GRAPHIUS

Magazine

IL Y A DU BLANC ET PUIS IL Y A G-SNOW.

Un papier couché ultra blanc d'une qualité exceptionnelle!

G-Snow fait partie de la famille G, qui comprend également le célèbre G-Print. La famille G se compose de papiers couchés sans bois pour les experts en impression qui souhaitent une qualité d'impression constante et exceptionnelle pour les petits et grands volumes d'impression.

Pour plus d'informations, contactez nous:

Papyrus Belgium nv/sa
Noordkustlaan 16C/4
1702 Groot-Bijgaarden

Email info.be@papyrus.com
Tél +32 2529 85 11

Du papier destiné aux experts

arcticpaper.com/g-snow

LE RETOUR SUR LES DÉPENSES PUBLICITAIRES

EST 3 À 10 FOIS PLUS ÉLEVÉ*
AVEC UNE IMPRESSION SUR PAPIER
QU'AVEC L'EMAILING NUMÉRIQUE

*LIRE L'ARTICLE

GRAPHIUS MAG 11

© Gaël Turine

73
Couverture
Merci pour votre courage et votre persévérance.

MSK 8
L'art derrière le livre d'art Manfred Sellink.

Les saveurs du monde 20
Styliste culinaire Donna Hay et Bib Gourmand.

29 **Bob Delbecque**
Let' s make a new deal.

Colophon : Members Graphius Group : Graphius Gent, Graphius Brussels, Stevens Print, Schaubroeck, PPO Graphic, Etiglia, L.capitan, Drukkerij Lowyck.
Éditeur responsable : Denis Geers, Traktaatweg 8, 9041 Gent, België. **Redactie:** Sven De Potter
Graphisme : Graphius, Clottemans Luc. **Photographie :** Louise De Langhe, Kristof Van den Bossche
Abonnements : Vous pouvez vous abonner gratuitement en nous contactant à l'adresse magazine@graphius.com
Graphius, Traktaatweg 8, 9041 Gand, Belgique. Tel. +32 (0)9 218 08 41. info@graphius.com, www.graphius.com
Imprimé à l'aide d'encres biologiques végétales sur une presse Heidelberg XL 106-10 couleurs, 250 lpi avec trame hybride.
Couverture : G Snow 250 g/m². **Intérieur :** G Snow 115g/m². Expédie dans un film biodégradable à base d'amidon.

Download **Blippar** dans l'App Store ou Google Play et connectez-vous avec l'internet par scanner les pages indiqués.

24

Le monde depuis votre fenêtre
Un témoignage photographique d'une période dont nous nous souviendrons tous.

37

DRUMMING
Un livre qui danse de joie.

ET PUIS ENCORE

5 — Graphius Group et l'imprimerie Lowyck : le mariage parfait
16 — Fraîchement imprimé
18 — L'échantillothèque à Amsterdam
22 — Bib Gourmand
32 — Découvrir la Flandre à pied
34 — The coolest paper in town
41 — Domaine viticole Valke Vleug
46 — Les murs ont des histoires
49 — La direction artistique de KUNSTUUR
65 — The Rough Stuff Fellowship Archive
71 — Graphius nouvelles
78 — Prix Henry van de Velde
79 — La littérature succombe aux kilos corona

59

KMSKA 2.0
Un écrin pour l'art, paré pour les quatre saisons.

54

Ray Harryhausen
Le père fondateur de la stop motion.

Ceci n’est pas un salon d’art.

Préparez-vous pour le premier salon d’art dans un œuvre d’art & visitez knaf.be

KNOKKE ART FAIR
KNAF.BE

GRAND CASINO KNOKKE BELGIQUE

7 - 15 AOÛT 2021

GRAPHIUS GROUP ET L'IMPRIMERIE LOWYCK : LE MARIAGE PARFAIT

Une vision à long terme est essentielle pour l'avenir d'une entreprise, de cela, nous en sommes convaincus chez Graphius. C'est donc avec une grande fierté que nous avons pu annoncer le 27 mai l'acquisition de l'imprimerie Lowyck à Ostende. Les connaissances et l'expertise qui vont de pair avec ce nouvel allié vont renforcer le groupe dans son ensemble, et particulièrement notre division étiquettes et emballage 'Etiglia'.

La reprise de l'imprimerie Lowyck était une progression logique dans la stratégie du groupe Graphius. "Nous avions prévu d'étendre nos activités d'emballage", explique Denis Geers, PDG de Graphius. "En effet, nous sommes fermement convaincus de pouvoir apporter une valeur ajoutée à ce marché en expansion. Avec un nouveau département R&D et un programme d'investissement de 4 millions d'euros, nous comptons développer des alternatives en carton aux plastiques qui sont encore trop souvent utilisés pour les emballages actuellement."

Pour concrétiser cet objectif, Graphius avait deux possibilités. Denis Geers : "Nous avions l'option d'investir nous-même dans le matériel pour la production et le traitement de cartons imprimés, mais cela ne nous aurait pas donné l'expérience et le savoir-faire nécessaire. S'allier à une autre imprimerie est bien plus intéressant dans cette optique. Après avoir examiné les deux pistes et pesé le pour et le contre des deux options, nous avons choisi d'entrer en négociation avec l'imprimerie Lowyck, qui s'est vite avéré comme le partenaire idéal."

Steven Lowyck (PDG) : "Ces dernières années, l'imprimerie Lowyck a fortement développé ses activités d'emballage industriel, dans le domaines alimentaire et non-alimentaire. Outre les impressions commerciales, nous fabriquons des emballages en carton plat, tels que barquettes pour snacks, fruits et légumes, manchons, boîtes de pralines, etc."

Une nouvelle force pour Etiglia
Stijn Glorieux, responsable commercial de la division étiquettes et emballage 'Etiglia', se dit très enthousiaste : "La reprise de Lowyck est une étape importante pour l'évolution future d'Etiglia. Dorénavant, la fabrication de carton peut se faire intégralement en interne. Cela va nous permettre d'augmenter considérablement notre capacité de production et d'offrir encore un meilleur service à nos clients."

Le projet est de faire flotter le pavillon Etiglia à Beersel et à Ostende. "Etiglia a maintenant deux sites de production, Etiglia Labels à Beersel et Etiglia Packaging à Ostende. Nous sommes d'ailleurs en train de préparer le site d'Ostende pour obtenir la certification BRC. D'ici la fin de l'année, nous avons bien l'intention de pouvoir proposer nos services à toutes les entreprises alimentaires modernes pour leurs matériaux d'emballage."

Steven Lowyck : “Cette évolution vers les emballages en carton est présente dans tous les secteurs mais particulièrement dans l’industrie alimentaire, où cela devient urgent. Nous voulons encourager nos clients à sauter le pas et la meilleure façon d’y arriver, c’est de leur proposer des produits non seulement 100% recyclables mais aussi d’excellente qualité. En unissant nos forces, nous augmentons les possibilités de manière exponentielle.”

Tout le monde y gagne

Outre une large clientèle pour les matériaux d’emballage, l’imprimerie Lowyck a une solide position sur le marché de l’impression commerciale. L’idéal pour compléter les activités du groupe Graphius, tout en élargissant le potentiel de l’imprimerie Lowyck – tout le monde en sort donc gagnant.

Steven Lowyck : “Les deux imprimeries s’en trouvent consolidées et se portent mutuellement vers l’avant. Pouvoir utiliser les équipements haut de gamme de Graphius pour notre service d’impression commerciale est un grand avantage pour nous. Cette fusion va être très profitable pour nos clients. Nous sommes une entreprise de taille moyenne et en tant que telle, il n’est pas évident d’investir constamment dans du matériel performant. L’entrée dans le groupe Graphius va nous permettre d’assurer la continuité à long terme pour nos clients et nos collaborateurs.”

Philippe Geers (CFO Graphius) : “Il faut que chaque intervenant tire profit de la situation, c’est très important pour nous. Cette collaboration nous enthousiasme vraiment car elle va nous permettre à tous de progresser, ensemble. Dès le départ, il y a eu une bonne interaction, le courant est directement bien passé.”

Steven Lowyck confirme : “Absolument. Comme beaucoup, nous avons débuté par une petite imprimerie locale spécialisée dans les faire-part de naissance et de mariage. Nous avons ensuite évolué et nous sommes aujourd’hui une entreprise de taille moyenne qui peut se considérer comme la plus grosse imprimerie de la côte. Notre succès, nous le devons uniquement au fait d’avoir su rester fidèle à nos valeurs. Ce trait de caractère a toujours porté ses fruits et cette nouvelle étape est donc elle aussi parfaitement réfléchie. C’est un nouveau défi, et nous allons nous y investir à 100%.”

“Ne devrions-nous pas parler de l’importance des catalogues pour les musées?” -. Mais avec qui en parler? Avec des personnes qui s’y connaissent, évidemment. Comme Manfred Sellink par exemple, qui occupe depuis le 1er avril le poste de directeur du Musée des Beaux-Arts de Gand. Un nom qui jouit d’une grande renommée tant dans le monde des musées qu’en-dehors. Son curriculum mentionne également: docteur en histoire de l’art (Vrije Universiteit Amsterdam), directeur du Musée Royal des Beaux-Arts d’Anvers (KMSKA), conservateur en chef des Musées de Bruges et conservateur principal du Musée Boijmans Van Beuningen (Rotterdam) ainsi que, depuis 2012, professeur invité en muséologie et politique culturelle à l’Université de Gand.

© Martin Corlazzoli

L'art derrière le livre d'art

Manfred Sellink

"J'ai toujours accordé une grande attention à la manière dont les universités font connaître les résultats de leurs recherches", explique Manfred Sellink.. L'impression m'a toujours intrigué: la typographie, le design, le papier. Je mets un point d'honneur à éditer des publications soignées, quelles qu'elles soient. Dans tous les musées où j'ai travaillé, j'ai lutté contre la suppression du magazine du musée. Pour moi, celui-ci devait toujours être de grande qualité, sur le plan tant du contenu que de la forme, et reposer sur des recherches et des idées. Je me suis toujours passionné pour le papier et l'impression. En marge de cela, je suis un grand amateur de livres. Ma bibliothèque personnelle renferme quelque 7.000 livres, joliment répartis dans trois pièces. Ce n'est pas par hasard si ma femme partage cet intérêt. Elle vient d'une famille de graphistes. Son père a travaillé dans des imprimeries, tout comme son grand-père, qui possédait une imprimerie et distribuait des imprimés de la résistance pendant la Seconde Guerre Mondiale. Toute ma vie, j'ai baigné dans l'odeur du papier, de l'atelier, des encres... Je suis, pour ainsi dire, tombé dedans quand j'étais petit.

© Martin Corlazzoli

Nous ne pouvons pas ignorer Bruegel. Avec le catalogue 'Bruegel - Het volledige werk schilderijen, tekeningen, prenten' ('Bruegel - L'œuvre complète - Peintures, gf&eezdessins, estampes', ndt.), vous avez présenté 63 dessins du maître au public. Vous avez déjà indiqué que vous accordez une grande attention à l'authenticité des couleurs des reproductions. À quel moment de la production d'un catalogue pouvez-vous précisément faire jouer cet aspect?

"Je trouve qu'il est important de comparer les reproductions à l'original avec la bonne intensité lumineuse. On ne peut jamais être vraiment exact, il y a toujours un sentiment. C'est un peu plus facile pour un catalogue basé sur les œuvres du musée, car on peut comparer les tirages. En y travaillant si souvent, vous vous constituez un répertoire lorsqu'il s'agit 'd'apprendre à observer correctement les couleurs'. C'est purement de l'entraînement. Cela m'a déjà souvent aidé à juger des impressions, même lorsque les œuvres n'étaient pas directement disponibles. Dans l'ensemble du processus, les compétences du photographe jouent un rôle très important, car la qualité de la photo dépend du métier. En combinant tout cela avec un œil critique, de la perspicacité, du matériel professionnel, etc., vous obtenez de la qualité. Et il faut y consacrer du temps, car on ne compile pas un catalogue en quelques semaines."

L' importance du papier.

"J'ai toujours été intensément préoccupé par le choix du papier. Quelle variété? Quel grammage? Je trouve que c'est important, mais je remarque que peu d'autres conservateurs y prêtent de l'attention. C'est pourtant le papier qui déterminera l'aspect et le toucher de votre catalogue. Il n'y a pas que les musées qui y accordent peu d'attention, les éditeurs ne s'en préoccupent pas toujours non plus. Pour moi, un catalogue doit être parfait. Cela commence par le choix des œuvres et se termine par le screening méticuleux du texte. Chaque élément de la production mérite autant d'attention. La conception, composition, mise en page, photographie, correction des couleurs... sont pour moi des éléments essentiels et constants. Comment un livre s'ouvre-t-il? Est-il joliment saturé? Les photos ne sont-elles pas trop sobres ou trop recadrées? Cela ne signifie pas pour autant qu'un catalogue doit être une production coûteuse, mais il doit par contre être soigné. Cela invite beaucoup plus à la lecture et renforce le contenu."

C'est peut-être tiré par les cheveux, mais les reproductions des dessins de Bruegel ne mériteraient-elles pas un papier issu de chênes du 16ème siècle?

"Je pense que cela donnerait un livre très lourd, haha. Pour le catalogue Bruegel à Vienne, nous avons sélectionné cinq variétés de papier en concertation avec l'éditeur. Après quelques épreuves, nous avons fait notre choix. Le choix du papier varie suivant que vous travaillez avec des images en couleur ou uniquement en noir et blanc. Il y a une différence de tonalité. Ces dernières années, je remarque que les éditeurs de livres d'art ont tendance à réchauffer les couleurs. Ils ajoutent un peu plus de rouge ou de bleu pour rendre les images plus 'belles'. Je comprends cette tendance, mais j'y m'y suis toujours opposé. Je pense qu'il faut partir de l'œuvre elle-même et de la façon dont le public perçoit celle-ci pendant l'exposition. Je me souviens de discussions héroïques avec des éditeurs, dans les années 1990, au sujet de la reproduction des dessins à la plume. Souvent, ces dessins contiennent des taches et des irrégularités, que les éditeurs veulent éliminer. Ces dessins ont connu 300 ou 400 ans d'usure, des problèmes de moisissure ou ont été victimes de vin renversé avec enthousiasme... Tout cela fait désormais partie du dessin. Pourquoi l'enlever?"

> Chaque élément de la production mérite autant d'attention.

On ne compile pas un catalogue en quelques semaines. Combien de temps cela prend-t-il?

"Pour l'exposition 2018-19 de Bruegel, nous avons commencé en 2012. C'est courant pour une exposition de cette taille. Vous commencez à réfléchir à la publication très tôt. Autrefois, c'était différent et on commençait invariablement la compilation du catalogue seulement un an avant l'exposition. Vous devez lancer un appel d'offres, parler avec les partenaires adéquats, trouver un concepteur, contacter un imprimeur, une maison d'édition, fixer les budgets, etc. Cela prend du temps. Idéalement, il faut commencer trois ans à l'avance. Cela vous laisse suffisamment de temps pour passer en revue toutes les étapes de façon détaillée. C'est très précis. La photographie intervient tardivement dans le processus, car les évolutions dans le domaine de la photographie, du traitement de l'image et de la numérisation sont si rapides que vous voulez être en phase avec les dernières nouvelles possibilités. Il se peut aussi que les œuvres d'art soient encore en phase de restauration et que vous ne puissiez les photographier qu'au tout dernier moment. Les évolutions vous permettent cependant de réagir rapidement: la concertation quant aux corrections peut se faire facilement et rapidement en ligne, mais le temps reste

© Martin Corlazzoli

Je suis intimement convaincu que cela vaut toujours la peine, parce que les gens le lisent, le regardent et l'apprécient alors plus intensément.

crucial. Hors de question de travailler dans la précipitation. Plus vous pouvez travailler dans la sérénité, mieux c'est."

Au bout du compte, le catalogue atterrit dans la boutique d'un musée. Le visiteur ordinaire ne voit pas tout le travail qui se cache derrière ce catalogue.

"Non, mais ce n'est pas nécessaire non plus. On peut comparer cela à un spectacle de ballet sur lequel on a travaillé pendant des mois. Lorsqu'il assiste au spectacle, le public ne voit pas non plus les mois de dur labeur qui l'ont précédé. Il en va de même pour un catalogue. Il faut qu'il soit parfait. Si vous voyez un groupe jouer en live et que vous remarquez qu'il doit se battre pour ne pas sombrer, cela peut avoir un certain charme. Mais si vous remarquez que le groupe est bien en place, et que cela semble presque routinier, alors vous ressentez la qualité. Lorsqu'un catalogue est réalisé dans les règles de l'art, les gens le ressentent. Je suis intimement convaincu que cela vaut toujours la peine, parce que les gens le lisent, le regardent et l'apprécient alors plus intensément. Mais peut-être suis-je suis trop optimiste. C'est pareil avec une exposition: l'exposition Bruegel a finalement accueilli 400.000 visiteurs, mais combien d'entre eux savent ou réalisent que celle-ci a nécessité sept années de préparation et de travail?

Voir la lumière.

