Design
Arts
Médias

Les actions du Centre national des arts plastiques pour le design graphique et la typographie : de la commande à la collection.

Véronique Marrier
Silvia Dore
Clémence Imbert

2023-04-19

Séance n°3, Mercredi 7 février 2023. Compte-rendu rédigé par Béatrice Raby-Lemoine et Théa Mirault



Figure 1. Conférence 3, master 2 « Design, Arts, Médias », promo. 2022-2023.

Podcast 1

La troisième séance s'intitulait : « Les actions du Centre national des arts plastiques pour le design graphique et la typographie : de la commande à la collection ». Nos intervenantes étaient : Véronique Marrier (Cheffe du service design graphique au CNAP) modératrice, Silvia Dore (designer graphique, enseignante et présidente de l'Alliance France Design), Clémence Imbert (autrice, chercheuse et enseignante à la Head de Genève).

Le thème d'intervention était le suivant : « Dans le cadre de ses activités le Centre national des arts plastiques est un commanditaire qui collabore régulièrement avec des graphistes pour ses outils de communication et ses éditions. Il initie également des commandes qui ont notamment permis la création de deux caractères typographiques : Infini et Faune. Des ensembles de design graphique, fruits de collaborations exemplaires et processus de création de typographies sont régulièrement acquis pour sa collection. Comment s'articulent ces projets qui vont de la création à la patrimonialisation et quelles questions posent ces commandes et ces objets en termes de conservation et d'exposition? »

1. Le lien entre création et commande

Véronique Marrier traite tout d'abord du lien entre création et commande ainsi que la Notre première intervenante et modératrice de la séance est Véronique Marrier, responsable de la promotion du design graphique et de la typographie au CNAP (Centre National d'Arts

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-13 01:09:49, depuis le 216.73.216.42

Plastiques).question de la conservation et de l'acquisition des œuvres de design graphique.

1.1 Présentation de la Cnap

Dans un premier temps, Véronique Marrier opère un retour sur ce qu'est le Cnap, le centre national des arts plastique : principal opérateur du ministère de la Culture, cet établissement possède actuellement 107.000 œuvres mais, au-delà de cette mission de conservation, il soutient et promeut la création.

1.2 Le rapport à la commande

Cet établissement exerce son activité en étant au plus proche des structures existantes. Le CNAP pose que la commande n'est pas en opposition avec la création : en effet beaucoup d'institutions publiques demandent au CNAP comment faire pour trouver des graphistes et passer commande. Une bonne commande, un bon cahier des charges, sont essentiels à un bon fonctionnement entre commanditaire et graphiste et favorisent l'établissement d'un fructueux dialogue. C'est pourquoi le CNAP a élaboré « un guide de la commande » : disponible sur Internet depuis 2014, il va bientôt connaître une nouvelle édition grâce aux retours faits sur ce dernier. Dans sa collection, le CNAP a également acquis beaucoup de travaux de constructions typographiques et de caractères : des essais, mais également les phases de correction optique. Dans le travail de création typographique, il s'agit d'impressions en format A4 sur lesquels on peut voir des annotations et les modifications à faire.

1.3 Les participations du Cnap

Le CNAP participe aussi à l'organisation de salons graphiques avec des questions thématiques. On nous a par exemple expliqué le cas d'une exposition sur la relation entre graphisme et architecture. Dans la continuité de cette envie de soutenir la création, le CNAP a organisé en 2014 une commande de création typographique basée sur un appel à candidature : la thématique était de créer une typographie qui permette de parler de l'histoire de la typographie. Cette commande a donné lieu à la création de la typographie Infini.[1] Le caractère Infini a été désigné par Sandrine Nugue : présenté au travers d'un édito. Ce carnet présente également les déclinaisons de ce caractère. L'édito Infini permet une meilleure diffusion du caractère, mais également de parler de la typographie et donner un nouvel éclairage à ce domaine encore méconnu. Cette commande s'est présentée comme une nécessité afin de présenter la typographie autant sur un plan historique que sur son implication et son utilisation. Le caractère Infini, en plus d'un travail de création de caractères, propose également des pictogrammes comme un E avec une queue qui représente un écureuil ou un L qui s'ouvre qui représenterait un livre : ici on pense à la citation de David Carson « que le mot 'chien' aboie »

1.4 Retentissement du projet typographique

Le caractère Infini a été un succès utilisé par un grand nombre de graphistes. Succès qui a permis un second projet. En effet une collaboration a pu être initiée avec la collection de l'imprimerie nationale, où plusieurs graphistes ont été invités à regarder les collections et imaginer des typographies en lien. Le caractère dessiné par Alice Savoie, la Faune[^2], a été imaginé à partir des planches de plantes dessinées par Buffon. Elle a créé une famille typographique, c'est-à-dire un caractère qui se décline en plusieurs gras et qui possède également une italique. Cette italique est inhabituelle car elle ne suit plus, comme c'est d'ordinaire le cas, le chemin de la plume : elle en prend le contre-pied et s'oriente de manière florale.

