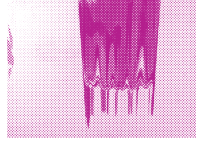
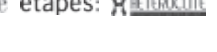




Avec la participation des designers graphiques
Antoine + Manuel – Change is Good – deValence
Frédéric Teschner – Office ABC – Superscript²
Clément Le Tulle-Neyret & Thomas Leblond
Alaric Garnier & Hugo Anglade



13 rue de la Poulailleterie 69002 Lyon



Tout le monde connaît Roger Excoffon



DOSSIER DE PRESSE

Né à Marseille, dans une famille de minotiers et de juristes, Roger Excoffon (1910-1983) étudie le droit à Aix-en-Provence et « monte » à Paris à l'âge de 19 ans pour suivre une voie artistique. Après une courte période comme dessinateur dans une agence de publicité parisienne, en 1940, il prend en 1945 la tête de l'antenne parisienne de la fonderie Olive, dirigée à Marseille par Marcel Olive, son beau-frère. Il en deviendra le directeur artistique.

Du Chambord au Mistral

La mission principale de Roger Excoffon est de développer la fonderie marseillaise, distancée par l'importante maison Deberny & Peignot, dont Charles Peignot tient les commandes. Excoffon se lance alors, tout néophyte qu'il est, dans le dessin de caractères, à la demande de Marcel Olive et avec son soutien. Homme d'affaires dynamique, Marcel Olive est particulièrement sensible aux nouvelles possibilités offertes par la reconstruction industrielle de l'après-guerre. L'objectif des deux hommes est également de concurrencer les polices de Deberny & Peignot, dessinées par Cassandre entre autres.

Après le **Chambord**, Roger Excoffon crée le **Banco**, distribué avec succès par Olive en 1951. Suite à une longue réflexion et maintes expérimentations, François Ganeau, sous la direction d'Excoffon, dessine le **Vendôme** en 1952. Excoffon réfléchit alors à un caractère capable de reproduire la vivacité et la spontanéité de l'écriture manuelle.

Le **Mistral** naît, « mon écriture réalisée en plomb » aimera dire Excoffon qui



s'est inspiré de sa propre graphie. Dès sa sortie en 1953, le Mistral remporte un éclatant succès; Excoffon peaufine alors le **Choc**, autre best-seller typographique qui conquiert avec les autres polices les devantures commerciales de l'hexagone, du bar-tabac de village au magasin parisien.

Excoffon s'entoure de deux collaborateurs qui marqueront, eux aussi, l'histoire du graphisme: **José Mendoza y Almeida** pour le dessin, **Gérard Blanchard** pour les recherches typographiques.

En 1956, Excoffon crée sa propre agence, **U&O (Urbi et Orbi)**. En 1958, avec José Mendoza, il propose aux dirigeants d'**Air France** le nouveau logo de l'entreprise, qui restera inchangé pendant cinquante ans.



Le temps de l'affiche

Excoffon aborde l'autre versant de son art en dessinant **logos et affiches** publicitaires. De 1960 à 1970, U&O puis Excoffon Conseil, créé en 1971, réaliseront les affiches d'**Air France**, **Jet Tours**, **Bally**, **Larousse**, **Dior**, **Renault**, **Dunlop**, **Rivoire et Carret**, **Campari**, **Reynolds**, **SNCF**, **Caisse d'Épargne**, **Fluocaril**, **Sandoz**, **Loterie nationale**, **Prix d'Amérique**...

Les **jeux olympiques** de 1968 bénéficieront également de la « patte » d'Excoffon, de même que l'**emprunt d'État** et la déclaration de revenus de 1973. S'y ajouteront d'autres créations dont plusieurs timbres et l'affiche du film **La prisonnière** de Henri-Georges Clouzot (1969)...

Parallèlement, Excoffon joue un rôle prépondérant au sein des **Rencontres internationales de Lure**, qui réunissent chaque année à Lurs en Provence l'élite du monde graphique international; il prend une part active dans la vie du **Syndicat national des graphistes**.