"Les gens s'en soucient peu, voire pas, mais la présentation d'une œuvre d'art oriente la manière d'observer celle-ci. L'éclairage revêt ici une importance cruciale. Si vous modifiez l'éclairage, l'expérience d'une seule et même exposition devient complètement différente."

L'éclairage est une chose, mais que faites-vous de l'acoustique? Les musées sont généralement des lieux de silence, ce qui renforce l'expérience.

"Certains musées sont anciens, d'autres sont installés dans de vieux bâtiments depuis des décennies. Il n'est pas toujours facile de tenir compte de l'acoustique, même s'il s'agit d'un aspect important de l'expérience muséale. Lorsque j'ai travaillé au Musée Groeninge il y a quelques années, nous avons essayé d'améliorer l'acoustique en plaçant des petits carreaux au sol. Une petite intervention, mais qui a aidé. Et quel type d'audioguides utilisez-vous? A Bruges, j'ai instauré un microphone pour les guides,

afin qu'ils ne doivent pas parler trop fort et ne dérangent pas les autres visiteurs. Il faut vraiment réfléchir à de nombreux aspects différents, parfois jusqu'à l'absurde. Le succès d'une exposition dépend de très nombreux facteurs différents, parfois très banals. Catalogue, exposition, sanitaires, vestiaire, acoustique, éclairage... Tout cela crée un confort.

En tant que directeur, qu'espérez-vous que les gens retirent d'une exposition, en dehors de l'expérience esthétique?

"L'idée que les gens se rendent dans un musée uniquement pour l'expérience esthétique a été réfutée depuis longtemps. L'expérience personnelle est plus importante. L'émotion, le ressenti, la reconnaissance, l'aspect social, etc., sont plus importants. Ou le sentiment de devoir voir une exposition, pour être à la page. Souvent, les gens veulent aussi apprendre quelque chose. Ma motivation personnelle est de surprendre les gens, de les instruire. Pour moi, une bonne exposition soulève plus de questions que de réponses. Cela doit parfois faire un peu réfléchir. Même s'il est évidemment aussi possible de tout simplement apprécier l'art.

Pensez-vous que les gens qui visitent un musée devraient se préparer un peu à l'avance? Qu'ils devraient déjà déterminer précisément ce qu'ils veulent voir? Pour avoir une longueur d'avance sur le point de saturation.

"Non. En tant qu'organisateur d'expositions, il vous incombe d'établir un certain itinéraire à l'avance, grâce auquel vous guiderez les gens d'une salle à l'autre. Il est important d'inclure ici des pauses et de répartir les œuvres de manière équilibrée entre les salles. Ce faisant, vous ne vous retrouvez pas avec de trop grandes concentrations de visiteurs au niveau des œuvres qui attirent toute l'attention. Le fait que les gens passent plus vite dans une salle et restent plus longtemps dans une autre ne me pose aucun problème. Ces dix dernières années, de nombreuses études ont été réalisées sur le temps que les gens prennent pour regarder les œuvres d'art: à peine 5 ou 6 secondes. Nos habitudes d'observation ont énormément changé ces dernières décennies: les visites guidées duraient autrefois deux à trois heures. Aujourd'hui, une heure et demie constitue la norme, même pour la génération plus âgée. On pourrait penser que seuls les jeunes visiteurs sont saturés après une grosse heure, mais il en va de même pour les seniors. Tout va plus vite. En tant qu'organisateur d'expositions,

Ces dix dernières années, de nombreuses études ont été réalisées sur le temps que les gens prennent pour regarder les œuvres d'art: à peine 5 ou 6 secondes.

il est important d'être en phase avec son temps et de se tenir au courant. Les choses changent si vite."

Ce petit détour nous ramène au catalogue. On a l'impression que les catalogues ne sont plus aussi volumineux qu'avant.

"C'est exact. Il fut un temps où les catalogues n'étaient jamais assez épais. Les œuvres d'art importantes bénéficiaient de dix pages, avec d'innombrables entrées et notes en bas de page, des illustrations comparatives, etc. Quant à savoir si cela retenait l'attention des gens... Je n'en ai aucune idée. Aujourd'hui, on constate une répartition différente entre les illustrations et le texte. Il y a moins de texte, ce qui signifie que vous avez moins de place pour raconter ce que vous voulez. En d'autres termes, le texte doit être concis et parfait. Je suis par contre un grand fan de l'évolution des catalogues vers des livres à lire. Je pense que c'est bénéfique pour toutes les parties, tant pour les personnes qui lisent le livre que pour l'éditeur."

Les visiteurs achètent-ils encore des livres d'art?

"Moins que par le passé, mais je ne crois pas au déclin du livre d'art, même si le taux de rotation est en baisse. Lors de l'exposition consacrée à Jan Van Eyck, par exemple, il était de 1 sur 10. Sur les 340.000 visiteurs, environ 35.000 ont acheté un livre. Cela signifie qu'il faut traiter les livres différemment, qu'il faut les remplir différemment. Ce changement est déjà en cours. Il a des conséquences sur le contenu. Aujourd'hui, les entrées sont plus souvent regroupées, les œuvres sont abordées ensemble et vous pouvez lire certains passages d'un livre d'une traite. Le comportement d'achat des visiteurs a influencé la conception des livres d'art. Je constate cependant que certains musées continuent à croire dur comme fer à l'approche classique, et à

investir dans celle-ci, avec le risque de se retrouver à terme avec une pile de livres invendus. Les musées qui sont vraiment en phase avec leur temps font preuve d'esprit critique et examinent comment combiner le livre d'art avec les outils en ligne, par exemple. On se soucie davantage de produire des livres à plus longue valeur ajoutée. Je trouve cette évolution très positive. Je pense que le livre d'art est loin d'avoir disparu."

FRAÎCHEMENT IMPRIMÉ

MICHIEL, L'INADAPTÉ SOCIAL

Nous réalisons souvent des ouvrages particuliers à la demande de Borgerhoff & Lamberigts, mais celui-ci est vraiment exceptionnel. Notamment en raison de la personnalité de Michiel, un personnage du cartooniste Tom Borremans qui apparaît notamment dans De Ideale Wereld et De Slimste Mens ter Wereld. Un gars vraiment à part !

Au niveau contenu et concept, tout le mérite revient évidemment à l'éditeur mais la 'confection' du livre est signée L. Capitan, la nouvelle marque de Graphius. D'abord imprimé comme un livre traditionnel avant d'être retravaillé à la lame et avec une forme à estamper en fer forgé. Un imprévu de taille, mais avec une 'tête' tout à fait unique comme résultat. Ça c'est original !

Borgerhoff & Lamberigts, Gent, 263,5 X 298,5 mm, 184 p offset blanc 140, R/VQ, reliure cousue et coupe rase au niveau de l'estampage.

LA CHUTE DES FEUILLES, PLUME DE CAROTTE

C'est un petit livre à ressortir en automne. 'Plume de Carotte' a toujours été sensible à l'environnement. Sous le soleil de Toulouse, ils y réfléchissent à trois fois avant de choisir où produire leurs livres. Pas trop loin et chez un imprimeur qui se soucie de l'environnement.

Encore un livre qui par son format – oblong –, sa créativité et son design mérite toute notre attention.

Installations et photos par l'artiste Marc Pouyet, selon une juxtaposition de feuilles automnales dans toutes leurs couleurs.

Plume de Carotte, Toulouse,
180 X 120 mm, 384 p, couché machine semi mat recto/verso Q, certifié FSC, couverture en papier.

2020 END OF YEAR BOOK, LEEDS ARTS UNIVERSITY

En fin de cursus, les étudiants de la LEEDS ARTS University rassemblent leurs 500 travaux, ce qui donne un impressionnant yearbook tout en nuance et un travail d'impression tout aussi épique.

On a d'abord le regard attiré par le noir sur la tranche, puis les doigts glissent sur la couverture embossée, avec le nom de tous les étudiants pressé dans le carton. Vous avez un ruban fluo pour marquer l'endroit où vous vous êtes arrêté. Un format bien choisi qui fait de cet ouvrage détaillé un objet à contempler et à ressentir, un objet qui inspire.

Peter & Paul Testone Factory, Sheffield,
145 x 180mm, 564 p, offset blanc 140g, R/VQ, reliure cousue, couverture en carton gris 2,4 mm revêtu et embossé sur le plat de devant et de derrière, marque-page et noir sur la tranche.

COUVERTURE PLIÉE EN ACCORDÉON AVEC COUTURE ÉCOLIÈRE

Pour certains clients, la simplicité n'est pas une option. Voyez la brochure imprimée par GRAPHIUS pour Extrapole. Sur la première page, on lit littéralement : "Il n'y a pas de nouvelles idées. Seulement de nouvelles manières de les exprimer." C'est assurément le cas ici : Une couverture pliée en accordéon autour de deux éléments intérieurs séparés, terminée par une ravissante couture écolière dans un fil coloré. Une brochure alambiquée, intitulée : 'Le Noeud de Prusik.'

Extrapole, Paris, 2 X 68p Freelife vellum 100 g, R/V 2, 6 p couverture Freelife Vellum 260 g, R/V 2. Couverture rainurée, plis rassemblés, reliure cousue, piqûre cahier.

MUSÉE DE LA VILLE DE STRASBOURG

Le musée de Strasbourg édite depuis plusieurs années une superbe série de catalogues : 'Le Cabinet de L'Amateur', abordant les sujets les plus divers. On retrouve dans chaque catalogue le même cachet et le même caractère : 16 pages sans couverture en grand format, avec un graphisme créatif éloquent et imprimées sur un papier épais. La finition en couture écolière avec son fil coloré et le bandeau enveloppant ces catalogues ajoutent à leur attrait. Un concept séduisant par sa simplicité, qui n'est pas trop cher à la vente.

Musées De Strasbourg, Strasbourg, Le Cabinet de L' Amateur, 240X 350 mm, Lessebo Design White 240 g 1.3, recto verso Q + 5° couleur, reliure cousue.

L'ÉCHANTILLOTHÈQUE À AMSTERDAM

Esther Krop est la fondatrice de 'De Monsterkamer' à Amsterdam. Les amoureux du papier considèrent cette échantillothèque comme un véritable Walhalla du papier.

Esther Krop: "De Monsterkamer vous donne un aperçu actualisé de l'offre de papier graphique. À côté de cela, les designers peuvent également venir y faire le plein de conseils gratuits et d'inspiration. Bref, un mélange de showroom et de lieu de rencontre avec un prolongement en ligne étoffé. La particularité réside dans le fait que nous établissons un lien entre des exemples d'impression et des variétés de papier au moyen d'exemples physiques: le meilleur moyen pour évaluer un papier passe encore et toujours par ses applications. A ma connaissance, il n'existe aucune initiative similaire."

Les clients ne peuvent qu'être très excités quand ils entrent ici. Quelle richesse!

"C'est assurément le cas. Ceux qui visitent De Monsterkamer pour la première fois sont toujours très surpris par ce qu'ils voient. Pour nombre de gens du métier, c'est un peu comme entrer dans un magasin de bonbons. C'est le paradis du papier. Nous recevons régulièrement des remerciements enthousiastes par e-mail ou par courrier de personnes qui ont été aidées par nos conseils en matière de papier."

Du papier japonais transparent!

"L'échantillon le plus spécial de notre collection n'est autre qu'un papier japonais de 2 g/m^2. Celui-ci ne convient pas pour l'impression, mais en tant que phénomène, il est très spécial. Ce papier est si fin qu'on peut presque voir à travers."

Le papier occupe une place centrale dans la culture japonaise: l'origami y est une véritable forme d'art. La fabrication du papier y est une tradition qui remonte à 610 avant Jésus-Christ. C'était donc il y a assez longtemps. L'imprimerie n'a fait son apparition en Europe qu'en 1453.

"Oui! Les Japonais sont considérés, à raison, comme les meilleurs papetiers au monde. Ce qu'il y a de bien avec le papier, c'est que chaque variété de papier est spéciale dans son propre domaine. Un papier n'est bon que s'il correspond à son application. Aujourd'hui ont cours des expériences et des développements intéressants dans le domaine du papier 'biosourcé', comme le papier à base de paille, d'herbe, de chanvre, de laine ou de fécule de pomme de terre. Mais un papier design 'ordinaire', non-couché et sans bois sur lequel vous pouvez

imprimer de magnifiques photos, s'avère en fait tout aussi spécial."

De Monsterkamer organise diverses activités tout au long de l'année. Pouvez-vous en présenter une ou deux qui vous ont totalement enthousiasmée et que vous attendez avec impatience dans un avenir proche?
"Assurément. Pendant des années, nous avons organisé une soirée mensuelle 'Entrée + invité spécial', lors de laquelle un designer ou un éditeur connu venait donner un exposé. Ces moments ont permis aux visiteurs de découvrir De Monsterkamer et de rencontrer d'autres professionnels du métier. Ces soirées étaient souvent suivies d'un dîner. Elles étaient très populaires, et le cadre y était pour beaucoup: dans un espace réduit entre les livres et le papier, on pouvait vraiment discuter les uns avec les autres et toucher des exemples d'impression. Nous avons organisé à plusieurs reprises des événements de plus grande envergure réunissant plus de 200 participants, comme les 'Coulisses des livres les mieux soignés', 'Papier & Environnement' ou encore 'Papier & Impression', avec différents intervenants. En outre, les entreprises partenaires de De Monsterkamer peuvent organiser chez nous leurs propres activités. Winter & Company – un producteur de matériaux de couverture – a par exemple déjà organisé des soirées où étaient invités des orateurs comme Connie Palmen ou Tessa van der Waals. Des rencontres inoubliables! Tout le monde se battait pour être présent."

Esther Krop à côté de ses échantillons

Le papier: une intimité tactile
"Je pense que le papier aura toujours sa place. Les imprimés possèdent tellement de propriétés spécifiques impossibles à imiter sur un écran que sa disparition maintes fois annoncée ne m'inquiète nullement. Du moins pour le papier dans le créneau des imprimés spéciaux, où le toucher du papier, la qualité d'impression des images, la reliure et la finition sont ultra déterminants. De plus, par rapport à un écran, un livre informe le lecteur de manière totalement différente: plus intime, plus concentrée. C'est agréable de savoir qu'un livre peut tenir longtemps, alors que les médias numériques sont si éphémères.

Un livre permet non seulement d'enfermer du texte et des images, mais aussi du CO_2, peut-être même pour des siècles.

Je suis consciente que de nombreux imprimés disparaîtront, dont le contenu pourra être proposé tout aussi bien, sinon mieux, sous forme numérique: programmes, rapports annuels, catalogues – tout ce qui se situe dans le prolongement des annuaires téléphoniques et des horaires des trains. Heureusement, avec De Monsterkamer, je me situe dans un autre domaine. Ceux qui viennent me demander conseil sont très précis et patients dans leur quête du papier approprié, et sont souvent prêts à consacrer beaucoup d'argent et de temps pour le trouver."

Que peut faire le papier qu'un matériau comme le plastique, par exemple, ne peut pas faire?
"Le papier est un produit naturel, cela se sent. Il possède une certaine chaleur, contrairement au plastique, qui est synthétique. Le papier est plus biodégradable. Après un long temps passé dans l'environnement, les plastiques se désintègrent en fractions toujours plus petites, mais ils ne disparaissent pas. Cela entraîne la dispersion de microplastiques. Un problème que l'on ne peut pas encore dompter. Dans le jardin de permaculture où je travaille régulièrement, nous utilisons beaucoup de carton brun non-imprimé que nous laissons composter. Celui-ci sert ensuite à nourrir le sol. Le papier a une longueur d'avance sur le plastique en matière de durabilité. Un livre permet non seulement d'enfermer du texte et des images, mais aussi du CO_2, peut-être même pour des siècles."

Les saveurs du monde DANS VOTRE ASSIETTE

Qu'est-ce qu'on mange ce soir ? Une question à laquelle on ne sait pas toujours quoi répondre. Heureusement, la styliste culinaire australienne Donna Hay, véritable sensation sur la toile, est là pour nous inspirer. Si vous préférez manger à l'extérieur – ou vous faire plaisir chez vous avec de délicieux plats à emporter –, le Bib Gourmand sera un allié précieux.

Basics to brilliance kids
Uitgeverij Unieboek, Amsterdam,
230 x 297mm, 240p, Maxi Offset 140g

Basics to brilliance
Uitgeverij Unieboek, Amsterdam,
220 x 265mm, 400p, Maxi Offset 140g

Hey, it's Donna !

Les mordus de cuisine savent directement de qui on parle lorsqu'on mentionne le nom de Donna Hay. Hay est une cheffe australienne de renommée internationale. Elle a publié 27 (ou est-ce 30 ? 31 ? On perd vite le compte) livres de cuisine, qui se sont vendus à plus de 6 millions d'exemplaires à travers le monde.

Ce qui explique cette popularité, c'est la simplicité de sa cuisine mais aussi le styling splendide. Les saveurs jaillissent de la page et vous donnent envie de vous précipiter aux fourneaux. Comment décrire le style de Donna Hay ? Le premier mot qui vient est éclectique. Et il pourrait difficilement en être autrement, car la cuisine australienne est un melting-pot de différentes cultures. Hay s'inspire de la cuisine italienne, grecque, moyen-orientale, japonaise... et se laisse guider par les saveurs du monde.