1.5 La collection du Cnap

C'est à partir de 2010 que le CNAP réfléchit à l'acquisition de design graphique. Il s'agit de développer une acquisition non seulement du résultat du travail du design graphique, mais également sur le processus de création graphique. Ainsi on retrouve des études de caractères, corrigés à la main, mais également des croquis dans ses acquisitions. On trouve par exemple

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-13 01:09:49, depuis le 216.73.216.42

l’identité visuelle de Canal+. Cette charte graphique a beaucoup évolué avec le passage au numérique. La collection comporte autant les grilles imaginées pour le format télévisuel que pour le format numérique. Cette collection comporte donc le déploiement des supports dessinés par Étienne Robial et a été présentée à l'exposition musée des Arts décoratifs. Le sujet de cette exposition était le Graphisme d'Utilité Publique, sujet qui reviendra régulièrement au cours de cette conférence. Au travers de la collection du CNAP on retrouve également les pictogrammes dessinés par Jean Widmer et son épouse, pictogrammes qui indiquent des endroits de tourisme sur les autoroutes. Encore une fois, il s'agit de graphisme d’utilité publique qui avait pour but de favoriser l'accessibilité au territoire. Cependant, ces pictogrammes étant de moins en moins présents dans l’espace public, leur acquisition par le CNAP permet leur conservation et leur accessibilité pour le public.

1.6 La composition de la collection et ses archives graphiques

Le travail de collection du CNAP se fait plus largement dans un but d’archivage. Il permet l'acquisition de tous les fichiers finalisés, accompagnés d’échanges écrits mais aussi des planches de construction et croquis qui ont permis les résultats graphiques présents. Ici, plus que de simplement observer le contenu fini, on cherche à comprendre les choix réalisés par le design. Pour ce faire, et dans le cas des pictogrammes des autoroutes, on peut aussi consulter des carnets moleskine qui sont des espaces d’esquisse et de création pour le designer. Dans cette collection on retrouve également le travail de Pierre di Sciullo responsable du graphisme du Théâtre de la Colline à Paris. Dans la collection, on retrouve donc des documents de Pierre di Sciullo qui réfléchit à comment on conçoit un caractère, sa réflexion se trouvant beaucoup dans la sonorité, le temps de la prononciation.

1.7 Des archives qui rendent visibles le travail du designer

Focus sur les croquis et travaux de construction des magazines Elle et Marie-Claire Bis, mis en page à une époque qui ne connaissait pas l’ordinateur. Le magazine était présenté sous la forme d’un chemin fer, de doubles pages en double pages, rapidement croquées. Cet objet était construit à l'attention des rédacteurs et des photographes, afin de permettre une meilleure communication. Il construisait ainsi une commande imagée, avec ses intentions. On a donc des chemins de fer d'images qui montrent comment était créé ce magazine. Cela prend presque la forme d'un story board de l'objet imprimé. Il s'agit plus précisément d'un document de travail où le rythme du livre est rendu visible, et cela nous parle à la fois de la façon dont on crée mais également de la structure et de la mise en forme de l'objet graphique.La collection du CNAP va donc du croquis à la réalisation finale. Ainsi le CNAP et sa collection jouent plusieurs rôles : d’une part faciliter la commande, d’autre part créer de nouveaux objets graphiques afin de les acquérir et les conserver. Ces derniers deviennent alors sujets d’étude potentiels.

1.8 Les questions de la salle et les réponses

Qu’est-ce que cela implique de diffuser une typographie ?

- Si la commande est faite par le CNAP, il y a un accompagnement financier des créateurs de caractères, ensuite le résultat est rendu accessible via des téléchargements sur Internet. Les typographies dont la création a été permise par le soutien du CNAP sont libres de droit. Autrement, la plupart des typographies doivent être achetées via une licence. Quand le CNAP achète des typographies il est préférable d’en obtenir le code, ce dernier étant plus facilement archivable et conservable.

- Pourquoi distinguer le terme typographique du graphisme ? S’agit-il d’une hiérarchisation ?