Excoffon expose en France et à l'étranger et remporte de très nombreux prix et distinctions: **grand prix de la Publicité** pour la campagne d'Air France (1962), **Médaille d'Or Martini** (1965), lauréat de la première **Biennale internationale de l'affiche de Varsovie** (1966), **Oscar de l'emballage** (1969)...

Les points forts de l'exposition

- Des documents inédits prêtés par **Martine Rosaz-Excoffon**, fille du graphiste,
- La contribution de **huit jeunes graphistes** pour la création d'affiches évoquant l'apport de Roger Excoffon au design graphique,
- Une **promenade urbaine** autour des enseignes commerciales utilisant les caractères d'Excoffon,
- Le **catalogue de l'exposition**, avec les contributions de plusieurs acteurs du monde graphique (Éditions studio 205),
- Des **ateliers de dessin de caractères** avec Matthieu Cortat, créateur de caractères et intervenant au Musée de l'imprimerie,
- Une **conférence de Sandra Chamaret et Julien Gineste** le 12 décembre 2011 sur l'histoire de la fonderie Olive et le développement du caractère Mistral.



Excoffon après Excoffon

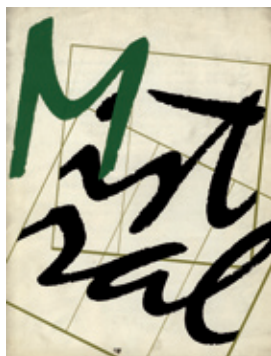
La Monnaie de Paris a consacré à Roger Excoffon une importante rétrospective en 1986, trois ans après sa disparition. Les polices Mistral, Choc et Banco sont numérisées par Phil Grimshaw en 1997 pour la fonderie ITC. En 2006, Sandra Chamaret et Julien Gineste organisent dans le cadre des Rencontres internationales de Lure une première exposition consacrée à Excoffon, une seconde à l'École supérieure d'Art et de Design d'Amiens (ESAD), puis signent avec Sébastien Morlinghem l'ouvrage **Roger Excoffon et la fonderie Olive** (Ypsilon, 2010).

Roger Excoffon, gentleman de la typographie, de David Rault, est paru en 2011 aux Ateliers Perrousseaux.



Questions à...

Tony Simoes Relvas, Martine Rosaz-Excoffon et Robert Rosaz, Sandra Chamaret, Julien Gineste, David Rault, Mathieu Cortat



Tony Simões Relvas

graphiste, commissaire de l'exposition

Quelle a été votre première rencontre avec Excoffon ?

Dans le cadre d'un projet d'imprimé pour le Diplôme national Art et Techniques à l'École nationale supérieure des Beaux-Arts de Lyon, j'avais choisi d'utiliser les caractères d'Excoffon.

Comme tout un chacun, je connaissais surtout Excoffon pour ses typographies. En approfondissant mon sujet, j'ai eu envie de réaliser un vrai travail éditorial, de me mettre dans la peau d'un éditeur qui voudrait faire connaître Excoffon au-delà de ce que le commun des mortels perçoit de lui, c'est-à-dire les enseignes commerciales...

Je me suis alors aperçu qu'il existait très peu d'informations sur Roger Excoffon. Peu d'images ou de textes sur internet, et dans les histoires du graphisme, son travail se résumait en quelques lignes (nous étions en 2008).

Pour nourrir cette édition, j'ai donc rencontré José Mendoza y Almeida et François Richaudeau, qui ont travaillé avec Excoffon et ont apprécié au plus haut point ses qualités humaines. J'ai également fait des recherches dans les collections du Musée de l'imprimerie, qui possède un fonds consacré à Excoffon. J'ai pris alors conscience de la profusion des caractères d'Excoffon dans les revues de son époque et au-delà, de l'utilisation très abondante de ses caractères et de l'influence qu'il a eue sur la communication graphique de son temps.



Damien Gautier, enseignant à l'ENSBA, m'a mis en contact avec Sandra Chamaret et Julien Gineste qui préparaient une exposition sur Excoffon pour les Rencontres de Lure. J'ai alors appris qu'il existait un fonds d'archives en possession de Martine Rosaz-Excoffon, fille du designer, à qui j'ai soumis une autre idée: celle d'une exposition au Musée de l'imprimerie. Madame Rosaz-Excoffon a bien voulu, dans cette perspective, ouvrir ses archives familiales.