"Il n'existe pas de cuisine typiquement australienne", a-t-elle récemment déclaré. "L'Australie est une terre d'opportunités, y compris culinairement parlant. Il s'y passe des tas de choses inspirantes."

Cuisiner n'est pas difficile

S'il y a une chose que Donnay Hay veut faire comprendre au public, c'est que cuisiner n'est pas aussi compliqué que certains grands chefs populaires voudraient le faire croire. Pas d'ingénieux petits plats millimétrés nécessitant vingt ingrédients pour une simple sauce, mais des repas faciles à préparer pour des gens qui n'ont pas beaucoup de temps mais veulent manger sain et équilibre.

"Soyons honnêtes : nous avons tous une vie très occupée et la chose sur laquelle on fait souvent l'impasse, c'est la cuisine. Il faut savoir qu'il existe des raccourcis que vous ne devez pas hésiter à emprunter. Il faut juste savoir comment. Je l'ai déjà dit et je le répète : si vous avez des œufs à la maison, vous avez un repas. Si je n'ai pas beaucoup de temps, je prépare rapidement une omelette aux épinards. Mes enfants adorent."

Ça fait presque 30 ans que Donna évolue dans le monde de la cuisine. Lorsqu'elle a publié son premier livre, c'était principalement un bastion masculin.

"Une femme sans véritable formation culinaire qui voulait publier un livre de cuisine ? Pourquoi les gens s'y intéresseraient-ils ? C'est une critique qui revenait souvent parmi les chefs avec une 'vraie' formation, mais j'ai persévéré. Mon but était de faire découvrir une cuisine à la fois délicieuse et facile au public, pas d'avoir des étoiles ou les congratulations de l'industrie."

Savoureux, savoureux et pas cher

Un restaurant repris dans le 'Bib Gourmand' ? Ça doit être bien. Mais le Bib Gourmand, c'est quoi ? Beaucoup de gens ne le savent pas exactement. Pour certains, une mention équivaut à une demi étoile Michelin. Mais pas du tout. Il y a des points communs entre le Bib Gourmand et l'étoile Michelin mais les critères sont totalement différents.

Le Bib Gourmand se concentre sur les restaurants servant une cuisine exceptionnelle à des prix acceptables. Concrètement, on parle d'un menu trois services avec un choix entre deux plats, dans une tranche de prix de maximum 37 €. Et – ah oui – Bib est l'abréviation de Bibendum, le petit nom du bonhomme Michelin.

Pour le Bib Gourmand 2021, les inspecteurs ont rendu visite à 162 restaurants belges et luxembourgeois. Incognito. Et plusieurs restaurants gantois ont fait forte impression, comme Bodo et De Lieve. À visiter absolument !

Bodo

L'avis du Bib Gourmand : 'La sobriété de l'intérieur scandinave n'est pas sans rappeler la cuisine. Les plats, de facture traditionnelle, sont préparés sans chichis, dans le souci permanent du goût. Quel bonheur de commencer avec une bonne rillette, puis de déguster un délicieux poisson accompagné de purée... Bodo, ta simplicité t'honore !'

"C'est toujours gratifiant de recevoir une critique positive et ça profite au restaurant", se réjouit Lore Moerman, chef et propriétaire de Bodo. "Bodo a déjà eu plusieurs mentions dans le Bib Gourmand, et ça booste toujours l'affluence, même si elle est moindre actuellement. Une mention dans le Bib assure aux clients qu'ils auront ici une cuisine savoureuse, certes un peu plus chère, mais dans un excellent rapport qualité/prix. Généralement, c'est un critère auquel beaucoup de gens se fient."

Comme beaucoup de restaurants, Bodo a mis en place un service à emporter. Est-ce que ça fonctionne ?

"Oui, mais c'est une autre façon de cuisiner. Nous nous y sommes faits et nous y mettons tout notre talent, car le but n'est pas de renvoyer les gens chez eux avec un plat qui leur demande encore des heures de préparation, n'est-ce pas. Les retours sont positifs, ce qui nous fait évidemment très plaisir."

Bib Gourmand
Michelin Travel Partner, Boulogne,
130 x 195mm, 464p, GardaMatt Art 90g

LE MONDE DEPUIS VOTRE

Lors du premier confinement lié au coronavirus, la graphiste et globe trotteuse belge Barbara Duriau, qui réside à Amsterdam, a lancé un 'petit' projet: 'View from my window'. Une seule image – une photo de sa vue depuis son appartement – a non seulement suffi à entraîner une réaction mondiale, mais a également donné naissance à un livre illustré particulier.

FENÊTRE

Barbara Duriau, Amsterdam,
170 x 240mm, 396p, Arctic Volume White 150g

Maria Scarvalone Brooklyn, New York | USA | April 17 | 6:08 pm

Tammy D. Switzer Santa Fe, New Mexico | USA | April 13 | 10:04 am

Tania Shah Mumbai | India | April 12 | 11:52 am

Mars 2020. #stayhome intimaient les écrans de télévision dans les salons du monde entier. Confinement, quarantaine, télétravail. Nous nous y sommes habitués plus vite que nous le pensions. Pour nombre de gens, le monde s'est réduit à la même nature morte quotidienne visible par la fenêtre. Cela a inspiré Barbara Duriau.

Le principe était simple, explique-t-elle "Nous allons tous être confinés, chez nous avec une seule et même vue depuis notre fenêtre, pendant de longues et nombreuses semaines. Quelle est cette vue à l'autre bout du monde ? Et si je proposais aux internautes de la prendre en photo et de la partager avec d'autres confinés en créant un groupe Facebook ? Cela permettrait aux membres de se connecter, de briser leur solitude et s'évader en toute sécurité. Le 23 mars je photographiais et postais ma vue sur Facebook, 'View from my window' était né"

Ce qui n'était au départ qu'une petite action s'est mué en un projet qui a bénéficié d'un écho mondial.

D'où vient ce succès si soudain?
"Il n'y a pas eu d'élément déclencheur. Après avoir créé le groupe, j'ai invité quelques amis à le rejoindre: de Miami, du Texas et d'Australie. A leur tour, ils ont invité leurs amis et, avant même de m'en rendre compte, cela a explosé. Les photos affluaient de partout. Au plus fort de son pic, nous étions 20 administrateurs à traiter ces milliers de photos en provenance du monde entier, selon des règles strictes d'acceptation. Jour et nuit: pendant que je dormais, mes amis du Texas prenaient le relais. Le matin, je

Tara Bisogna Arco | Italy | April 26 | 8:38 pm

Steven J. Whitfield Cairo | Egypt | April 28 | 6:00 pm

découvrais les photos enchanteresses postées de Nouvelle-Zélande, d'Australie…"

"J'avais imaginé que les gens seraient séduits par l'idée, mais ce qui s'est passé a dépassé mes attentes les plus folles. Après la première semaine, le groupe comptait 50.000 membres, et un mois plus tard, le compteur en affichait 2 millions."

Tourbillon

Barbara Duriau n'aurait jamais pu se douter que son idée ferait autant de bruit. Via les réseaux sociaux, elle a été catapultée de la tranquillité dans une tempête médiatique. Cette 'petite idée' a-t-elle eu un impact sur sa vie? Assurément. Et comment.

"Je n'avais encore jamais travaillé aussi dur que l'année dernière", dit-elle. "Des journées de 15 heures, week-ends compris. Les photos continuaient d'affluer. Au bout d'un certain temps, cela a commencé à faire des dégâts, car je ne trouvais plus de repos, ni physiquement ni mentalement. Bugs sur Facebook, haters, jalousie entre les membres, gens qui pensaient que cela me faisait gagner beaucoup d'argent, alors que cela ne me rapportait pas un franc. Un jour, j'ai écrit une lettre ouverte, afin que tout le monde sache qu'il y avait une personne en chair et en os derrière cette communauté, une personne avec ses émotions. J'avais non seulement sous-estimé le travail d'un administrateur mais également la vitesse à laquelle le groupe allait prendre son envol."

"Ce livre est un document historique unique, un témoignage photographique d'une période dont nous nous souviendrons tous."

Face>book

"Après seulement quelques jours, j'ai réalisé que ces photos et leurs légendes ne pouvaient pas rester virtuelles. J'ai décidé d'en sélectionner pour les publier dans un livre. Je considère 'View from my window' comme l'ouvrage de toute une communauté. Pour moi, il s'agit en tout cas d'un témoignage photographique d'une période dont nous nous souviendrons tous. Ce sont des

Marina Hayes New York City, New York | USA | April 14 | 6:30 am

Laura Majors Denver, Colorado | USA | April 23 | 7:56 pm

bribes de notre vie, à un moment où celle-ci, telle que nous la connaissions, était mise à rude épreuve."

Parmi plus de 200.000 photographies, elle en a sélectionné 260. On se pose alors évidemment la question suivante: comment passer de 200.000 à 260? Et quels sont les critères de sélection?

J'ai commencé à sauvegarder les photos très vite. Lorsque j'ai commencé à compiler le livre en juin 2020, il m'en restait 1.500 parmi lesquelles choisir. Ma formation en graphisme m'a également formée et aidée à cela. La qualité des photos a facilité la sélection, car une grande partie d'entre elles n'étaient pas imprimables en raison de leur faible résolution. Les images se sont ensuite classées de façon presque naturelle, dans leurs chapitres respectifs. Du "Désert des rues" à "Demain est un autre jour" en passant par "All you need is love". J'ai bien entendu contacté tous les membres dont je voulais utiliser la photo, afin d'obtenir leur autorisation. Cela m'a valu de belles réactions. Tous étaient très honorées de voir leur photo publiée dans un livre. Le choix de la couverture a été assez rapide: une vue d'Utne, en Norvège. Il y avait tout sur cette photo: la fenêtre, le ressenti, la couleur, l'ouverture... Bref, une photo magnifique et puissante."

Rebecca Ellen Chicago, Illinois | USA | April 26 | 10:58 am

De nombreuses photos sont accompagnées d'une description courte ou plus longue, fournie par le photographe lui-même. Pour Barbara Duriau, cela donne au livre une dimension supplémentaire. "Les témoignages qui accompagnent les photos sont parfois très émouvants et forts. Parfois, ils sont plus importants que la photo elle-même."

La photo prise depuis l'appartement d'un couple de Chicago propose par exemple une de ces belles histoires. On peut y lire: "Voici ma vue. Dans notre quartier, les symboles d'espoir et de solidarité ne manquent pas. Je me considère chanceuse d'être en quarantaine avec l'homme merveilleux qui vient de me demander en mariage. Il a collé ma réponse sur la fenêtre avec des post-it."

LET'S MAKE A NEW DEAL

ne restez pas les bras croisés!

"Never waste a good crisis". Grâce à la pandémie mondiale, cette célèbre citation de Winston Churchill est aujourd'hui plus pertinente que jamais. Si certains ne savent pas comment faire feu de tout bois, d'autres entrevoient de belles possibilités. Le conférencier inspiré Bob Delbecque appartient à la seconde catégorie. Il a profité de la tranquillité de la vie sociale pour publier le recueil de dessins humoristiques inspirant 'Make a New Deal'.

"En temps de crise, nombre de gens restent bloqués dans la peur initiale, mais ce n'est qu'en se débarrassant de ce carcan que l'on pourra continuer à entreprendre. Pour moi, cela a conduit à cette publication. Par le biais de dessins humoristiques, je prodigue des conseils sur la manière dont les gens peuvent penser et agir différemment." Never waste a good crisis? Pas si cela ne tient qu'à Bob.

Son ouvrage le plus récent s'inscrit dans la lignée de ce qu'il fait au quotidien en temps normal: enthousiasmer les chefs d'entreprise et les collaborateurs. Bob – qui constitue aussi l'abréviation de 'Best of Belgium' – est connu comme un energizer, une personne qui donne aux autres l'énergie nécessaire pour réaliser leurs projets. Bref, un homme d'action.

"J'entrevois des chances ou de belles opportunités dans chaque crise."

"L'idée de publier un recueil de dessins humoristiques est venue d'un client. Cet homme trouvait les cartoons que j'utilisais si inspirants qu'il les diffusait dans son entreprise. Il en parlait tous les jours avec ses collaborateurs et créait ainsi un véritable buzz autour du sujet. J'en ai retiré un conseil important: écoutez ce que vos clients vous disent.

'Make a New Deal' colle parfaitement à ma vision professionnelle, en ce sens que j'entrevois souvent dans chaque crise de belles opportunités. Un côté positif, si vous voulez."

Votre gagne-pain quotidien, qui consiste à donner des conférences en entreprise en live ainsi que des power-talks, a été mis en veilleuse pendant un an, mais vous avez déplacé vos activités sur le web mondial – en tenant compte de votre propre philosophie. Bref, vous suivez le courant. Combien de temps faut-il pour écrire une conférence?

"Quelques jours, tout de même. Je commence par me placer dans la peau du commanditaire ou de la direction. Ensuite, j'interroge les collaborateurs et les clients, et je demande au commanditaire de me donner son feedback. C'est la meilleure façon d'écrire une conférence sur mesure. Naturellement, je m'inspire aussi de podcasts avec des entrepreneurs connus, mais ce sont surtout mes clients qui m'inspirent le plus."

Si j'affirme que 'Bob Delbecque est l'homologue belge du conférencier inspiré américain Tony Robbins', dans quelle mesure suis-je proche ou loin de la vérité?

"Tout d'abord, merci pour le compliment! Tony Robbins a touché plus de 6 millions de personnes à travers le monde avec son émission de retour après le premier confinement. C'est énorme. J'ai déjà beaucoup d'admiration pour son palmarès et sa façon de penser. Voici l'une de mes citations préférées: 'The number one secret to happiness is not fame, is not money or freedom, it's progress!' Seul le progrès garantit le succès. En tant que fier Gantois adepte de la devise 'Ne te plains pas, n'abandonne pas', cela n'a rien de surprenant.

Pour répondre à votre question, je dirais toutefois que 'Tony est Tony et Bob est Bob'. Si je peux donner un conseil? En ces temps de changement et de transformation, il vaut mieux rester soi-même, car tous les autres sont déjà pris."

Make a New Deal.

"Je suis très satisfait de l'ouvrage 'Make a New Deal', une magnifique publication à couverture rigide, bords colorés, et 100 pages débordant de bons mots, de récits inspirants et de dessins humoristiques. Je constate que c'est un succès, à l'image du New Deal du président américain Teddy Roosevelt. Avec son New Deal dans les années 1930, il a réussi à fédérer à nouveau les Américains et à les inciter à lutter ensemble pour un avenir prometteur. Cette attitude est indispensable pour permettre aux entreprises de contrer une période comme celle-ci et de grandir.

Je considère cet ouvrage comme une jolie carte de visite, une œuvre tactile qui transporte les gens dans un autre monde. Dans cette optique, je rejoins Denis Geers, CEO de Graphius. Il affirme également que 'le tactile' est de retour, que l'imprimé a de nouveau la cote et qu'un livre vous offre une échappatoire agréable, loin des tracasseries quotidiennes."

Comment avez-vous vécu l'année écoulée?

"Ce sont les meilleures vacances que j'aie jamais eues! Le début du printemps a constitué le moment idéal pour se promener à pied et à vélo, j'ai ressorti ma guitare et je n'ai jamais autant lu que l'année dernière. Pourtant, je ne suis pas resté totalement inactif. Je m'étais fixé comme objectif pendant le premier confinement d'appeler trois clients par jour, juste pour leur demander comment ils allaient. Vous ne croiriez pas quelle quantité d'énergie positive cela m'a procurée."

Delbeque, Gent,
210 x 210mm, 96p, Lessebo Design White 150g

N'OUBLIEZ PAS LE GUIDE

GROTE ROUTEPADEN VOUS FAIT DÉCOUVRIR LA FLANDRE À PIED

Grote Routepaden vzw, Antwerpen,
125 x 210mm, 192p , Maco Gloss 90g

La Belgique est une nation de randonnée, constamment sillonnée de marcheurs plein d'entrain harnachés de la tête aux pieds, qui weekend après weekend - et aussi parfois en semaine - arpentent sans relâche les quatre coins du pays pour se dégourdir les jambes et s'emplir les yeux et les papilles de fabuleux paysages et de détours culinaires, ou encore étancher leur soif d'aventure sur des chemins plus ou moins carrossables. Avec dans leur sac à dos un guide Grote Routepaden, qui est aux promeneurs invétérés ce que le Michelin est aux fins gourmets.

2020 – et 2021 aussi semblerait-il – restera dans les annales comme 'l'année où le monde fut frappé par le coronavirus'. Confinement, quarantaine, autant de mots qui font désormais partie de notre quotidien. Pour beaucoup de gens, cette nouvelle réalité rime aussi avec la (re) découverte de la marche, jamais on n'avait autant de promeneurs sur les routes.

"Nous l'avons clairement ressenti chez nous", raconte Isabel Hoogewijs, attachée de presse chez Grote Routepaden, "l'année dernière, nos guides se sont extrêmement bien vendus, ils ont même été en rupture de stock à un moment. La demande a dépassé l'offre."

