

L'équipe 3 (Agence A.D. S.A.) détaille son analyse de la commande, les lignes de force du projet, et explicite les deux propositions présentées, dans une note d'intention de 12 pages. Elle tente de mettre en évidence les spécificités respectives de la Délégation aux arts plastiques et du Centre national des arts plastiques, et d'en comprendre les articulations. Elle propose deux images distinctes mais complémentaires pour les deux organismes. Selon l'équipe, celle de la Dap doit « être contemporaine dans son expression. Fédérer les différentes formes d'expressions, ne pas exprimer l'une au détriment des autres [...] Situer l'institution ministérielle dans sa solidité et son caractère officiel [...] échapper à l'expression des courants artistiques et résoudre la symbolisation par une neutralité quant aux tendances exprimées.¹⁵ » L'image du Cnap doit quant à elle se démarquer de l'institution ministérielle, et « exprimer la compréhension et la familiarité du CNAP avec l'expression artistique, symboliser le dynamisme et l'efficacité de la structure d'action, être attractif pour les publics concernés.¹⁶ »

Extrait de la note d'intention de l'équipe 3 (A.D. S.A.), p. 10.
Archives nationales, 20060377/72, Art. 75.



14. Équipe 2, « Étude image de marque », p. 3. Archives nationales, 20060377/72.

15. Équipe 3, « Pré-étude d'image de

marque de la Délégation aux arts plastiques. Note d'intention », avril 1983, p. 4.

Archives nationales, 20060377/72.

16. *Ibid.*

Le dossier remis par l'équipe 4 (Annick Top et Vision 360) est constitué de 84 pages regroupant une « étude » (définition des cibles, présentation des axes, des démarches et leur justification), des recommandations (rappel des objectifs, stratégie, moyens à mettre en œuvre, communication institutionnelle, publicité, information et relation intérieures, relations extérieures) et les principes de collaboration.

Si elle présente cinq « axes » visuels, le dossier remis ressemble davantage à un plan de communication et de marketing, qu'à un travail de création graphique. Elle s'attache en effet au développement d'« une stratégie de communication¹⁷ » plutôt qu'au déploiement et à l'explication des images graphiques qu'elle propose (21 pages sur 84 sont consacrées au développement de l'identité visuelle).

Quatre des cinq axes présentés mettent en avant un symbole devant formaliser un thème principal (l'art, la plastique, la France, le symbole de vie), le cinquième propose deux logotypes. Les justifications quand au choix de ces signes apparaissent comme désuètes et stéréotypées :

« L'Art est l'expression de l'esprit humain. Rien ne nous semble plus fort que le symbole du PSY Grec pour représenter le concept de l'esprit. »

« La plastique est de nature matérielle. La plastique est avant tout la main qui crée et qui façonne.¹⁸ »

Le compte-rendu du comité de sélection précise d'ailleurs que les travaux de cette équipe ne correspondent pas à trois des quatre critères d'appréciation sur lesquels ses membres se sont accordés :

« la ligne graphique doit véhiculer une image forte et correspondre à la capacité privilégiée du Ministère de la Culture de ne pas se plier aux contraintes d'une rigueur conventionnelle, ou de l'anonymat.

cette image doit être de visuel contemporain, sans être excessivement liée à la mode.

elle ne doit pas être figée mais offrir des possibilités d'évolution et d'ouverture.¹⁹ »

Enfin, la cinquième équipe (Agence Desgrippes, Beauchant et Gobé) propose de concentrer l'identité visuelle uniquement sur l'établissement du Cnap dans deux directions visuelles différentes : des fanions et un œil. La note d'intention, extrêmement synthétique (2 pages), ne permet pas d'expliquer davantage leurs projets²⁰.

Après délibération, le comité décide de retenir deux projets : une des deux propositions de l'agence A.D. S.A. et celui de Grapus-Topologies. Ces deux équipes sont reçues le 19 mai 1983, pour présenter leur proposition au comité de sélection. À l'issue de cet entretien, l'équipe lauréate est Grapus-Topologie.

Au cours de la consultation, il avait été décidé d'élargir le cahier des charges à l'identité visuelle du ministère de la Culture. Comme l'indiquent certains comptes-rendus de réunions, elle a effectivement fait l'objet d'un travail graphique de la part de Grapus et Topologies :

17. Ce terme est employé à de multiples reprises dans le dossier.

18. Équipe 4, « Projet pour la création

d'une ligne graphique », avril 1983, n.p. Archives nationales, 20060377/72, Art. 75.