Que représentent pour vous ces archives ?

Un morceau d'histoire à redécouvrir, une aventure d'archéologue du graphisme, bien que ces archives n'aient que 28 ans! Il faut prendre conscience que le travail d'Excoffon a été « zappé » pendant des années, et, avant les ouvrages de Sébastien Morlinghem, Sandra Chamaret, Julien Gineste en 2010 et David Rault en 2011, il n'y a pas eu de chapitre entier sur Excoffon dans les livres de design graphique, bien qu'il ait réellement marqué le patrimoine visuel français!

Nous avons peut-être trop vécu sous la domination du style suisse, alors que nous possédons un patrimoine graphique français où Excoffon a joué un rôle prééminent, avec cette importance donnée au geste spontané, à la main de l'artiste, qui essaie de déjouer le caractère mécanique du plomb et la rigueur de la machine.

Quel aspect vous a le plus frappé ?

Ces archives m'ont aidé à comprendre la démarche d'Excoffon. Prenons l'affiche d'Air France avec le Concorde, par exemple, qui est très connue. J'ai retrouvé son dossier de création, avec pas moins d'une centaine d'essais; toujours le même geste répété et amélioré. Excoffon était un forcené de la perfection, de la spontanéité maîtrisée. Il en est ainsi pour toutes ses créations, il lui faut faire des centaines de gammes avant l'esquisse finale.

J'ai trouvé également dans ces archives des milliers de dessins d'Excoffon, du portrait à la nature morte; il dessinait en toutes circonstances. J'ai compris à quel point son travail de dessinateur nourrissait son

travail de graphiste; c'était un artiste qui amenait son pinceau à son studio de création graphique et publicitaire.

Quel est l'objectif de l'exposition au Musée de l'imprimerie ?

L'objectif est d'offrir la vision la plus large possible du travail d'Excoffon.

Il a fait de nombreux travaux qu'on connaît moins, par exemple pour les laboratoires. Cela n'a peut-être pas le même intérêt qu'une affiche très connue pour Air France, Bally, la SNCF, mais cela donne aux gens une idée du travail d'un studio de création: il y a du prestigieux et de l'alimentaire, mais tout est réalisé avec le même professionnalisme. Je voudrais également montrer qu'Excoffon est un graphiste qui a traversé les générations, même s'il l'a fait silencieusement, qu'il est intemporel et qu'il continue toujours d'influencer les graphistes d'aujourd'hui.



L'utilisation de ses caractères en est un premier témoignage. Dans cette exposition je souhaite montrer la présence d'Excoffon au sein de la scène graphique contemporaine. Pour cela j'ai invité huit graphistes français, proches du travail de Roger Excoffon, à créer une affiche lui rendant hommage: Frédéric Teschner; Office ABC; Antoine+Manuel; Change is good; Superscript²; Clément Le Tulle-Neyret & Thomas Leblond; Alaric Garnier. Leurs affiches seront montrées dans l'exposition aux côtés de celles d'Excoffon.



Quel sera le cheminement du visiteur dans l'exposition ?

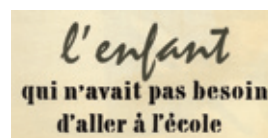
Il entrera d'abord dans la partie de l'œuvre d'Excoffon que l'on connaît le mieux, les enseignes commerciales et les caractères typographiques. Avec les photographies de devantures, le visiteur se verra offrir un « bain » dans les typos les plus populaires, celles qu'il côtoie dans sa rue : Mistral, Banco, Choc, Calypso.

Il comprendra comment fonctionne la lettre, du dessin à l'imprimeur, du plomb à la devanture. Dans les archives d'Excoffon il y a des boîtes de caractères dessinés à la main, ils sont destinés au fondeur pour la fabrication ; nous n'étions pas encore au numérique !