Le coronavirus a poussé les gens à sortir.
"Tout à fait, et pas seulement : le nombre de nos membres a grimpé en flèche. Nous avions du mal à suivre les commandes des guides de randonnée pour la Belgique.

On pourrait penser qu'aujourd'hui, les gens auraient plus tendance à se tourner vers une appli plutôt qu'un guide traditionnel. Visiblement non.
"En effet, nos guides touristiques sont aussi pertinents qu'un journal papier. On peut tout trouver – ou en tout cas beaucoup - en format digital, mais bon nombre de randonneurs préfèrent quelque chose de plus 'tangible'. Un guide s'utilise avant, pendant et après la marche. Quand vous ébauchez votre itinéraire, vous y trouvez toutes les infos sur les distances, les transports en commun, si les chiens sont admis ou non... Dans chaque guide, vous avez un tableau de planning qui vous permet de préparer vos sorties en fonction du temps, de vos envies et de vos capacités personnelles. Une fois en route, le guide vous fournit une foule d'informations sur les curiosités. Même si nos itinéraires sont bien balisés, il peut vous arriver de manquer un autocollant ou qu'un marquage ait disparu. Les descriptions d'itinéraire dans les deux directions et les cartes détaillées aident le promeneur à retrouver le bon chemin. Après la promenade, le guide est un beau souvenir. Pour certains immaculés car ils n'utilisent que des photocopies lors de leurs marches, et pour d'autres cornés et couverts d'annotations."

Quels ont été les guides les plus populaires en 2020 ?
"Tous (rire) ! De manière générale, 2020 a été une excellente année pour les guides, mais il y en a cinq qui sortaient du lot : 'Treinstapper', qui propose des promenades de gare en gare, le long des sentiers GR. Même les amateurs de GR les plus aguerris apprécient cette formule. Ensuite, le guide 'GR 5', dont le succès s'explique en partie par la popularité de la série de fiction 'GR 5'. Nous avons constaté une grande envie parmi les marcheurs de relier Hoek van Holland à Nice.

Compact et solide.
"Le guide de randonnée ultime ? Je ne sais pas s'il existe", poursuit Isabel, "mais il faut en tout cas qu'il soit pratique, facile à glisser dans le sac à dos et résistant. Il doit survivre à la pluie et aux éventuelles projections de café. C'est toujours plus agréable aussi de prendre la route avec un guide actualisé. Il n'y a rien de plus frustrant que se rendre compte que l'itinéraire que vous avez choisi a été modifié et que c'est un ancien exemplaire que vous avez en main. C'est pourquoi nous limitons nos tirages. Une réimpression demande beaucoup de travail mais cela en vaut la peine."

2021 est déjà bien entamée. Le printemps bat son plein, l'été n'est pas loin. Quelle est la suite du programme ?

"Pas mal de réimpressions, déjà. De modifications dans des guides déjà publiés, par exemple. Et cela demande d'énormes efforts à nos bénévoles. Il ne faut pas oublier que Grote Routepaden repose uniquement sur l'investissement personnel de 250 bénévoles. Le plus grand groupe est celui des marqueurs, qui entretiennent la signalisation et les marquages. Les autres font partie de l'administration ou ont une fonction de coordination. À côté de cela, nous faisons aussi appel à des graphistes, des cartographes et des rédacteurs. Sans eux, nous ne pourrions pas réaliser nos topo-guides."

Vous voulez dire vos 'top guides' !
"Ça, je laisse les utilisateurs en juger !"

G-SNOW

The coolest paper in town

Le monde du papier. Si pour certains le papier est juste un support à glisser dans l'imprimante, pour d'autres, c'est un véritable métier. Ce dernier groupe suit de près les développements de l'industrie papetière, car chaque année sont lancées sur le marché nouvelles variétés de papier qui offrent une meilleure qualité, qui sont plus écologiques et qui permettent aux publications de briller encore davantage. Parmi ces nouveaux papiers figure G-Snow, issu de la famille Artic Paper. Un papier couché ultra blanc présentant d'excellentes propriétés en matière de rainage et de pliage.

Le producteur papetier suédois Arctic Paper est réputé pour ses marques de papier de qualité au toucher distinctif. Comme la large gamme sous le label **G-Snow**: une gamme de papier couché blanc brillant (valeur CIE élevée: 140), rigide en raison de son bouffant élevé et doté d'une surface douce. Soit un papier exclusif – le nec plus ultra – qui garantit des résultats d'impression exceptionnels. De surcroît produit de manière neutre en termes de CO_2, disponible de stock et certifié FSC. Bref, une qualité AAA. Que demander de plus?:

"Les imprimeurs accordent une grande importance à un bon résultat d'impression, à la fiabilité, à un traitement sans problème et à un large éventail d'applications", explique Stephan Serry, directeur commercial du papetier belge **Papyrus**, leader du marché du papier, des produits utilitaires et des emballages industriels.

"**G-Snow** offre la qualité de papier idéale par excellence. **Papyrus** distribue **G-Snow** en différents formats et grammages, allant de 115 à 250 g/m^2. Des formats différents sont possibles sur simple demande."

Qu'est-ce qui rend G-Snow si différent?

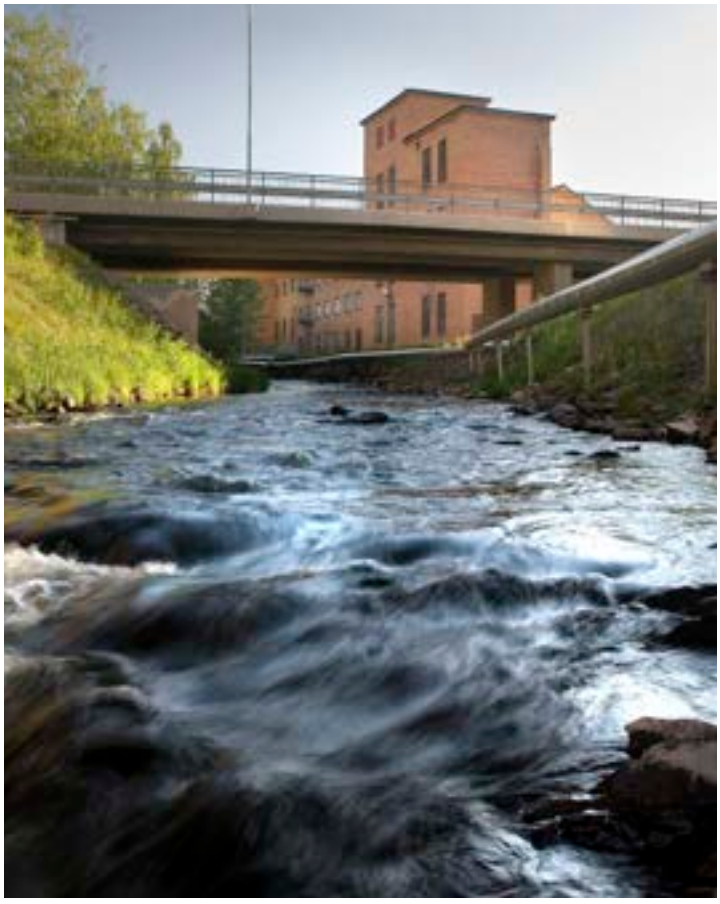
"**G-Snow** se démarque par une surface lisse et sans reflet, avec une sensation unique au toucher, conférant ainsi à chaque projet d'impression sa propre identité. Le volume et la résistance élevés du papier assurent une rigidité maximale, même pour les grammages inférieurs."

Sans bois. Couleurs intenses.

"**G-Snow** est un papier sans bois à finition ultra blanche", poursuit Stephan Serry. "Les couleurs et les contrastes ressortent tandis que les détails sont mis en valeur avec précision. **G-Snow** est synonyme de traitement cohérent, d'absorption rapide de l'encre et de rendu de haute qualité. Ce papier permet de gérer les grands tirages de manière plus efficiente et sans stress, tout en obtenant des résultats d'impression parfaits. Pour les imprimeurs professionnels, cela représente un gain de temps considérable."

Pour quelles applications G-Snow est-il le plus approprié?

"Ce papier est idéal pour les rapports d'entreprise, les catalogues de haute qualité, les livres d'art, les dépliants, les mailings exclusifs et les brochures. Il donne de beaux résultats en association avec Amber Graphic, car les blancheurs sont identiques.



"Tout le monde dans l'entreprise sait désormais que **G-Print** constitue mon produit préféré dans la gamme des papiers couchés depuis de nombreuses années", déclare Trudie Brandse, consultante papier pour **Papyrus** Groep Nederland. "C'est un magnifique papier mat qui offre l'avantage supplémentaire qu'il ne se déchire pas.

"Je le recommande toujours pour les brochures avec couverture à même, surtout avec une impression pleine page au dos. D'autres papiers ont tendance à se déchirer après le rainage et le pliage. Ce n'est pas le cas de **G-Print**. C'est un avantage considérable. Ce papier est également très approprié pour les cartes à impression complète."

Comment se fait-il que G-Print **ne se 'déchire' pas?**

"**G-Print** est un papier couché sans bois, fabriqué à partir de fibres extra-longues, qui est couché en un seul passage, au moyen d'un racleur. Avec comme gros avantage le fait que la couche de couchage du papier risque moins de se déchirer lors du rainage et du pliage. Le papier est plus solide au toucher. Ce qui constitue aussi un avantage. Et grâce à sa surface mate, ce papier forme une alternative intéressante lorsque vous voulez combiner l'impression brillante d'un papier couché machine, un aspect basique et un toucher agréable.

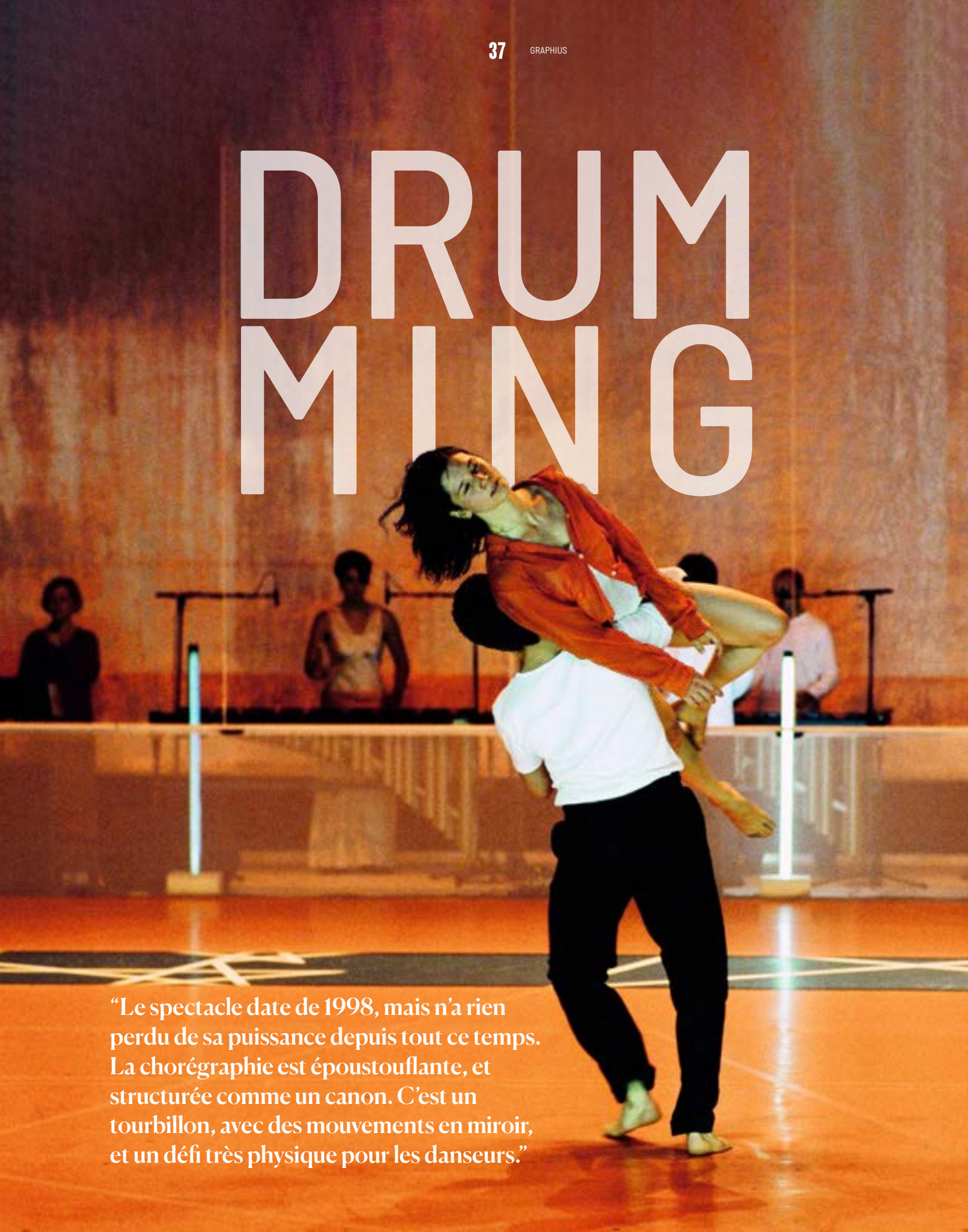
Le meilleur de deux mondes. G-Print **et** G-Snow**.**

"Des clients m'ont parfois dit qu'ils trouvaient le papier **G-Print** vraiment très beau, mais qu'ils recherchaient un papier plus blanc et plus clair pour leur production – par exemple, avec beaucoup d'images ou de photos. C'est là que **G-Snow** entre en jeu. Il présente les mêmes avantages que **G-Print**, mais est beaucoup plus blanc. **G-Snow** permet aux productions imprimées comportant beaucoup de photos et d'images de bénéficier d'un rendu de l'image plus clair. Grâce à la surface mate, la lisibilité reste très bonne. Pour les productions brillantes, cela peut parfois s'avérer gênant: tout le monde connaît le phénomène où il faut tourner une brochure brillante pour mieux lire le texte. **G-Print** et **G-Snow** offrent l'avantage que l'image et le texte restent clairs et agréables pour le lecteur. Adieu les reflets irritants sur le texte."

Sofie Jacobs, consultante papier chez **Papyrus** pour la Belgique et le Luxembourg, rejoint son collègue néerlandais.

Sofie Jacobs: "Pour **Papyrus**, **G-Snow** constitue indubitablement un atout pour la gamme des qualités de papier couché mat. À l'instar de **G-Print**, cette qualité garantit une meilleure lisibilité des textes et des images. La valeur CIE élevée de **G-Snow** donne une blancheur forte et esthétique, et non du gris ou du bleu. C'est clairement visible lorsqu'on le compare avec des qualités de papier blanc existantes. La demande mondiale d'unee blancheur élevée est un fait. **G-Snow** donne une qualité d'identité graphique de base reconnaissable au niveau international, pour de multiples secteurs, comme l'industrie automobile, les entreprises pharmaceutiques et l'industrie alimentaire en pleine croissance."

DRUM MING



“Le spectacle date de 1998, mais n’a rien perdu de sa puissance depuis tout ce temps. La chorégraphie est époustouflante, et structurée comme un canon. C’est un tourbillon, avec des mouvements en miroir, et un défi très physique pour les danseurs.”

Roulement de tambour. Le magazine Graphius va-t-il prendre une orientation musicale? Oui, mais peut-être pas dans le sens auquel on associe immédiatement la batterie. Dans le cas présent, 'Drumming' est le titre du spectacle de danse éponyme proposé par la compagnie belge Rosas, mondialement connue. Au cours des dernières décennies, Rosas, sous la direction d'Anne Teresa De Keersmaeker, a dansé sous les projecteurs internationaux. Le magnifique livre illustré 'Drumming' est paru l'an dernier à la maison d'édition Fonds Mercator, un autre mastodonte belge.

Entre deux affaires, nous avons obtenu une audience auprès de Bernard Steyaert, CEO du Fonds Mercator, un homme au palmarès impressionnant. En tant que fils de diplomate, Bernard Steyaert connaît – un peu – le monde. La vie d'expatrié l'a formé et lui a valu une carrière professionnelle particulièrement éclectique. Il a ainsi dirigé la maison de mode italienne Prada pendant deux ans et a travaillé pour la célèbre maison de vente aux enchères Christie's, pour laquelle il est devenu commissaire-priseur à Amsterdam. Et le Fonds Mercator?

"Il a toujours fait partie de ma vie", a-t-il signalé dans le média bruxellois BRUZZ en 2018. "Mon père offrait toujours à ses relations internationales un livre d'art de la collection du Fonds Mercator comme cadeau d'affaires. J'ai toujours vécu avec au moins un livre d'art présent sur la table du salon."