Sans le mettre à distance, ou le placer comme sous-catégorie, il paraît important aujourd'hui de bien utiliser le mot typographie pour en faire sa promotion en tant que réelle application du design,

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-13 01:09:49, depuis le 216.73.216.42

en tant qu'espace de création.

2. Quelle forme pour le design et quel statut pour le designer graphique ?

L'intervention suivante était celle de Silvia Doré qui commence par une citation d'Annick Lantenois, extraite de son livre Le vertige du funambule : « j'entends par politique le pouvoir de transformation des regards que toute action, toute production de signes, tous dispositifs détiennent potentiellement ». Elle pose ainsi la question des relations qu'entretient le design avec la société.

Durant son intervention, Silvia Dore revient d'abord sur son parcours pour devenir designer graphique : elle pense que tout apprentissage nourrit la réflexion quel que soit le sujet. Elle avait commencé par des études d'architecture, puis elle a développé un goût pour le design graphique et son rapport à la lecture des espaces. Elle a ensuite réalisé un stage avec Ruedi Baur, designer travaillant sur la signalétique et donc sur la relation entre information et espace et les questions : comment dialoguer avec l'espace, comment se diriger, sont alors des questions lancinantes.

2.1 La polyvalence du designer graphique

Quand elle parle de son métier elle dit porter plusieurs casquettes : elle possède à la fois la casquette de designer graphique, notamment lorsqu'elle met en place un travail de recherche et, dans un même temps, elle enseigne et s'est aussi engagée dans la politique autour du design. Son studio comporte un département de création typographique afin de répondre aux différentes commandes. Ces typographies sont soit utilisées exclusivement pour une commande soit possèdent la possibilité d'être utilisées pour d'autres projets. Le studio est composé d'une équipe pluridisciplinaire, répartie en fonction des commandes afin d'obtenir une réponse chaque fois ciblée. Le noyau est constitué des deux créatrices du studio qui se font accompagner par des collaborateurs et collaboratrices qui ont chacun et chacune leurs spécificités. Les commandes reçues par le studio viennent autant d'offres publiques, de consultation privée, que de rencontres, de commanditaires privés, d'artistes designers ou encore de milieux associatifs, événementiels ou pédagogiques. Ainsi le studio travaille avec des institutions culturelles, des entreprises privées ou encore des écoles. Les projets, réponses à ces commandes, doivent se penser sur plusieurs plans, tant en termes d'économie de moyens que d'interaction et de lisibilité. La question se pose : qu'est-ce qu'une commande idéale ? Pour Silvia Doré, il s'agit d'une rencontre avec une institution publique sur de gros projets, par exemple de livres ou d'identités visuelles déclinées sous plusieurs formats.

2.2 Quelles formes pour traduire un espace/une communauté/une école ?

Sur un plan esthétique, on retrouve régulièrement dans ses créations la forme d'un objet comme un petit os, qui servira de motifs récurrents et participera à l'idée d'ensemble et de narration. Cet objet graphique se retrouve autant au plan d'une lettre que d'une affiche ou d'un livre. Ce principe permet de concevoir une charte unique et ce par le biais d'une focale. On a parlé du petit os, mais on retrouve également cette utilisation avec une autre charte graphique construite autour de la forme d'un morceau de charbon. Ici des objets qui pourraient paraître pauvres sont devenus objets graphiques, ils deviennent des formes identitaires. Au cours de son travail le studio met en place des ateliers de création en collaboration avec les usagers, les habitants et les commanditaires. Cela passe autant par des questionnaires que par des ateliers. On retrouve ainsi des résultats comme un journal qui lie autant le travail de graphiste que des acteurs locaux. Cette chaîne de production design s'offre de façon plus collective et permet ainsi plus de possibilités. Il s'agit d'une attitude de co-écriture, dans le travail de Sylvia Doré. On retrouve également un engagement politique et ce particulièrement au plan des droits d'auteur qu'il s'agit de faire respecter. Elle est ainsi présidente de l'Alliance France Design international. Cette association a pour but d'œuvrer à une meilleure représentativité du design : la place du droit d'auteur est ici pensée comme une conscience du travail de conception. On remarque le design comme en limite entre une technicité

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-13 01:09:49, depuis le 216.73.216.42

et une création artistique.

2.3 Les questions de la salle

Durant nos questions, nous avons demandé si le design graphique a encore besoin de justifier sa nécessité auprès du commanditaire ? La réponse est : « oui, afin de toujours informer et trouver un respect du métier encore en cours de construction ». En effet, le designer graphique se trouve encore souvent face à des commentaires et remises en question régulières.