Le visiteur découvrira bien sûr l'univers de l'affiche, un autre versant important de l'exposition. Il verra comment travaillait Excoffon, avec



par exemple toutes les étapes avant la version finale d'un logo ou les multiples maquettes d'une même affiche ; le tout entièrement dessiné à la main jusqu'à la dernière proposition. C'est une leçon de savoir-faire autant qu'une plongée dans l'univers prodigieusement artistique d'un très grand monsieur de la communication graphique, qui est resté pour beaucoup, une légende.



Martine Rosaz-Excoffon fille de Roger Excoffon, **Robert Rosaz** son gendre

Les archives professionnelles de Roger Excoffon sont parvenues intactes jusqu'à nous, sans doute devons-nous en remercier sa famille et ses collaborateurs. Pouvez-vous nous expliquer le rôle de chacun dans cette transmission ?

À la mort de Roger Excoffon en 1983, Betty Brunswick, son assistante pendant plus de quinze ans, fut l'artisan principal de l'exposition-rétrospective de 1986 à la Monnaie de Paris avec la contribution d'Excoffon Conseil, et

l'appui de quelques sponsors, dont Ofmi Garamont. Elle réalisa un énorme travail de collecte de documents, de classement et de conservation.

Le catalogue de l'exposition à la Monnaie de Paris de 1986, qui fut réalisé à cette occasion, est jusqu'à aujourd'hui l'ouvrage de référence unique de l'œuvre d'Excoffon.

Il est évident que sans ce travail patient et méticuleux, les archives d'Excoffon auraient été perdues, aucun ouvrage n'aurait pu voir le jour



et aucune exposition, comme celle de Lyon, n'aurait jamais pu être organisée.

À la mort de Madie Excoffon en 2002, épouse de Roger Excoffon, nous avons hérité de la totalité des archives. Celles-ci comprennent aussi bien les travaux d'atelier des années de jeunesse, que les dernières gouaches. On y retrouve aussi toutes les créations typographiques de la fonderie Olive, y compris les fameuses boîtes contenant les dessins originaux des caractères et les maquettes d'affiches publicitaires célèbres.

À cette époque, l'œuvre d'Excoffon est un peu tombée dans l'oubli, en dépit de quelques manifestations ponctuelles.

Puis, la « traversée du désert » prend fin et nous avons été régulièrement



sollicités par des chercheurs ou des étudiants qui redécouvrent Excoffon et son œuvre notamment typographique. Ceux qui ont pu accéder aux archives se déclarent toujours impressionnés par leur qualité et leur variété.

La question du devenir de ces archives devient cependant de plus en plus urgente. Que faire ? Les dissocier (séparer les caractères des affiches, des campagnes publicitaires, etc.) ? Contacter différents musées ? Comment trouver une institution unique que l'ensemble intéresse, d'autant que l'œuvre d'Excoffon est un tout, chaque domaine influençant les autres.

L'élément déterminant fut la rencontre en 2008 de Sandra Chamaret, Julien

Gineste et Sébastien Morlighem pour leur ouvrage *Roger Excoffon et la fonderie Olive*, publié en 2010. Vint ensuite la demande insistante d'une exposition au Musée de l'Imprimerie de Lyon en 2010. À ces différentes occasions, la réflexion a pu avancer et nous avons ensuite pris contact avec différentes institutions.

Grâce à vous, les archives professionnelles de Roger Excoffon vont être versées à l'Imec (quelques documents également au Musée de l'imprimerie); elles seront donc consultables par les chercheurs ou les étudiants, quelles sont vos motivations à ce don ?

Nos souhaits étaient de pouvoir conserver en un lieu unique les archives typographiques, les maquettes d'affiches, les travaux graphiques et publicitaires ainsi qu'une partie de l'œuvre de peintre et de dessinateur de Roger Excoffon, afin d'offrir une approche globale et cohérente de son œuvre et de sa personnalité.

L'Institut Mémoires de l'Édition Contemporaine (IMEC) et son directeur des collections, André Derval, se sont déclarés intéressés par l'œuvre d'Excoffon et heureux d'accepter un dépôt de la totalité du fonds.