Quelle ne fut pas la joie de Bernard Steyaert lorsqu'il est devenu responsable du Fonds Mercator en 2005, avec deux autres associés. Il avait déjà voulu y entrer plus tôt, mais la banque à laquelle le fonds était lié avait refusé (le Fonds Mercator a été créé par Maurice Naessens, président de Paribas, la filiale belge de la Banque de Paris et des Pays-Bas. Paribas s'est d'abord détaché et est devenu successivement Bacob, Artesia, Vrédit Communal et Dexia). Ce n'est qu'en 2005 – lorsque Dexia a voulu se concentrer sur son core-business – que le Fonds Mercator a été libéré. Depuis lors, il est devenu son 'bébé', qu'il souhaite guider avec beaucoup d'amour à travers le 21ème siècle. Aujourd'hui, il peut se targuer d'avoir fait une grande carrière, avec des clients comme le Metropolitan à New York, la National Gallery à Londres et la Royal Academy également à Londres, etc., qui frappent à la porte du Fonds Mercator depuis des années en raison de la qualité supérieure que respire la maison d'édition. Anne Teresa De Keersmaeker, qui a trouvé en l'équipe de Bernard Steyaert le bon partenaire pour 'Drumming' – ainsi que pour sept autres publications préalables –, figure également dans cette liste.

On peut considérer 'Drumming' comme une rétrospective, une ode au spectacle qui a séduit des gens dans le monde entier au cours des 20 dernières années", affirme Bernard Steyaert. "Pendant tout ce temps, les costumes et la musique sont restés inchangés. Ce qui a changé par contre, ce sont les salles, les danseurs, les couleurs et l'éclairage. Pour moi, 'Drumming' est plus qu'un

spectacle de danse, c'est une œuvre d'art globale dans laquelle se rencontrent différentes disciplines: la superbe chorégraphie d'Anne Teresa De Keersmaeker, les costumes de Dries Van Noten, la scénographie de Jan Versweyveld, la musique du génie Steve Reich, etc. "Le spectacle date de 1998, mais n'a rien perdu de sa puissance depuis tout ce temps. La chorégraphie est époustouflante, et structurée comme un canon. C'est un tourbillon, avec des mouvements en miroir, et un défi très physique pour les danseurs. C'est une grosse débauche d'énergie."

Livre kaléidoscopique

"Le livre se veut une reproduction kaléidoscopique de toutes les images et de tous les endroits où le spectacle a été joué au fil des ans. Tout se tient. Dans un grand format, évidemment. 'Drumming' est une édition de luxe, avec de jolis détails cachés comme une page miroir, qui fait référence aux miroirs invisibles dans le spectacle proprement dit. Grâce à son format, 'Drumming' respire la puissance, à l'image de la représentation."

> "En outre, un beau livre de luxe comme 'Drumming' attire immédiatement l'attention. Ce n'est pas le cas d'un DVD."

Pour le Fonds Mercator, 'Drumming' ne constituait pas la première collaboration avec Anne Teresa De Keersmaeker. "Nous avions déjà travaillé ensemble pour 'Violin Phase' en 2011", précise Bernard Steyaert, "un spectacle solo dans lequel la chorégraphe danse elle-même. C'est l'une des quatre parties de 'Fase, four movements to the Music of Steve Reich'. Nous avons publié un très beau livre illustré de ce spectacle. En 2014 a suivi 'A Choreographer's Score: Drumming & Rain', une publication plutôt 'académique' avec du texte et des explications sur les principes chorégraphiques sous-tendant à Drumming et Rain. Le livre illustré 'Drumming', publié en 2020, est le huitième ouvrage d'Anne Teresa De Keersmaeker/Rosas édité en collaboration avec le Fonds Mercator."

Il est important de perpétuer la tradition

"Les photos dans 'Drumming' sont très importantes", selon Bernard Steyaert. "C'est un témoignage en images. Perpétuer la tradition est fondamental pour Anne Teresa De Keersmaeker. L'héritage qu'elle laisse derrière elle avec Rosas doit être accessible à tous. Étudiants, amateurs de danse, danseurs... Tout le monde doit pouvoir accéder librement à ses créations. C'est aussi la raison pour laquelle elle publie tant d'ouvrages didactiques, donne des interviews et offre un aperçu du processus de création et de développement. De plus, le prix de Drumming a été délibérément maintenu bas, afin que tout le monde puisse l'acheter."

Mais un livre sur la danse? “Oui, en effet, cela fonctionne”, déclare Bernard Steyaert. “C’est un joli complément et cela apporte assurément une valeur ajoutée par rapport aux DVD. En outre, un beau livre de luxe comme ‘Drumming’ attire immédiatement l’attention. Ce n’est pas le cas d’un DVD (rires). Personnellement, je préfère recevoir un livre en cadeau plutôt qu’un CD ou un DVD. Cela reste des ‘disques’. Je considère ‘Drumming’ comme un véritable chef-d’œuvre, en premier lieu parce qu’il n’est vraiment pas facile de représenter la danse au moyen de photos. J’ai une énorme admiration pour le duo de graphistes, et bien sûr pour les photographes Herman Sorgeloos et Anne Van Aerschot, qui ont réalisé cette prouesse. Le résultat est réellement exceptionnel.”

Mercatorfonds, Brussel,
240 x 335mm, 128p, Munken Print 150g

DOMAINE VITICOLE VALKE VLEUG

Où la production du vin devient un art

Un verre de vin peut-il sauver votre journée? Assurément. Nous ne voulons inciter quiconque à sombrer dans l'alcool, mais après une journée de travail bien remplie, un bon verre de vin peut faire oublier la réalité. D'autant plus si celui-ci provient du domaine viticole belge Valke Vleug à Liezele. Une maison viticole avec une signature et une vision claires. Les vignerons ont lancé leurs premières bouteilles de vins 'cool climate'. Pour savoir ce que sont précisément ces vins 'cool climate', nous sommes volontiers allés éclairer notre lanterne au domaine.

© Catherine Vereecke

© Koen Van Damme

Pieter Raeymaekers, cofondateur et vigneron : "Jusqu'en 2016, il n'était ici pas question de raisins et encore moins de vin. Jan Van Lancker a donné le premier élan: lorsqu'il y a acheté une vieille ferme délabrée, les idées et les rêves sont venus naturellement. Nous nous sommes croisés presque par hasard. Nous avons commencé à discuter, une chose en entraînant une autre. Pour moi, en tant que vigneron passionné, c'est un rêve de jeunesse qui s'est réalisé."

"Pour réaliser mon rêve, je savais qu'il me fallait trouver les bons partenaires", ajoute Jan Van Lancker. "Je ne suis pas un expert en vin, mais suis très fasciné par la viticulture et la nature.."

Pieter Raeymaekers et Jan Van Lancker ont directement osé rêver grand: ils ont associé leurs rêves respectifs et créé Vinetiq: la première boutique de vin de Belgique spécialisée dans les vins 'cool climate'. Lorsque le négociant en vins expérimenté Johan Stoffels s'est joint à eux, le triumvirat du vin était né. Tous trois ont constitué une jolie collection de vins 'cool climate' du monde entier, tandis que leurs premières vignes commençaient à fleurir à Liezele. Aujourd'hui, ils cultivent la vigne sur 4 hectares. Ce qui représente 17.000 pieds de vigne et 9 variétés. Entre-temps, une boutique en ligne florissante, vinetiq.eu, a également vu le jour, de même qu'un premier Taste-in Store Vinetiq à Anvers.

Produire du vin en Belgique! Vu notre climat capricieux, cela ne semble pas être facile.

"Ce ne l'est jamais, pas même dans les régions viticoles bien connues. Mais aujourd'hui, en 2021, on peut tranquillement affirmer que la Belgique est un pays viticole. En raison de l'augmentation des températures ces dernières années et vu que les vignes bénéficient de la chaleur et des heures d'ensoleillement nécessaires, il devient intéressant de pratiquer la viticulture de manière professionnelle en Belgique. Même si la viticulture a toujours existé dans nos contrées. Cependant, pour diverses raisons, elle a toujours connu des hauts et des bas. Aujourd'hui, on trouve des vins 'cool climate' dans le monde entier: en Europe, les vignobles sont principalement situés en Belgique, en France (Loire, Champagne, Alsace, Bourgogne jusqu'au Beaujolais), en Autriche, en Allemagne et en Italie du Nord.. Les viticulteurs qui veulent produire des vins 'plus frais' recherchent spécifiquement des endroits bénéficiant d'une brise fraîche, d'une certaine altitude ou d'étendues d'eau fraîche ainsi que de grandes différences de température entre le jour et la nuit. La typicité des vins 'cool climate' réside dans le fait que les raisins s'épanouissent plus lentement, ce qui détermine le goût du raisin: en raison du refroidissement, la vigne arrête de produire du sucre. Avec comme résultat des arômes dans les raisins qui ressortent mieux. Et cela se goûte dans le verre, même si le consommateur doit s'habituer à la nouvelle terminologie: élégance, fraîcheur, tension, équilibre, définition du fruit, lumière, etc."

Un fameux défi

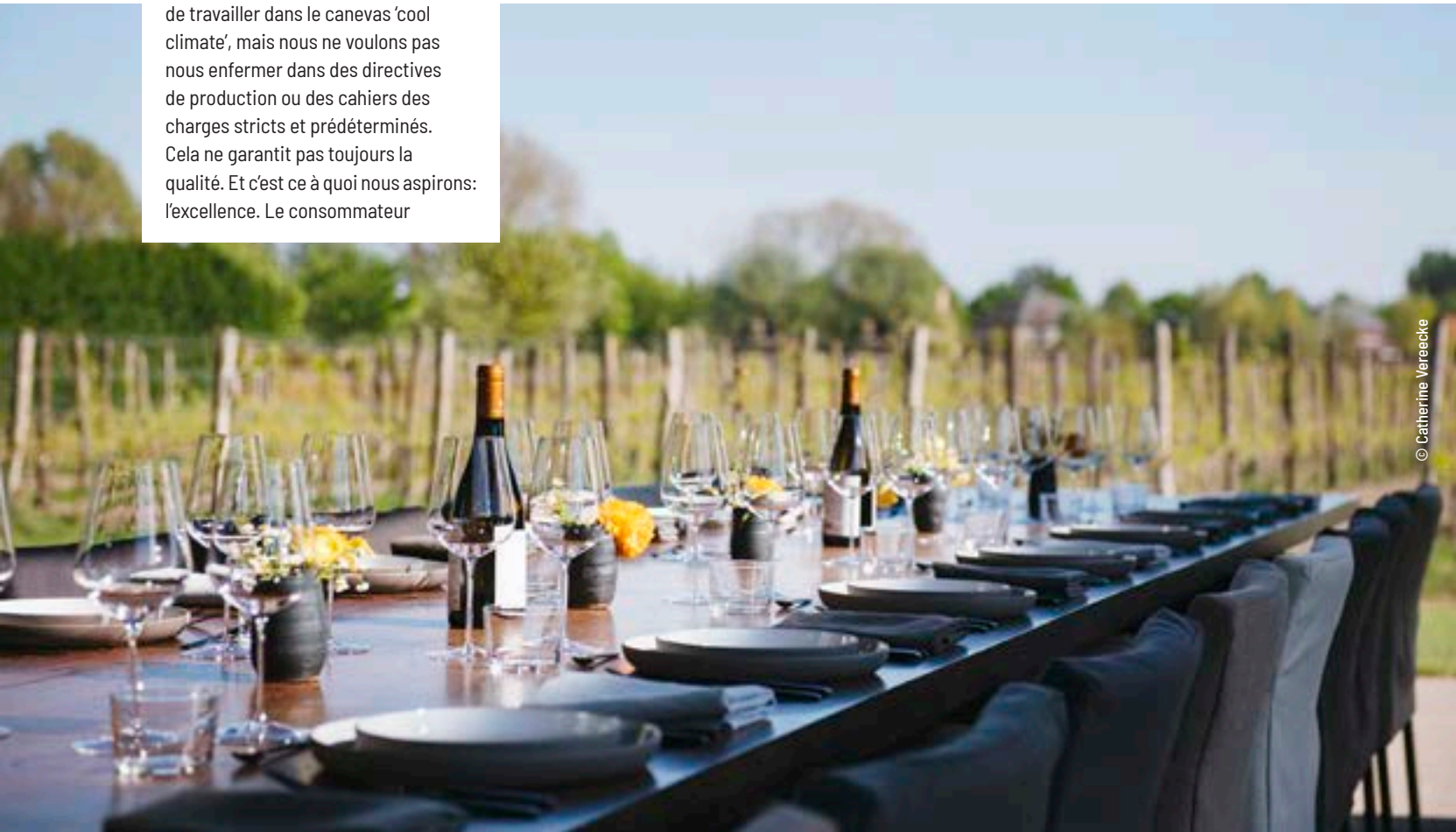
Les premiers vins de Valke Vleug ont été lancés en janvier 2021. Cependant, le Pinot Auxerrois 2019 et le Pinot Noir 2019 étaient déjà totalement épuisés 'en primeur'.

"Oui, ce fut un grand succès. Je pense que notre récit plaît aux gens. Produire des vins 'cool climate' s'apparente à une aventure, à un défi. C'est une façon de cultiver la vigne qui exige beaucoup de connaissances, de talent et un peu d'audace. Il s'agit d'un métier dans lequel l'artisanat et le talent sont clairement mis en avant. J'oserais même comparer cela à de l'art, car ceux qui parviennent à braver les épreuves finissent généralement par obtenir un produit fini magnifique. Un produit qui ne peut être enfermé dans des carcans rigides. Nous respectons plusieurs principes de base, comme notre approche naturelle et le fait de travailler dans le canevas 'cool climate', mais nous ne voulons pas nous enfermer dans des directives de production ou des cahiers des charges stricts et prédéterminés. Cela ne garantit pas toujours la qualité. Et c'est ce à quoi nous aspirons: l'excellence. Le consommateur s'oriente progressivement vers ces vins plus distinctifs, pour lesquels le caractère et l'amour contribuent à déterminer l'expérience gustative. Une fois que l'amateur de vin belge sera plus souvent en contact avec ce type de vins, il sera convaincu. En attendant, j'aime dire: "Cool things happen on the edge."

Ces derniers temps, on observe une évolution au niveau des vins: les vins naturels sont en plein essor, le vin orange est à la mode et les vins 'cool climate' semblent bien partis pour accaparer une place importante.

Le réchauffement climatique pose un défi aux viticulteurs: les régions viticoles traditionnelles donnent des vins présentant un taux d'alcool plus élevé. On trouve aujourd'hui de nombreux vins titrant facilement 15% voire 16% d'alcool. L'amateur de vin en a assez des vins lourds, déséquilibrés et forts, il recherche quelque chose de différent. Les vins 'cool climate' offrent ici une jolie alternative. Ils sont gastronomiquement intéressants et donc très recherchés par les sommeliers des meilleurs restaurants. Ces vignerons seront dans le camp des gagnants lorsque la température augmentera."

La typicité des vins 'cool climate' réside dans le fait que les raisins s'épanouissent plus lentement, ce qui détermine le goût du raisin: en raison du refroidissement, la vigne arrête de produire du sucre.



© Catherine Vereecke

Une fois que l'amateur de vin belge sera plus souvent en contact avec ce type de vins, il sera convaincu. En attendant, j' aime dire: "Cool things happen on the edge."

Le raisin constitue la base de tout vin. À Valke Vleug, vous en cultivez 9 variétés différentes. En quoi le raisin du domaine d Valke Vleug diffère-t-il de celui du Vaucluse, par exemple?

"Par où commencer? (Rires) On adapte en fait le choix de la plante à l'environnement. La vigne pour les régions plus fraîches présente un cycle de maturation plus court et est prête à être dégustée plus tôt avec une teneur en sucre plus faible et une acidité légèrement plus élevée. Il faut des vignes résistantes, qui ne courbent pas l'échine en cas de gelée nocturne inattendue, notamment. 2020, par exemple, a été une année difficile, avec du froid extrême au printemps et une canicule en été. Nous avons passé des nuits à installer des pots de feu au pied des vignes pour tenir le gel à l'écart du vignoble. Les conditions météorologiques sont ici exceptionnelles et très variables. Une vigne peut encaisser les coups et même produire de meilleurs raisins lorsqu'elle est quelque peu mise à l'épreuve, mais il ne faut pas pousser le bouchon trop loin. Moins ou, justement, davantage de soleil, vagues de chaleur, gelées nocturnes plus fréquentes ou plus fortes jusqu'à la fin du printemps, orages de grêle, etc. Tout cela affecte la qualité et la quantité des vendanges. Celles-ci sont donc plus imprévisibles et plus incertaines. Cela rend pour nous chaque millésime particulièrement excitant. Trouver le bon équilibre est crucial, et c'est un travail de précision. Combiné au savoir-faire du vigneron qui sait lire la nature, cela donne de très beaux résultats."

La précision. Voici une belle transition vers l'architecture: tout à Valke Vleug respire la réflexion, le souci du détail et le minimalisme, la sérénité et l'engagement.

"Oui, c'est vrai. Certainement en termes de dévouement car, en tant que viticulteur 'cool climate', vous êtes ici proche de la vigne. Il faut parfaitement comprendre la dynamique naturelle du vignoble. Dans le Sud de la France, on peut un peu plus facilement laisser les vignes s'épanouir seules, mais en Belgique, les facteurs qui influenceront les vendanges sont beaucoup plus nombreux. En tant que vigneron, vous devez faire beaucoup plus de choix en cours de route, sur le terrain. Revenir à l'essence de la viticulture constitue un must pour pouvoir anticiper et

procéder aux ajustements là où cela s'avère nécessaire."