2.3.1 Quel statut pour le design graphique qui s'expose ?

Notre dernière intervenante est Clémence Imbert qui nous parle des formes et enjeux de l'exposition du design graphique. Nous sommes d'abord revenus, en suivant le propos de Clémence Imbert, sur une exposition ayant eu lieu en 1931. La densité d'affichage ainsi que la désinvolture des traitements des objets présentés ainsi que le manque de préparation, montre un contraste important avec la façon dont on présente le design aujourd'hui.

2.3.2 Du quotidien à l'intemporel

En effet, on remarque une présence de l'exposition d'affiches en augmentation de nos jours. L'exposition se retrouve dans une variété de contextes : autant dans des musées, que des centres d'art, des galeries ou des festivals. Ces dernières ne connaissent pas toujours la même organisation que les expositions d'art classique, dans la mesure où l'on retrouve beaucoup le rôle de designer-curateur ou le designer qui s'expose lui-même. Le graphisme imprimé s'affiche à l'origine dans la rue. Ainsi le passage de la rue au musée pose plusieurs axes de réflexion. Ici, est cité Peter Bilak, graphiste slovaque, qui écrit dans son article Graphic Design In the White Cube en 2006 : « exposer du design c'est comme exposer un oiseau empaillé, afin d'observer comment il vole, comment il chante ». Le graphisme et les affiches sont des objets appartenant à l'espace public, au quotidien. Cependant, le passage de ces créations de l'espace public à l'espace muséal pose question sur le statut du design graphique aujourd'hui. Il existe beaucoup d'ouvrages qui définissent ce qu'est l'art, cependant le design graphique a encore du mal à se définir lui-même. Il semble important aujourd'hui de poser les définitions et limites du design graphique, et encore plus dans un contexte où il se présente et s'expose.

Clémence Imbert a abordé les débuts des expositions où l'on a trouvé plusieurs médiums différents, et un manque de mise en contexte des affiches de design graphique.

3.2 Retour sur des expositions historiques

Dans le cadre de cette recherche doctorale, on trouve dans une rétrospective de l'Histoire des expositions de design graphique, et les lieux qui ont fait cette histoire : à savoir les musées qui sont le centre Georges Pompidou, à Paris, Le MoMA à New York, et le Stedelijk à Amsterdam. Les recherches de notre intervenante ont donné lieu à plusieurs axes d'études : dans un premier temps elle a étudié les expositions pluridisciplinaires, avec la présence de plusieurs médiums, dont le design graphique. Dans un second temps ont été analysées les expositions entièrement dédiées au graphisme et la relation que ce dernier entretien avec la société. Et enfin les monographies, ces expositions dédiées à une carrière en particulier. Ces recherches posent la question de la scénographie, de la présentation de ces affiches. Les expositions pluridisciplinaires, en 1940, présentant ainsi plusieurs médias, sont une révolution, faisant apparaître un dialogue ainsi que l'espace poreux entre les différents expôts. On se demande alors quel statut pour l'affiche dans ce genre de contexte ? Par exemple, dans l'exposition Paris-Moscou, organisée à cette époque au centre Georges Pompidou, on retrouve la maquette d'une scène, prenant place à Paris, où une figurine miniature se tient dans une salle où tout le décor est historique et où une affiche est présentée. Quel statut pour l'affiche dans ce genre de contexte : est-ce qu'il s'agit de compléter un vide, l'affiche ne devenant qu'un poster ? Ou est-ce que l'affiche est ici un complément d'ensemble, un artefact représentatif d'une époque, d'un moment ? L'affiche est-elle une œuvre, un document ou un simple décor ? Un ajout au spectacle, un ajout au spectaculaire ?

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-13 01:09:49, depuis le 216.73.216.42