Cette institution nous a semblé être le lieu idéal, tant par la richesse des archives qui y sont conservées que par la qualité de ses infrastructures et l'accueil réservé aux chercheurs. Le professionnalisme des équipes chargées de la conservation des documents nous a également impressionnés. Enfin, l'abbaye d'Ardenne dispose d'un espace-musée permettant d'organiser des expositions ouvertes au public. Les archives sont consultables dans un lieu approprié et l'IMEC peut également les prêter à l'occasion d'expositions extérieures.

C'est ainsi que mi-2011 un premier contrat d'apport a été signé avec l'IMEC. D'autres apports seront également effectués à l'issue de l'exposition de Lyon.

Sandra Chamaret et Julien Gineste

designers graphiques, enseignants et chercheurs, co-auteurs avec Sébastien Morlinghem de l'ouvrage *Roger Excoffon et la fonderie Olive* (Ypsilon, 2010)

On parle de l'engouement actuel pour le travail d'Excoffon. S'agit-il d'un intérêt seulement des historiens du dessin de la lettre qui exploitent un sujet « neuf », ou d'un véritable engouement de ceux qui font la communication graphique, à savoir les graphistes eux-mêmes ?

Lorsque notre livre est paru, un ami nous a dit: « Excoffon est un tel fantasme... » Je crois que c'est le terme qui convient. À l'inverse d'autres pays, où l'histoire du graphisme et ses grandes figures sont connues et étudiées, en France, les graphistes connaissent mal leur patrimoine, par manque de recherche et de publications.

Roger Excoffon fait partie des quelques personnalités qui fascinent les jeunes graphistes, mais de façon partielle. Son œuvre est souvent mal comprise, et seule une caricature sympathique de son travail émerge, qui n'est pas fidèle à son approche extrêmement rigoureuse.

Comment analysez-vous l'éclipse du travail d'Excoffon ces vingt dernières années ?

Sa famille est restée discrète et n'a pas cherché à faire reconnaître la valeur de sa production. De nombreux autres graphistes sont dans le même cas.

[Précision du Musée de l'imprimerie: Martine Rosaz-Excoffon a récemment fait don des archives professionnelles de son père à l'Institut Mémoires de l'Édition Contemporaine – IMEC – et a également offert un certain nombre de documents au Musée de l'imprimerie.]



Quel est, pour vous qui avez étudié l'œuvre typographique de Roger Excoffon en profondeur, le véritable apport d'Excoffon à la typographie française et européenne ?

Une compréhension des enjeux techniques du plomb, leur dépassement et une grande aisance formelle dénuée d'a priori historique. Dans le cas des alphabets développés à la fonderie Olive, il faut souligner le rôle fondamental de Marcel Olive qui bien avant l'arrivée d'Excoffon avait défini les axes de création de son entreprise. Nous insistons sur le fait que ces alphabets ont vu le jour grâce à la rencontre de ces deux hommes.

Aujourd'hui, l'affiche et la communication publicitaires, commerciales et d'entreprises ont évolué vers une conception autre que celle d'Excoffon, moins personnelle, moins artistique. Comment expliquez-vous cette évolution par rapport aux années 60/70 ?

Dans les années 1970, Excoffon disait que les commandes se scindaient en deux catégories: celles destinées à son agence de conseil et celles qui réclamaient sa signature picturale. De là découlaient également deux tarifications différentes.



David Rault

graphiste, historien de la typographie,
directeur de collection aux Ateliers
Perrousseaux

On parle de l'engouement actuel pour le travail d'Excoffon. S'agit-il d'un intérêt seulement des historiens du dessin de la lettre qui exploitent un sujet « neuf », ou d'un véritable engouement de ceux qui font la communication graphique, à savoir les graphistes eux-mêmes? Avez-vous des exemples concrets de l'influence du travail d'Excoffon dans la communication graphique d'aujourd'hui?

Le renouveau d'intérêt dont semble bénéficier le travail typographique de Roger Excoffon ces temps-ci, outre le fait que nous avons célébré le centième anniversaire de sa naissance l'année dernière, me paraît être principalement dirigé par les graphistes de la nouvelle génération, ceux-là même qui n'ont pas ou peu étudié Excoffon en classe, l'ont redécouvert et se l'ont approprié.