Une architecture qui se fond dans le paysage

Les visiteurs du domaine sont surpris par l'architecture moderne et épurée. Le chai est un joyau dessiné par un architecte de renommée internationale, Vincent Van Duysen. Pourquoi lui?

Jan Van Lancker: "Ayant jadis été actif dans l'immobilier, je connaissais son travail. Lorsque j'ai cherché un architecte pour le nouveau chai, j'ai automatiquement atterri chez Vincent. Il importait pour moi que le bâtiment n'impacte pas trop la nature environnante. Les maisons viticoles internationales sont souvent intégrées dans un environnement naturel totalement différent. Les paysages sont différents des plaines et des étendues d'ici, plates avec des arbres, typiquement flamandes. Je ne voulais pas seulement respecter le paysage. Le bâtiment devait également rendre hommage à la construction traditionnelle, celle de la ferme carrée du 19ème siècle avec sa cour intérieure. La seule chose dont l'architecte a dû tenir compte, ce sont les exigences techniques liées à la production de vin.

Valke Vleug respire l'audace, la vision. Rien n'a été laissé au hasard.

"Tout doit être juste, et pour cela, j'ose poser des choix clairs. Par exemple, pour les poteaux soutenant les vignes, j'ai opté pour du bois d'acacia et non pour les poteaux métalliques fonctionnels habituels. Je me suis ici inspiré de ce que j'ai vu en France. Je sais qu'il faudra les remplacer tous les dix ans, mais nous verrons bien. Lorsque quelque chose ne me semble pas bien esthétiquement, je ne le fais pas. Je ne suis nullement adepte du 'plus c'est cher, mieux c'est', mais bien de la qualité. Et celle-ci doit être impeccable, en tout. Cela s'applique également à l'étiquetage et au conditionnement: on déguste en effet aussi avec ses yeux. Toutes les études le montrent. Le liège, la cire à cacheter, la gravure de l'emblème dans cette cire à cacheter, le type de bouteille, l'étiquette et la boîte, tous sont sélectionnés chez des fournisseurs haut de gamme. Pour concevoir l'étiquette, nous avons consulté une agence française ayant de l'expérience dans les champagnes et les vins de qualité supérieure. Afin de traduire la précision du travail de conception en un emballage fonctionnel et attrayant, nous avons fait appel à l'expertise de Stevens Print/Graphius. Le type de papier, la texture et le relief ont été étudiés avec une grande attention pour les détails. La boîte a également été fabriquée sur mesure."

Boire la vie jusqu'à la lie

Vinetiq et le domaine viticole Valke Vleug forment un beau tandem, Vinetiq proposant des vins 'cool climate' du monde entier et contribuant ainsi à faire connaître ces derniers. "Nous achetons uniquement des vins issus de petites maisons", déclare Pieter. "Nous connaissons les personnes avec qui nous travaillons. C'est non seulement plus facile pour parler avec elles, mais c'est aussi instructif. Et plus nous en savons, mieux nous pouvons informer nos clients sur les vins 'cool climate'."

"L'été dernier, des invités ont pu, à plusieurs reprises, découvrir les multiples facettes de l'expérience du vin, en accordant de l'attention à l'art, à la musique et à la gastronomie.

Lorsque quelque chose ne me semble pas bien esthétiquement, je ne le fais pas. Je ne suis nullement adepte du 'plus c'est cher, mieux c'est', mais bien de la qualité. Et celle-ci doit être impeccable, en tout. Cela s'applique également à l'étiquetage et au conditionnement.

Une expérience globale qui stimule tous les sens."

"Valke Vleug est un tableau", conclut Van Lancker. "Un lieu magnifique et inspirant qui, grâce à l'humilité du bâtiment, permet un large éventail d'activités. C'est un terrain de jeu hédoniste, dans lequel je suis très heureux et où je peux vivre mon rêve. Jour après jour."

Les murs ont des histoires

Masureel, producteur de papiers peints de qualité haut de gamme, est une entreprise belge qui suit mais aussi façonne cette évolution depuis déjà des générations. Combien d'entreprises peuvent se targuer d'avoir un pédigrée remontant au 16ème siècle?

Après un certain déclin, le papier peint a connu un nouvel essor ces deux dernières décennies. De nouvelles techniques, des motifs rafraîchissants, de l'audace et un sens de l'innovation ont ramené les revêtements muraux dans la ligne de mire des designers d'intérieur, des créatifs et des familles. Le papier peint a actuellement la cote. Aujourd'hui, Masureel est synonyme d'élégance, d'intemporalité et d'innovation. Une entreprise belge, mais jouissant d'une renommée internationale.

"Masureel occupe depuis très longtemps une position de leader international en tant qu'imprimeur qualitatif d'intissés, de papiers peints textiles et de tissus d'intérieur de qualité haut de gamme", affirme Guy Verstraete, CEO. "Au fil des ans, Masureel est devenue, en accordant une attention constante à l'innovation, à la qualité et à la créativité, une entreprise solide, dotée d'une image propre et d'une variété de marques à succès. Aujourd'hui, nos produits sont distribués dans plus de 70 pays."

La Flandre a toujours eu une bonne réputation en matière de revêtements muraux. Cela remonte au 16ème siècle. Comme l'histoire de Masureel. Est-ce que cela transparaît encore dans l'entreprise aujourd'hui?
"Assurément. Masureel peut s'appuyer sur une histoire familiale très riche, puisant ses racines – comme tant d'entreprises en région courtraisienne – dans la culture du lin. Avec un grand respect pour ces racines, Masureel aspire de nos jours à combler le fossé entre l'art et l'industrie, en accordant énormément d'attention à l'histoire mais aussi au paysage caractéristique d'Hulste. L'ancienne ferme, les bâtiments de l'usine, la rénovation de la villa familiale, les jardins... Tout respire la grandeur, greffée sur une riche histoire familiale. Parmi les projets les plus récents figure la rénovation de la villa de la famille Masureel, datant du milieu du 19ème siècle et conçue par Rosalie Masureel. Cette villa a vu grandir de nombreuses

générations de Masureel. Après quelques années d'inoccupation, le moment était venu de lui rendre son lustre d'antan."

Le papier peint a gagné en popularité ces dernières années. Sur les salons de décoration intérieure, les créations fabuleuses se succèdent. Quelle est la source d'inspiration de Masureel?
"Le moteur, c'est la passion, toujours. Avec chaque nouvelle collection, nous voulons nous rapprocher de quelque chose qui va juste au-delà de ce qui est saisissable. Nous plaçons ici la barre très haut. Pour chaque marque, nous pouvons nous appuyer sur de riches archives de créations textiles et une vaste collection d'art. L'inépuisable élan créatif de nos designers et le désir persistant d'appliquer les dernières technologies permettent à Masureel de continuer à innover et exceller en matière de couleur, de design et de texture. Chaque collection est entièrement réalisée en interne, de la conception initiale à la production finale. La couleur, la texture et le design constituent ici toujours les points de départ."

Laboratoire: du terrain de jeu numérique à la conception

"Pour créer de nouveaux concepts, Masureel utilise son laboratoire interne", explique Guy Verstraete. "C'est là que nous traduisons l'image numérique qui prend vie durant le processus de création en un article manufacturable. Nos coloristes développent chaque nuance de couleur dans un dessin. Nous créons d'abord les couleurs à l'échelle du laboratoire et nous les élaborons pour obtenir le bon concept. Ensuite, nous sélectionnons une nouvelle collection à partir des échantillons créés."

Masureel travaille avec des couleurs et des produits chimiques. Cela implique évidemment que vous devez aussi tenir compte de l'impact écologique.
"Oui, bien sûr. Nous cherchons à minimiser l'impact environnemental de nos installations de production et des matériaux que nous produisons. Aucun solvant n'est utilisé, toutes les pâtes d'impression sont à base d'eau et cela fait longtemps que le formaldéhyde a été entièrement banni. Les eaux usées sont traitées dans nos installations et si possible, recyclées. Tandis que le drainage est strictement conforme aux normes environnementales. Nos produits portent les écolabels FSC (Forest Stewardship Council) et CE (conformité européenne).

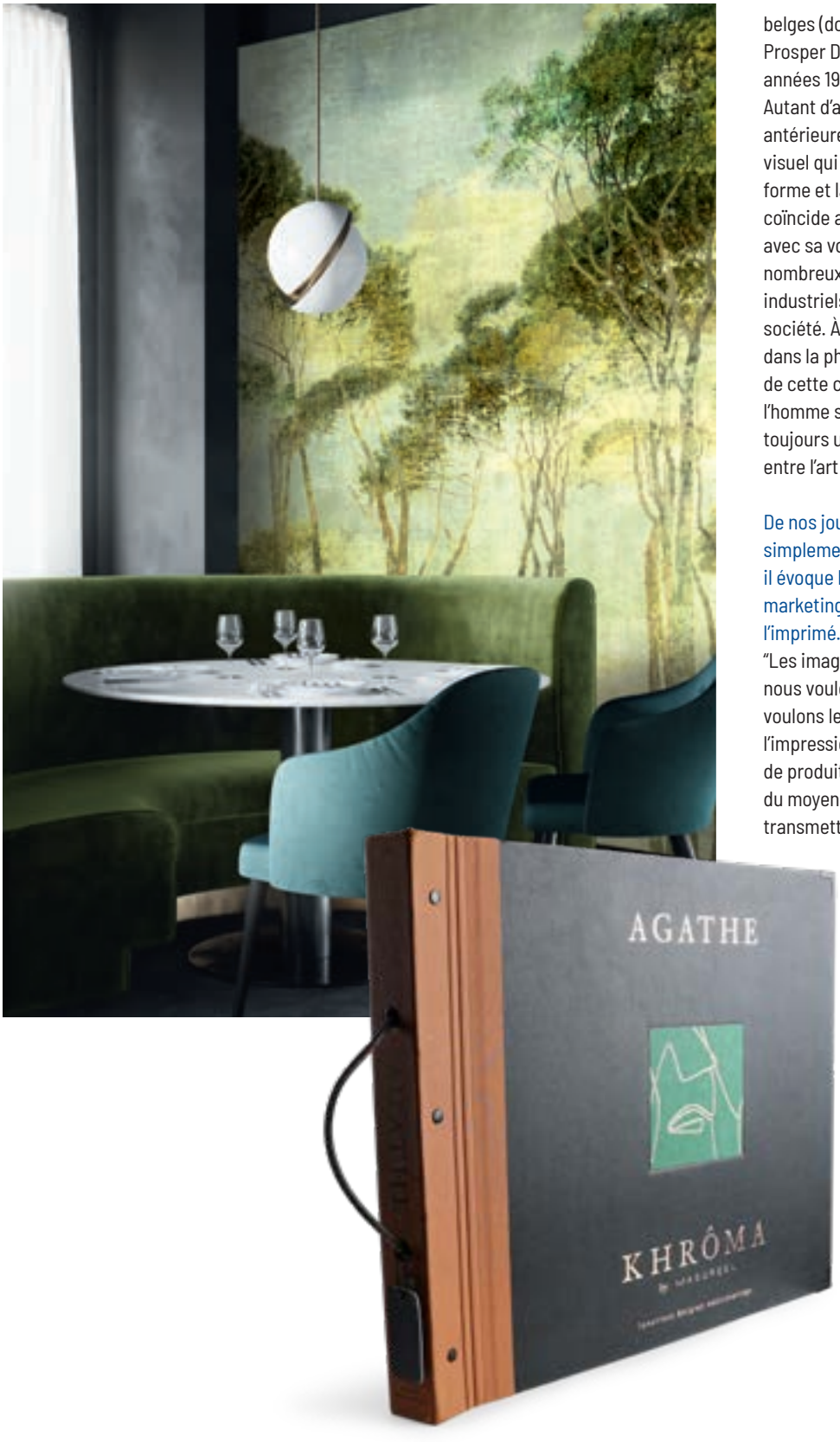
Même si le revêtement mural entièrement biodégradable n'a pas encore vu le jour, Masureel adopte une approche progressive en matière d'innovation écologique. Il est possible d'utiliser des matériaux recyclés pour les revêtements muraux et l'avènement de produits chimiques biosourcés ouvre de nouvelles perspectives. Tout en s'engageant à maintenir son niveau de qualité et d'inventivité, Masureel a même relevé le défi de proposer des alternatives aux revêtements muraux en PVC."

Le récit qui se cache derrière le papier peint

Nous avons déjà brièvement parlé d'art. Cet art constitue précisément le fil conducteur à travers l'existence et l'œuvre de Masureel. Mieux encore, la collection Masureel est impressionnante.
"Elle l'est assurément. La collection d'art de Masureel rassemble des œuvres du début du 19ème siècle, de l'abstraction lyrique, du minimalisme et de l'art conceptuel, jusqu'aux œuvres les plus récentes réalisées par des artistes contemporains. Les constructivistes

"La collection a été créée en accordant de l'attention à l'homme sous toutes ses facettes et forme toujours une source d'inspiration pour la fusion entre l'art et l'industrie."

Pour ce papier peint de la collection Agathe, nous avons transformé un style d'art égyptien ancien en une version contemporaine. Le visage dans le motif est épuré et réalisé d'un seul trait. La lumière joue avec le dessin et crée une ambiance luxueuse.



belges (dont Jozef Peeters, Marthe Donas, Prosper De Troyer et Victor Servranckx) des années 1920 forment le cœur de la collection. Autant d'artistes qui brisent les conventions antérieures et développent un nouveau langage visuel qui repose solidement sur la ligne, la forme et la couleur. Ce mouvement artistique coïncide avec l'essor de l'industrie moderne et avec sa volonté d'innovation. À cette époque, de nombreux artistes se consacrent aux processus industriels, façonnant littéralement une nouvelle société. À cet égard, cela s'inscrit parfaitement dans la philosophie de Masureel. La création de cette collection résulte d'une attention pour l'homme sous toutes ses facettes et forme toujours une source d'inspiration pour la fusion entre l'art et l'industrie."

De nos jours, le papier peint n'est plus simplement un objet que l'on fixe sur son mur, il évoque le ressenti, la tactilité. Dans son mix marketing, Masureel opte invariablement pour l'imprimé. Pourquoi?

"Les images nous aident à montrer ce que nous voulons raconter de la manière dont nous voulons le raconter: la bonne photographie, l'impression appropriée associée à notre gamme de produits donnent le ton de notre récit. Il s'agit du moyen de communication idéal pour transmettre notre passion aux clients."

LA DIRECTION ARTISTIQUE HET KUNST UUR.

En passant par les Primitifs flamands et Breugel, on en arrive à l'école de Laethem-Saint-Martin, et ainsi à Tuymans, Dillemans, Decordier et Borremans. Si ceux-ci sont historiquement séparés par plusieurs siècles, ils sont géographiquement reliés par un petit lopin de terre.

Het KUNSTUUR, l'exposition qui rassemble 32 chefs-d'œuvre belges de la période 1887-1938, jette un pont entre le passé et le présent. Merci aux frères Joost et Hans Bourlon.

Hans Bourlon? Vous le connaissez – avec Gert Verhulst et Danny Verbiest – en tant que père spirituel de Studio 100. Mais réduire Hans Bourlon au créateur du Lutin Plop serait lui faire injure. A travers Het KUNSTUUR, il dévoile son visage d'amateur d'art et de collectionneur passionné. Son grand-père Jos De Bie, artiste peintre, a inspiré cette initiative. "Il peignait des paysages d'été et d'hiver sans personnages, dans le style de (...) Valerius De Saedeleer. Nous habitions à côté de chez lui et il ne se passait pas un jour sans que nous ne visitions son atelier ou feuilletions ses livres d'art. C'est là qu'est née notre passion pour l'art.

“L’atout absolu de KUNSTUUR? Plus de la moitié des peintures proviennent de collections privées et sont donc rarement visibles pour le grand public.”

Malines, la Mecque temporaire de la peinture flamande.

La première édition de Kunstuur a eu lieu en 2019, à la Chapelle du Saint-Esprit à Malines. Hans Bourlon et son frère Joost ont reçu la chapelle en concession pour cinq ans. L’idée d’y exposer des chefs-d’œuvre de la période 1880-1950 s’est avéré un coup dans le mille, grâce notamment à l’approche inhabituelle du projet.

Au lieu d’accrocher les œuvres au mur dans un décor traditionnel, chaque tableau s’est vu attribuer un récit de la main d’un Flamand connu ou moins connu. À travers lequel celui-ci exprime son appréciation personnelle et raconte ce que l’œuvre évoque pour lui. Ajoutez à cela un éclairage unique et une musique appropriée de Dirk Brossé et vous obtenez une heure d’art enchanteur dans un lieu historique. Un atout absolu? Plus de la moitié des peintures proviennent de collections privées et sont donc rarement visibles pour le grand public.