19. *Ibid.*

20. Équipe 5, courrier daté du 21 avril 1983. Archives nationales, 20060377/72, Art. 75.



Le PSY traité par une technique . actuelle
 . qui ouvre l'avenir: l'ordinateur, qui forme
 qui déforme
 qui informe

C'est le principe que nous retenons et que nous choisissons de décliner pour
 la Délégation aux Arts Plastiques

Dans notre esprit, le PSY devient le symbole du Ministère de la Culture.

« Claude Mollard donne son accord sur l'utilisation du logo Ministère de la Culture sur la papeterie du CNAP, le Ministère de la Culture ayant donné son accord sur ce logo au cours de la présentation de la ligne graphique du Ministère de la Culture qui lui a été faite le 17 décembre 1983.²¹ »

Finalement, la commande ne formalisera que la création de l'identité visuelle du Cnap. Celle-ci sera le fer de lance des mesures en faveur du Graphisme et de la Typographie annoncées en novembre 1984 par Jack Lang lors d'une conférence de presse²².

Elle symbolise en effet certains des points présentés dans le plan de relance en particulier sur les questions de Commande publique, de valorisation de l'imprimerie française²³, et d'action de sensibilisation du grand public.

« En se dotant d'une ligne graphique nouvelle et cohérente, le CNAP et les établissements publics chargés des grands projets donnent un exemple des développements possibles de la commande publique en ce domaine.²⁴ »

Les retours du milieu professionnel sont positifs, et félicitent l'initiative du ministère et le travail de création²⁵, les retours politiques, eux, sont plus épineux, et révèlent leur incompréhension vis-à-vis du travail des graphistes. Pierre Beregovoy, ministre de l'Economie, des Finances et du Budget, fait part de sa surprise à propos du coût, de cette identité visuelle :

« Le Centre National des Arts Plastiques a, me dit-on, dépensé près d'un million de francs pour la conception d'un "motif graphique" destiné à orner son papier à lettres et ses publications.

Au vu du résultat obtenu, j'avoue ma surprise : je n'imaginai pas qu'une création aussi simple pût coûter aussi cher... Mais peut-être mon simple bon sens n'est-il pas adapté à l'appréciation de la valeur – sûrement inestimable – de la création artistique.

Puis-je cependant vous demander de veiller à ce que le CNAP ne fasse pas de cette opération une référence en matière de commande publique ? Je craindrais en effet que nos concitoyens n'en tirent argument pour critiquer l'emploi des fonds publics.²⁶ »

Si l'interrogation du ministre peut s'expliquer en partie par une méconnaissance généralisée des problèmes de communication au niveau de l'Administration, elle s'inscrit également dans le « tournant de la rigueur » et de la crise économique dûe à la dévaluation du Franc.

21. Grapus + Topologies, « Compte-rendu de réunion du 17 janvier 1984 avec le Centre national des arts plastique », 20 janvier 1984. Archives nationales 19940053/7.

22. C'est d'ailleurs pendant cette conférence de presse que seront annoncés officiellement les lauréats de cette Commande publique, qui sera révélée pour la première fois. Cette conférence de presse avait pour but de présenter les mesures adoptées par le Gouvernement en faveur

de la typographie et du graphisme. Elle fait suite à la mise en place d'un groupe de travail interministériel pour établir un plan de relance du graphisme et de la typographie.

23. L'imprimerie qui a imprimé les éléments de l'identité est française : l'imprimerie Marchand.

24. Jack Lang, Communiqué de presse « Plan de relance "Graphisme et Typographie". Présentation générale », Fiche n° 6 : Un exemple de commande publique : la ligne

graphique du C.N.A.P., 13 novembre 1984. Archives nationales 1994053/7.

25. Voir notamment la lettre de Jérôme Peignot à l'attention de Jack Lang datée du 31 janvier 1984. Archives nationales 20060377/72. Art. 75.

26. Lettre de Pierre Beregovoy à l'attention de Jack Lang, 27 février 1985. Archives nationales 19940053/7.



27. À ce propos voir l'article «Le dispositif de la Commande publique et le design graphique (1982-2018).»

28. Lettre et note manuscrite de Claude

Mollard à Jack Lang, 14 mai 1985. Archives nationales, 19940053/7 ; Lettre de Jack Lang à l'attention de Pierre Beregovoy, 5 juin 1985. Archives nationales, 19940053/7 ;

Lettre de Claude Mollard à l'attention de Jean-Pierre Grunfeld, 14 août 1985. Archives nationales, 19940053/7.