Il est évident que les caractères de Roger Excoffon sont pleinement de retour dans la communication visuelle actuelle (j'ai d'ailleurs été agréablement surpris de retrouver le Mistral dans le générique d'ouverture du film *Drive* de Nicolas Winding Refn, prix de la mise en scène au dernier festival de Cannes), et ils rejoignent d'ailleurs ici un autre caractère qui, après avoir été mis au pilori pendant des décennies, se retrouve sur nombre de pochettes de disques et autres couvertures de livres et de magazines parfois pointus, à savoir le Cooper Black de Oswald Cooper, lui aussi victime de son succès et associé durablement à une image « ringarde ». Je ne sais pas si Excoffon est dorénavant enseigné dans les écoles d'art mais je ne peux que l'espérer.

Comment analysez-vous l'éclipse du travail d'Excoffon ces vingt dernières années?

Comme je le disais plus haut, Roger Excoffon a été victime de son succès : ses caractères sont arrivés sur le marché au bon moment, dans la France de la reconstruction, de la consommation et de la joie de vivre ; ils correspondaient à une attente et étaient réalisés avec un tel soin et une telle maestria que l'engouement a été massif et incontrôlable, et a assuré de nombreuses

années de prospérité à la fonderie Olive. Les Banco, Mistral et Choc, principalement, se sont retrouvés sur tout ce qui existait de bar tabac, épiceries, salons de coiffure... Devenant de fait la signature stylistique de la France des trente glorieuses. Ses alphabets devinrent « à la mode », et l'une des caractéristiques de ce qui est à la mode, c'est d'être frappé du sceau d'infamie dès que le vent tourne, et c'est exactement ce qui s'est passé : lorsque le pays est entré dans sa phase de transition au début des années 1970, les lettres d'Excoffon se sont retrouvées, du fait de leur omniprésence, associées définitivement à une époque et un contexte qui n'avaient plus lieu d'être. Elles ont donc peu à peu disparu des publicités, logos et autres enseignes, et encore de nos jours elles sont utilisées très souvent pour caricaturer les années 1950-1960 ou la province de la France profonde.

Quel est, pour vous, le véritable apport d'Excoffon à la typographie française et européenne ?

Roger Excoffon avait une maîtrise absolue de la calligraphie et du trait juste ; il a prouvé, à une époque où la typographie était encore majoritairement classique ou géométrique, que l'on pouvait apporter une apparente légèreté et même une sorte de facilité tout en gardant un niveau d'exigence rare et une exécution irréprochable. En un mot comme en cent, il a prouvé que l'on pouvait oser sortir des sentiers battus, et a indéniablement sorti la typographie de son carcan.

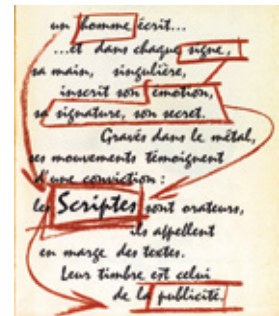
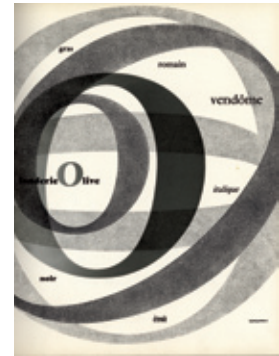
Aujourd'hui, l'affiche et la communication publicitaires, commerciale et d'entreprises ont évolué vers une conception autre que celle d'Excoffon, moins personnelle, moins artistique. Comment expliquez-vous cette évolution par rapport aux années 60/70 ?

Bien qu'il y ait encore beaucoup de travail pour les illustrateurs dans le monde de la publicité, il est évident que l'évolution des goûts et des mœurs

de la société est pour beaucoup dans la désaffection d'un certain style graphique ; aujourd'hui, le travail de publicité se base principalement sur la typographie et la photographie, sur des univers très lisses qui reflètent la « génération cyber » et s'adressent au plus grand dénominateur commun. Les artistes sont encore là mais ils ont déserté ce domaine pour se concentrer sur leurs propres travaux ou sur les illustrations de journaux d'actualité ; on voit d'ailleurs souvent des pochettes de disques ou des affiches de film illustrés dans un style que n'aurait pas renié Excoffon.