La période 1887-1938 a été très fructueuse pour la peinture flamande. Surtout pour l’école de Laethem-Saint-Martin et ses contemporains. Des noms illustres tels que Gustave Van de Woestyne, Prosper De Troyer, Constant Permeke, Gustave De Smet,

Emile Claus, Jenny Montigny, etc., ont permis aux visiteurs d'apprécier de splendides œuvres d'art, dont certaines font partie de notre mémoire collective. Si nous reconnaissons les styles, nous ne connaissons par contre pas toujours le nom des peintres qui se cachent derrière. L'échelle réduite et l'approche de KUNSTUUR portent leurs fruits: les visiteurs repartent de l'exposition les œuvres imprimées dans leur mémoire. Et ne les oublieront jamais.

(Aucun) commentaire

Pour les amateurs d'art et les adeptes de l'école de Laethem-Saint-Martin, cette exposition s'avère le temps fort de l'année. Surtout parce que l'un des chefs-d'œuvre exposés, 'Le combat de coqs' d'Emile Claus, a été présenté au public pour la première fois. Le tableau, qui montre 35 notables de Waregem réunis autour d'un combat de coqs, a une histoire. Claus l'a vendu au début de la Première Guerre Mondiale. Il avait besoin d'argent et devait fuir. À partir de ce moment, l'œuvre d'art a disparu. Hans Bourlon a entendu parler du 'Combat de coqs' et a décidé de retrouver l'œuvre. Après de longues recherches, il l'a trouvée dans un château à Potegem, près de Waregem. Dans une interview accordée à la VRT, il a déclaré: "L'œuvre est restée enroulée dans la cave pendant des années. Apparemment, les propriétaires avaient peur que les Allemands ne la confisquent pendant la Seconde

Guerre Mondiale. Lorsque nous avons vu l'œuvre d'art, elle était clouée au lambris. C'était presque une tache noire, aucune couleur n'était visible. Nous l'avons donc fait restaurer." Cette restauration a nécessité 100 heures de travail, mais a permis de rendre à l'œuvre toute sa splendeur.

Les récits des Flamands connus apportent-ils une valeur ajoutée à l'exposition? Hormis quelques anecdotes, leur valeur ajoutée pourrait en effet être remise en question, mais ils rendent les œuvres plus légères.

Certains commentaires ajoutent une touche de couleur, de 'couleur locale', pourrait-on dire. Comme avec Arno Hintjes, d'Ostende, qui ne tarit pas d'éloges sur son compatriote James Ensor.

Il est captivé par 'Les pochards', une œuvre dans laquelle Ensor n'utilise pas le thème familier du masque, mais dépeint deux hommes dépendants à l'alcool. Ils sont dans un état d'ébriété douteux. "(Ensor) est un peu mon mentor", peut-on lire. "Ce tableau est l'un de mes préférés. Je pense qu'il est plus puissant que ses masques. (...) Oui, j'ai également connu l'alcool pendant une période: 'pour se cultiver, on doit se mouiller'. Je trouve que la façon dont Ensor peint ces pieds est fantastique. Et aussi cette main, ce n'est pas de la pose."

Studio 100, Schelle,
210 x 280mm, 64p, Arctic Volume 150g

Ray Harryhausen

le père fondateur de la stop motion

Lorsque nous avons appris que la **Scottish National Gallery of Modern Art** organisait une rétrospective sur l'œuvre et la vie de l'un des artistes de stop motion les plus encensés et respectés au monde, Ray Harryhausen, notre cœur de cinéphile s'est emballé.

Nous n'avons pas vu l'exposition. Mais l'ouvrage 'Ray Harryhausen - Titan of Cinema' compense ce manque.

Ce livre constitue un document historique qui met en lumière la vie du génie Ray Harryhausen, en accordant énormément d'attention à ses effets spéciaux à la fois magnifiques et inspirants ainsi qu'à son travail avec la stop motion.

C'est clair, Harryhausen a contribué à façonner de sa propre main (au sens littéral) le look du cinéma moderne. L'ouvrage 'Ray Harryhausen - Titan of Cinema' a dès lors sa place dans la bibliothèque de tout fan de cinéma, mais aussi de tout artiste dans la sphère des images de synthèse ou des effets spéciaux. Une jolie rétrospective agrémentée de témoignages de sa fille, Vanessa Harryhausen, également auteur du livre.

Hiboux qui parlent et regards qui tuent

Vous donnez un aperçu de tous les films sur lesquels Ray Harryhausen a travaillé? Impossible. Mais nous parions que vous avez quand même vu un certain nombre de films. De nombreuses images sont devenues des classiques. 'Bubo', le hibou qui parle dans 'Le Choc des Titans'? C'est du Harryhausen. La Méduse vengeresse issue du même film? Également du Harryhausen.

"Il a fallu des mois pour faire ce film", affirme Ray Harryhausen. "Comme un humain, la poupée de la Méduse possédait un squelette avec des articulations. La différence par rapport à un humain réside dans le fait que les cheveux frétillants et les serpents autour des bras de Méduse devaient également bouger. Pendant le tournage du film, nous avons pris

"Titan of Cinema' est un document quasi-historique qui met en lumière la vie du génie Harryhausen, en accordant énormément d'attention à ses effets spéciaux à la fois magnifiques et inspirants ainsi qu'à son travail avec la stop motion."

des milliers de photos et, après chaque prise, j'ai apporté de très légers ajustements, à peine perceptibles, aux mouvements de la Méduse. Les mouvements devaient être fluides. Ce fut un véritable travail de titan, totalement dans l'esprit du film."

Parmi les autres films marquants ayant permis à Ray Harryhausen de laisser une empreinte artistique indéniable, on peut encore citer 'Jason et les Argonautes' (la bataille avec les squelettes), 'Le monstre surgit des mers', 'A des millions de kilomètres de la terre', 'Un million d'années avant J.C.' (dont l'affiche avec Raquel Welch à peine vêtue a fait plus de bruit que les effets spéciaux d'Harryhausen) ou encore les innombrables films de Sinbad. Son influence ne doit pas être sous-estimée: des réalisateurs comme Peter Jackson, Tim Burton, George Lucas, Steven Spielberg et un studio comme Aardman Animations sont tous redevables à l'œuvre d'Harryhausen.

Fabrication de poupées

Le monde du cinéma d'aujourd'hui n'est plus comparable à celui dans lequel Harryhausen a fait ses premiers pas dans les années 1950. De nos jours, il est devenu impossible de voir un film sans qu'il ne soit truffé d'images de synthèse (CGI ou Computer Generated Imagery): les villes sont ajoutées numériquement après le tournage, les acteurs bénéficient d'une cure de rajeunissement numérique et les monstres semblent venir d'une autre dimension. Quand Harryhausen a commencé, les images de synthèse n'existaient pas. Lorsqu'un réalisateur voulait inclure un monstre dans un film, il devait faire appel aux compétences de véritables artisans. Le travail manuel, la patience et des tonnes de créativité s'avéraient ici essentiels.

"Mon amour de la stop motion a commencé lorsque j'ai vu le premier film King Kong en 1933", a déclaré Ray Harryhausen dans une interview à la BBC (1981). "J'ai été totalement subjugué par les effets spéciaux de Willis O'Brien, le grand maître

par excellence de la stop motion à l'époque. J'ai immédiatement su ce que je voulais faire de ma vie. J'ai commencé à expérimenter avec des poupées, j'ai acheté une caméra 16 mm et je me suis mis au travail. Le garage de la maison est devenu mon laboratoire."

La stop motion est devenue le quotidien d'Harryhausen. Il s'y attelait tous les jours et a réalisé lui-même quelques films d'animation expérimentaux, toujours avec l'aide de son père et de sa mère. Harryhausen père réalisait les armatures pour les modèles, sa mère les vêtements. Ces années de dur labeur ne se sont pas avérées vaines, car le jeune Ray a décroché une place dans l'équipe de Willis O'Brien. Un rêve d'enfant devenait ainsi réalité. Mieux encore, vu qu'O'Brien avait énormément de travail, Harryhausen s'est vu confier la réalisation de 'Mon ami Joe', un film dans lequel le rôle principal est joué par un singe géant. 1953 marqua le véritable baptême du feu pour Harryhausen. Avec la sortie de son premier film en solo, à savoir 'Le monstre des temps perdus' dans lequel un dinosaure gargantuesque transforme des villes en enfers – notons qu'un an plus tard, Godzilla en fera de même en Extrême-Orient. Au milieu des années 1950, la méthode de travail d'Harryhausen a même reçu son propre nom: la Dynamation, un mélange d'acteurs en live et de stop motion.

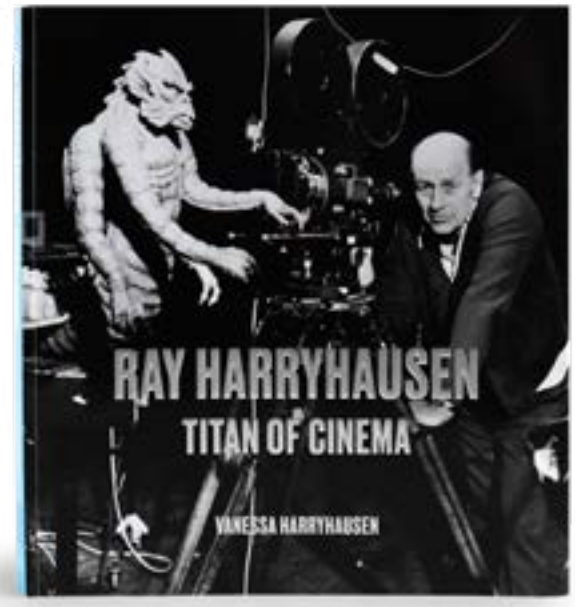
"Pendant le tournage du film, nous avons pris des milliers de photos et, après chaque prise, j'ai apporté de très légers ajustements, à peine perceptibles, aux mouvements de la Méduse. Les mouvements devaient être fluides. Ce fut un véritable travail de titan, totalement dans l'esprit du film."

Modestement grand

Même s'il a reçu de nombreux éloges pour ses réalisations, il est resté modeste, même lorsqu'il a été récompensé du Gorden E. Sawyer Award for Technical Achievement (un prix pour l'ensemble de sa carrière) lors de la cérémonie annuelle des Oscars en 1992, qui lui a été remis par son meilleur ami (et réalisateur) Ray Bradburry.

Ce qui caractérise Harryhausen – outre son imagination débridée –, c'est qu'il prenait son travail très au sérieux, mais pas lui-même. Comme le décrit joliment sa fille Vanessa dans 'Titan of Cinema': "le 100ème anniversaire de sa naissance m'a incité à dresser le portrait de l'homme qui se cachait derrière les créations. Du père doux, drôle et fascinant qu'il était. Je suis

extrêmement fière de l'héritage qu'il a laissé, et il est réconfortant de voir que nombre de gens sont encore et toujours encore fascinés par son travail. Qu'il continue à vivre à travers eux. J'ai toujours pensé qu'il y avait quelque chose de magique dans son travail, depuis l'idée initiale jusqu'au modèle réduit final auquel il donnait vie par l'animation. Ses créatures avaient toutes une forte personnalité et semblaient avoir déjà vécu leur propre vie avant de se retrouver dans le film. Dès qu'un film d'animation était terminé, il ramenait ses modèles réduits à la maison et je pouvais jouer avec. Notre maison était remplie de ses créations, et je ne suis que trop heureuse que tout le monde puisse maintenant voir cet esprit magnifique et créatif qui était le sien."



National Galleries of Scotland, Edinburgh, 220 x 260mm, 208p, Perigord Mat 150g

UN ÉCRIN POUR L'ART, PARÉ POUR LES QUATRE SAISONS

Cette année, cela fera 10 ans que le Musée Royal des Beaux-Arts d'Anvers (KMSKA) est fermé pour une rénovation radicale devant permettre de faire entrer ce musée municipal dans le 21ème siècle. Aujourd'hui, en 2021, la fin des travaux est en vue. Après un certain retard, la directrice Carmen Willems est enthousiaste pour la réouverture. "La date exacte n'a pas encore été fixée, dit-elle, "mais je trépigne d'impatience à l'idée d'accueillir les visiteurs au KMSKA 2.0. Je suis sûre que les amateurs d'art seront surpris. Outre une collection bénéficiant de parfaites conditions, il y aura de nouvelles acquisitions et davantage d'expériences à vivre."

Fotografie: Karin Borghouts / Productie Media Mixer i.o. van KMSKA

Carmen Willems dirige le KMSKA depuis 2017. D'abord directrice commerciale, elle a ensuite succédé à Manfred Sellink (voir ailleurs dans ce magazine). Après avoir été directrice du musée gallo-romain de Tongres, avoir effectué un passage à Toerisme Limburg et avoir embrassé la fonction de bourgmestre de Tongres, elle dispose assurément des références nécessaires pour prendre les rênes du Musée des Beaux-Arts d'Anvers.

Lorsque nous l'avons rencontrée, elle courrait d'un endroit à l'autre. "La ligne d'arrivée est en vue, même s'il reste encore plusieurs sous-dossiers importants à traiter: l'aménagement de la zone de bureaux, les dorures décoratives des salles Rubens et Van Dyck ainsi que la mise au point du système de climatisation, tant dans la partie ancienne du musée que dans la nouvelle partie. Nous voulons montrer les œuvres d'art au public dans des conditions optimales, et pour cela, il est primordial de créer un climat intérieur idéal."

"L'un des principaux défauts de l'ancien musée était qu'il ne nous permettait pas de présenter certains chefs-d'œuvre, car ceux-ci souffraient trop des fluctuations de température excessives et du taux d'humidité inconstant. Ce qui est néfaste pour les œuvres d'art anciennes. La température idéale dans une salle de musée est de 20°C, avec un taux d'humidité de 55%. Les adaptations permettront de remédier à ce problème. Dans le nouveau volume muséal, nous disposerons désormais d'un système de climatisation de classe A, tandis que l'ancienne partie bénéficiera d'un système de classe A aux murs et d'un système de classe B au centre des salles."

Chaque inconvénient...

"Un musée si longtemps fermé ne réjouit pas les amateurs d'art", poursuit Carmen Willems. "Même si cela a eu certains avantages: cette fermeture a permis à nos restaurateurs d'inspecter et restaurer en profondeur pas moins de 171 des 8.000 œuvres. Toutes les autres œuvres ont reçu un traitement de conservation, afin d'être à nouveau en parfait état. Les nouveaux systèmes de climatisation nous permettront d'accueillir plus facilement des œuvres d'autres musées en prêt, en provenance du monde entier. Le KMSKA dispose des certificats nécessaires pour exposer les œuvres dans des conditions optimales et sûres. C'est un grand adjuvant moral. La fermeture nous a également permis de prêter nous-mêmes des œuvres d'art. La rénovation a placé le KMSKA sur la carte internationale, suscitant une grande 'sympathie' auprès de nombreux musées (inter)nationaux. Nous pourrons assurément en cueillir les fruits à l'avenir.

Aucune date d'ouverture n'est encore prévue, mais bien une exposition d'ouverture?

"En effet, pour la première exposition temporaire, le KMSKA accueillera une collection de 'tronies'. Les tronies sont des études de portraits spécifiques, des têtes de personnages, que l'on peut voir entre autres dans les tableaux de Rubens. Elles sont très fragiles."

Un musée qui subit une rénovation aussi importante ne peut qu'être que 'futureproof'.

"Je l'espère (rires). Grâce à cette rénovation, le KMSKA sera totalement en phase avec son temps. La rénovation aura coûté 100 millions d'euros en tout, ce qui peut paraître un montant colossal, mais comparé à des rénovations internationales similaires, le KMSKA reste un musée bon marché (les rénovations du musée Boijmans Van Beuningen à Rotterdam et du Centre Pompidou à Paris ont été estimées au double de ce montant, ndlr.). Et, historiquement parlant, il s'agit de la première rénovation majeure depuis 200 ans. Le KMSKA est fin prêt à offrir aux visiteurs une expérience muséale particulière. L'espace public a augmenté d'un tiers, ce qui ne pourra que profiter à la présentation et au ressenti de la collection."

Pour vous, que doit être un musée précisément?

"Avant tout, un lieu chaleureux, un lieu qui offre du lien, de l'émerveillement et de l'enrichissement. Tels sont les thèmes autour desquels nous concentrons l'expérience muséale: nous voulons captiver notre public, et offrir à chaque visiteur une expérience muséale unique et totale. L'architecture, le programme, l'accueil... Tout cela y contribue."

On entend parfois dire que les gens ont peur d'entrer dans un musée.

"Je comprends cela. Avant la rénovation, ceux qui voulaient visiter le musée devaient d'abord monter un escalier monumental. Il y a désormais une seconde entrée, au rez-de-chaussée. Les gens peuvent tout simplement entrer et n'ont pas de seuil à franchir – au sens littéral. Ils entrent immédiatement dans une zone logistique accueillante où ils peuvent déposer leur manteau, acheter un billet et obtenir leur audioguide. Et puis accéder aux collections via un escalier en colimaçon. Où s'ouvre à eux un monde onirique. "

Le KMSKA 2.0 sera-t-il débarrassé une fois pour toutes de l'image terne dont tant d'autres musées historiques souffrent encore de nos jours?