3.3 De l’espace public à l’espace d’exposition

L'exposition *Collection* au musée Le Signe était un accrochage condensé, trié par thèmes. Ce dernier s’était mis en place grâce à l’usage de Plexiglas (plutôt que de cadres) afin d’exposer les affiches/œuvres de la façon la plus proche de leur contexte d’origine : la rue. On ne fait pas de distance entre celui qui se balade dans cette dite rue et celui qui se balade dans l’exposition. L’affiche ainsi présentée ne peut pas basculer vers de l’art, elle reste objet ordinaire, objet du quotidien. Nous avons ensuite vu l'exemple de l'exposition Qu'est-ce qu'une campagne publicitaire ? mise en place par le collectif Grapius. Il s'agit d'une exposition pédagogique cherchant à faire voir les métiers qui composent la création graphique publicitaire. Cette exposition était très critique. En effet le collectif est également à l'origine d'un manifeste contre la publicité, manifeste commençant par : « le design graphique en France se porte bien tant qu’il existe ». On comprend que le collectif Grapius est un défenseur du graphisme d'Utilité Publique, et qu’il a de ce fait participé à plusieurs projets sur le territoire français en faveur de la culture et de valeurs sociales. En 1998 le Signe crée également, autour de l'expression « Image d'Utilité Publique », une exposition où le graphisme est présenté via ses actions pour le grand public et pour la culture. Cette exposition pédagogique donne à voir sous une vitrine des cas particuliers et leurs particularités : la commande, combien les artistes ont été rémunérés, et toutes autres informations pragmatiques. On y retrouve également des croquis et esquisses qui ont participé au processus créatif. Cela aura pour but de montrer en quoi et comment se fait le travail d’un designer graphique.

3.4 Affiche = œuvre ? Designer = artiste ?

Dans les encarts de présentation de ce genre d’exposition, on retrouve les termes « œuvre » et « artiste » afin de définir le travail du designer graphique et ce dernier. On remarque combien les limites se floutent entre design graphique et création artistique, quand le graphisme entre dans l’espace muséal. En 1941 les États-Unis lancent The national défense poster compétition, compétition qui présentera les affiches gagnantes durant une exposition : des affiches au service de l'État et de son service militaire. On remarque bien ici le design graphique et les designers graphiques comme des acteurs de la transformation des regards.Au travers de ces exemples on aura principalement vu des affiches qui, participant à la culture, se sont de plus en plus souvent fixées pour but de pousser plus loin les habitudes visuelles. Ainsi, elles ont porté une revendication de designer/auteur. On citera ainsi cette phrase de notre intervenante : « Le graphisme le plus exposé est le graphisme d’auteur et non le graphisme publicitaire ». Il est important de préciser que le terme « exposé » s'entend ici comme « exposé dans les espaces muséaux et non pas simplement ‘exposé dans la rue », visible pour tous.

3.5 Les questions de la salle

Au cours des questions, il est cependant rappelé que l’AGI (Association Graphique Internationale), avait commencé à faire des expositions dès 1930, exposant les affiches publicitaires de Cassandre, et on posera que la critique qui est ici faite contre le graphisme publicitaire porte plus contre les affiches utilisant la photographie considérée comme trop littérale.

Enfin, aura été posée la question suivante : « Est-ce que le designer graphique Roman Czilevitch (et la monographie qui avait été réalisée sur lui au musée des arts décoratifs) sont représentatifs de l’attention que l’on donne au design graphique et au designer ? ». Il sera répondu : « Oui et non ». En effet le travail de Czilevitch est autant celui d’un design d'auteur que d’un design publicitaire, et son esthétique unique et personnelle aura grandement participé à la transformation du regard.

4. Notre Conclusion

Au cours de cette conférence nous avons pu découvrir et explorer les conditions et conséquences des commande de design graphique et typographique, et ce, sur différentes échelles et périodes

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-13 01:09:49, depuis le 216.73.216.42

historiques. Les trois intervenantes nous ont éclairé sur des questionnements allant de la mise en place d'une commande, à celle d'une collection, et à l'exposition de ces dernières. V. Marrier explique ainsi les aspects plus institutionnels de la commande et de la collection dans le cadre de son travail au CNAP. S. Dore, quant à elle, définit les usages de la commande de design en agence par le biais de son expérience personnelle. Son récit était prenant et éducatif pour les futurs designers présents dans la salle. Et C. Imbert nous a instruit sur les débuts des expositions de design graphique et des problématiques qui ont soutenu de telles démarches, et combien ces problématiques sont encore aujourd'hui actuelles.

Grâce à cette conférence on aura ainsi pu observer que le design graphique passe par plusieurs étapes : de sa conception avec tous ses croquis à sa mise en place dans l'espace public, à l'espace de présentation au grand public, par des expositions et des mises en place muséales, et enfin par son archivage qui va permettre de nourrir l'histoire du design et son implantation dans nos quotidiens.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-13 01:09:49, depuis le 216.73.216.42

1. https://www.cnap.fr/sites/infini/, consulté le 29 mars 2023.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-13 01:09:49, depuis le 216.73.216.42