Pensez-vous qu'il y a un retour à des formes d'alphabets plus informels à la suite du règne du style international et de l'avènement du Macintosh et des médias numériques ?

Cela fait déjà plusieurs années que des typographes de grand talent nous offrent des alphabets scriptes de très grande beauté, comme Alejandro Paul et sa fonderie Sudtipos ou le trio d'Underware (qui se sont par ailleurs toujours présentés comme de grands admirateurs du travail de Roger Excoffon). La disponibilité d'outils de design puissants et les fonctionnalités impressionnantes de technologies comme OpenType ont clairement contribué à un renouveau du genre, et il me plaît à penser que Roger Excoffon, s'il avait vécu ces jours-ci, nous aurait gratifié de travaux extraordinaires. C'est également, je pense, très important de voir que la calligraphie garde encore une place primordiale à une époque où les claviers ont remplacé les stylos.



Matthieu Cortat

dessinateur de caractères et graphiste

Quel est l'apport de la création typographique d'Excoffon au dessin de lettre d'aujourd'hui? A-t-il « inventé » quelque chose, véritablement apporté de nouveaux gestes au dessin de caractère (cf. la réflexion de Frutiger devant le Mistral, se demandant comment diable Excoffon a bien pu s'y prendre pour arriver à ce résultat).

Ce qu'Excoffon a inventé, c'est l'identité visuelle de la France des années cinquante et soixante!

Alors que chez Deberny & Peignot (principal concurrent de la fonderie Olive), j'ai l'impression qu'on évoluait plutôt dans le monde du livre, de l'édition, plus traditionnel, plus prestigieux, la fonderie Olive se tournait, elle, vers les produits de consommation, les ephemera, des écritures plus populaires, communes, qui ont laissé une marque profonde sur le paysage graphique français: Excoffon, c'est la lettre française des trente glorieuses.

Par exemple, la place centrale de Saillans (Drôme) offre sur quatre côtés des enseignes en Banco, Choc, Mistral, Antique Olive. Plus récemment, le film *Les Biens aimés* de Christophe Honoré débute dans un Paris sixties coloré et nostalgique... avec un générique en partie en Mistral!

À part cela, je dois avouer une certaine perplexité face aux créations d'Excoffon, comme Frutiger. Venant comme lui d'une tradition (suisse) où le compas, l'ordre, la simplicité, la mesure sont de règle, l'exubérance et la liberté de style d'Excoffon sont un peu déroutantes.

Comment a-t-il fait pour réussir ce Mistral, un caractère typographique



où toutes les lettres sont identiques, et qui pourtant rend si bien l'effet calligraphique (où chaque lettre est, par définition, différente)?

L'Antique Olive Nord reste également un mystère pour moi: il est difficile de trouver un caractère ayant plus d'impact et de force que celui-ci, sans pour autant perdre en lisibilité.

Ce qu'Excoffon a inventé, c'est un style. Vif (parfois un peu brusque), fort, expressif sans sensiblerie, clair sans dogmatisme, lisible sans traditionalisme, jamais austère, jamais sec. Le travail de quelqu'un qui ne conçoit pas l'écriture intellectuellement, mais aime ses aspects physiques: les gestes, les poids, l'encre, le stylo. Peut-être est-ce cette « matérialité » qui confère à son œuvre cette qualité qui la fait encore grandement apprécier à travers le monde aujourd'hui, alors que beaucoup de créations numériques « dématérialisées » manquent de « matière »?

Tony Simões Relvas
Commissaire
de l'exposition

Samuel Rambaud
co-commissaire
de l'exposition

design & scénographie
www.extrafine.fr

Contacts:

Bernadette Moglia
Communication
04 37 23 65 33
bernadette.moglia@mairie-lyon.fr

Tony Simões Relvas
Commissaire
de l'exposition
tonysr@extrafine.fr



ville de





dauphin

CAMPARI
long drink

Roger Excoffon devant l'affiche qu'il a réalisée pour Campari en 1970.