"Certainement. Aujourd'hui, un musée ne peut plus être une simple collection d'œuvres d'art, il doit oser jouer la carte de l'interaction avec le public et la société. Le KMSKA pourra accueillir par exemple des 'artistes résidents' avec lesquels nous mettrons en place des cocréations. Des artistes qui dialogueront avec le musée et les œuvres exposées. Nous voulons ainsi toucher d'autres groupes cibles, y compris ceux qui n'ont jamais mis un pied dans un musée auparavant. Le KMSKA est un musée contemporain, qui vit et interagit avec la ville d'Anvers. Ce qui restera, évidemment, c'est la grande source de connaissances pour les collectionneurs et la recherche scientifique. Nous voulons également

Aujourd'hui, un musée ne peut plus être une simple collection d'œuvres d'art, il doit oser jouer la carte de l'interaction avec le public et la société.

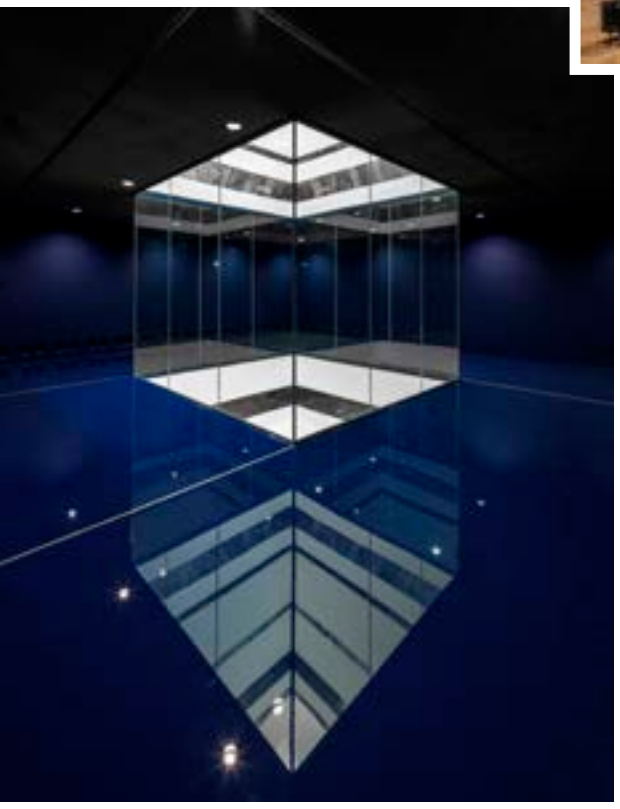
mettre sur pied des projets qui permettront aux gens de porter un autre regard sur l'art. Comme Radio Bart par exemple: un de nos collaborateurs est aveugle, mais a auparavant été présentateur radio. Il invitera les visiteurs à regarder avec lui une pièce de la collection et leur demandera de la décrire. Il suscitera l'expérience émotionnelle et donnera aux gens le temps et l'espace nécessaires pour développer leur interprétation en direct."

Le fait que les livres soient voués à disparaître constitue une réalité déjà démentie à maintes reprises.

La collection Ensor constitue l'un de vos chevaux de parade. Le KMSKA possède de nombreuses œuvres de l'artiste ostendais.
"Oui, et Ensor forme un moment charnière entre les œuvres d'avant 1880 et celles d'après 1880, l'art classique et l'art contemporain. Telle est la ligne du temps que nous utilisons. Nous présenterons l'art avant 1880 dans le musée historique et l'art après 1880 dans la nouvelle section. Vous découvrirez ainsi deux mondes dans un seul et même musée. L'interaction entre le bâtiment et la collection sera particulièrement passionnante."

Les livres sont des souvenirs impérissables
Le livre d'art forme un élément essentiel du fonctionnement du KMSKA, un joli complément à ce que l'on trouve sous forme numérique et en ligne. Carmen Willems a ici aussi son avis.

"Le fait que les livres soient voués à disparaître constitue une réalité déjà démentie à maintes reprises. Les gens continuent à acheter des livres, surtout aujourd'hui. Le coronavirus n'a fait que stimuler l'intérêt pour ceux-ci. Pour moi, l'imprimé apporte une grande plus-value. On constate aujourd'hui que les gens en ont un peu assez de lire en ligne. Ils veulent à nouveau tenir un livre entre leurs mains, le feuilleter, entendre le bruissement du papier et sentir son odeur. J'adore lire, mais parfois, le temps me manque. Et maintenant que je vis à la fois à Anvers et à Tongres, je remarque qu'il me faut un peu plus de temps pour terminer un livre. Je lis des livres différents dans les deux endroits, voyez-vous. Parmi les romans dans lesquels j'aime me perdre, on peut citer 'Wildevrouw'



Scannez cette page avec votre smartphone et BLIPPAR vous emmène vers le KMSKA renouvelé.

de Jeroen Olyslaegers. Mais aussi? J'ai vraiment aimé 'De Geniale Stad' de Koen De Vos, dans lequel il passe au crible la Florence du 15ème siècle. J'aime aussi les livres d'art, cela va de soi. Qu'il s'agisse d'une monographie ou d'un ouvrage sur l'œuvre de Rinus Van de Velde, de Rodin ou d'un artiste classique, je peux me laisser emporter et j'aime apprendre.

La collection du KMSKA comprend 8.000 œuvres. En tant que directrice, vous avez la position enviable de pouvoir les admirer à tout moment.
"On pourrait le croire (rires). Mais je ne les ai pas encore vues toutes, loin de là. Je peux certes visiter le dépôt interne ou suivre les restaurations, mais toutes les œuvres d'art n'y sont pas disponibles. J'ai une bonne idée de la présentation des œuvres de la collection, mais j'aime me laisser surprendre lorsqu'elles réapparaissent physiquement dans le musée. Nous avons encore énormément de choses à montrer au visiteur."

Quelle œuvre de la collection vous séduit le plus? C'est une question à laquelle il vous sera peut-être difficile de répondre.
"C'est le cas, en effet. Il n'y a pas vraiment une œuvre qui se démarque. Cela dépend un peu de l'humeur et du moment. Je suis particulièrement intriguée par la 'Madone' de Fouquet. Bien que datant de 1454, elle présente une touche tellement contemporaine qu'elle pourrait passer pour une œuvre moderne. C'est l'une de nos pièces maîtresses, et c'est une œuvre unique, car seuls six tableaux de Fouquet ont survécu aux affres du temps."

Ceux qui sont impatients de visiter le musée peuvent d'ores et déjà jeter un coup d'œil sur le site web du KMSKA, où il est pratiquement possible de suivre la rénovation en temps réel. La vidéo montrant comment les interventions modernistes se fondent parfaitement dans la grandeur historique du musée est particulièrement impressionnante (lien graphius?).

THE
ROUGH-STUFF
FELLOWSHIP
ARCHIVE
Des randonnées à vélo relevées
dans les Alpes aux vieux bunkers
©The Rough Stuff Fellowship Archive

‘Max Leonard makes books’. Parfois, pas besoin de beaucoup de mots pour présenter une personne interviewée. Prenons par exemple Max Leonard, l’homme qui se cache derrière Isola Press, et qui, en tant que créatif polyvalent, a réussi à se placer sous les feux de la rampe ces dernières années en tant qu’écrivain, ‘faiseur de livres’ et éditeur. Lorsqu’il a frappé à la porte de Graphius avec, entre autres, ‘The Rough Stuff Fellowship Archive’ et ‘Rough Stuff Cycling In The Alps’, nous avons été séduits par la passion de cet homme pour le métier, conjuguée à un grand amour du cyclisme à l’ancienne ainsi que des Alpes françaises et du nord de l’Italie.

L’ouvrage ‘Rough Stuff Cycling the Alps’, surtout, exalte les imaginations: il s’agit de la réédition d’une publication presque perdue du pionnier du cyclisme Fred Wright, un Anglais au peu excentrique qui, au milieu des années 1950, a commencé à explorer à vélo les Alpes françaises, les Dolomites, la Suisse et le Tyrol autrichien. Ce guide contient le savoir collectif de générations de cyclistes/pionniers qui ont sillonné les routes accidentées et les chaînes de montagnes en passant par des cols inconnus, des sentiers de randonnée, des routes en gravier et parfois même des glaciers. Wright a documenté chaque randonnée et a compilé ses récits, des conseils et des curiosités dans un carnet, qu’il a auto-publié en 2002 – via son travail chez Cambridge University Press. Soit 300 randonnées, tant sur des routes faciles et praticables que sur des sentiers escarpés jusqu’à 3.000 mètres d’altitude.

“Cela reste tout de même un document historique remarquable”, déclare Max Leonard. “La rédaction de ce carnet est vraiment professionnelle, mais il a fait imprimer et relier celui-ci dans un magasin

©The Rough Stuff Fellowship Archive

de photocopies. De plus, il a fait tirer cette première édition à seulement une petite centaine d'exemplaires, de telle sorte que 'Rough Stuff Cycling In The Alps' est devenu une véritable pièce de collection."

Le destin vous a donné un coup de pouce. Vous avez trouvé une édition originale et avez décidé de rééditer celle-ci via un projet Kickstarter. Pourquoi?

"Je voulais le rééditer, parce que je voulais découvrir les itinéraires. Mais je ne le trouvais nulle part. J'ai pensé que cela pourrait également s'avérer intéressant pour le groupe croissant de personnes intéressées par le 'gravel biking' ou le 'bikepacking'. En travaillant sur le livre de Fred, je suis tombé sur les traces de Reporters sans Frontières (RSF), parce que certains des itinéraires figurant dans son carnet provenaient de membres de RSF, mais il n'y avait aucun lien entre les deux. Ne vous méprenez en effet pas, les RSF étaient des pionniers du vélo tout-terrain, mais Fred n'en était pas membre. Par contre, c'était un fanatique, c'est sûr. Il semblait peu se soucier de son équipement, même s'il portait toujours une chemise propre."

Avez-vous pu en parler à Fred lui-même?

"Oui, et lorsque nous lui avons dit que nous allions sortir une nouvelle édition, il semblait très heureux. Fred a aujourd'hui

82 ans et vit quelque part dans le sud de l'Angleterre. Il ne savait pas qu'il existait encore une telle communauté de cyclistes aussi passionnés de 'rough cycling' que lui. Il a montré sa reconnaissance, parce qu'il ne voulait vraiment pas que tout ce savoir se perde. L'histoire de Fred est édifiante: il a grandi au Cachemire en Inde, avant la séparation de l'Inde et du Pakistan. Son père y avait été envoyé pour un traitement contre la tuberculose. La famille Wright vivait dans une tente sur les rives de la rivière Sind, quelque part dans les montagnes sur la route de Ladakh. C'est de là que vient son amour pour la montagne."

D'où vient votre amour du cyclisme?

"Surtout de mon amour de la France. J'ai passé les vacances de mon enfance en France, puis je suis également allé étudier le français. J'y ai vécu, à la fois dans les montagnes et dans le Sud. J'aime l'association de l'Europe du Nord et de la Méditerranée. La France est le seul pays qui englobe ces deux cultures. La culture parisienne, les films, les livres,... En parfaite harmonie avec de magnifiques paysages et les montagnes. Je pense qu'en général, l'Europe a un mode de vie plus raffiné que la Grande-Bretagne; et, en la matière, la France n'a de leçon à recevoir de personne. De surcroît, je suis un grand fan du Tour de France. Désolé pour la Belgique! Les classiques d'un jour ne sont pas pour moi. J'aime la lenteur du cyclisme, le travail d'équipe et le don de soi, que l'on retrouve dans mon livre 'Lanterne Rouge'. A l'instar d'innombrables autres cyclistes, j'ai commencé à faire du vélo sur route, mais petit à petit, mon intérêt s'est porté sur le vélo tout-terrain, ou le 'gravel biking', comme dans 'Rough Stuff Cycling In The Alps'. C'est la simplicité qui m'attire, la solitude et les chemins vierges dans les montagnes majestueuses."

Passer du vélo aux livres est aisé pour vous.

"Je pense que la lenteur et l'amour de l'artisanat et du métier sont tous deux contenus dans les livres que j'édite ainsi que dans mon amour pour ces pionniers du cyclisme. Pour ce qui concerne les livres, il est important selon moi d'en faire chaque fois le plus beau des objets physiques. Pour moi, imprimer des photos apporte une valeur ajoutée car, sinon, celles-ci peuvent se perdre beaucoup plus facilement. Les fichiers jpg peuvent être effacés, les vieux cd et dvd ne restent pas lisibles infiniment. Pour moi, les livres restent encore et toujours le moyen le meilleur et le plus durable de conserver des documents. J'aime vraiment faire des livres..."

D'où Isola Press.

"Assurément. J'ai fondé Isola Press en 2016, alors que j'écrivais le livre 'Higher Calling' pour Yellow Jersey. Une section de cet ouvrage est consacrée aux bunkers, qui me passionnaient alors énormément. J'étais convaincu qu'il ressortirait beaucoup mieux sous la forme d'un livre illustré. Et vu que j'avais déjà de l'expérience en tant qu'auteur pour Laurence King et Thames & Hudson, j'ai fait le pas. Cela me permet aussi de prendre plus rapidement des décisions et je ne dois pas faire de compromis, surtout quant au choix des formats, du papier, etc. Et je ne me fais pas taper sur les doigts lorsque je dépasse le budget (rires). Je trouve en tout cas cette façon de travailler très agréable. Ce qui me procure une grande satisfaction, c'est de me rendre compte que mes livres trouvent leur place dans des communautés, auprès de personnes qui partagent les mêmes intérêts et les mêmes passions. Lorsque vous savez ce qui intéresse les groupes de gens qui achètent vos livres, il est plus facile de communiquer avec ces groupes cibles."

©The Rough Stuff Fellowship Archive

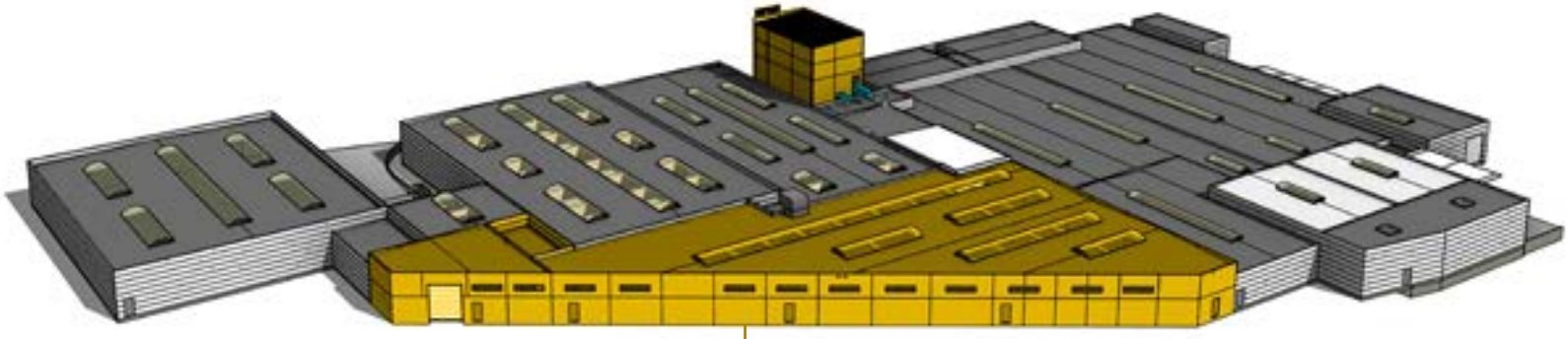
©The Rough Stuff Fellowship Archive

Isola Press, London,
210 x 270mm, 208p,
Gardapat Kiara 150g

Carte blanche: vous avez la chance de réaliser le livre que vous voulez, quel qu'en soit le prix.

"Cela dépend un peu du sujet. Je ne suis pas du genre à faire un livre cher, juste parce que c'est possible. Par contre, choisir la manière dont je veux le faire, voilà ce qui m'emplit de satisfaction. La première édition du livre sur les bunkers, par exemple, arborait une couverture grise et épaisse qui évoquait l'image des bunkers en béton. N'importe quel autre éditeur aurait rejeté cette idée, parce que trop coûteuse. Je n'ai donc pas eu à le faire. Pour les éditions ultérieures, j'ai par exemple utilisé du papier Gardapatt Kiara, un papier haut de gamme qui se marie très bien avec les diapositives Kodachrome. Ce n'est donc pas tant le budget qui détermine l'aspect d'une édition, mais plutôt les besoins de cette édition."

GRAPHIUS NOUVELLES



Extension du bâtiment de Gand

Après des années de négociations avec l'administration, nous avons enfin obtenu le permis pour notre extension. Les travaux qui ont débuté en février seront achevés en août.

En septembre, les 2000 m² d'espace supplémentaire seront utilisés pour optimiser notre logistique interne et automatiser davantage notre département de reliure.

1er robot en service chez PPO

PPO GRAPHIUS Paris est passé à l'ère robotique : c'est désormais un bras automatique qui prend les blocs cousus de la machine à relier et les empile sur des palettes. L'opérateur peut ainsi se concentrer pleinement sur la qualité du produit fini, en laissant les machines faire leur part de travail. Le travail est ainsi impeccable et parfaitement régulier.

Scannez cette page et BLIPPAR vous montre notre bras robotique en action.

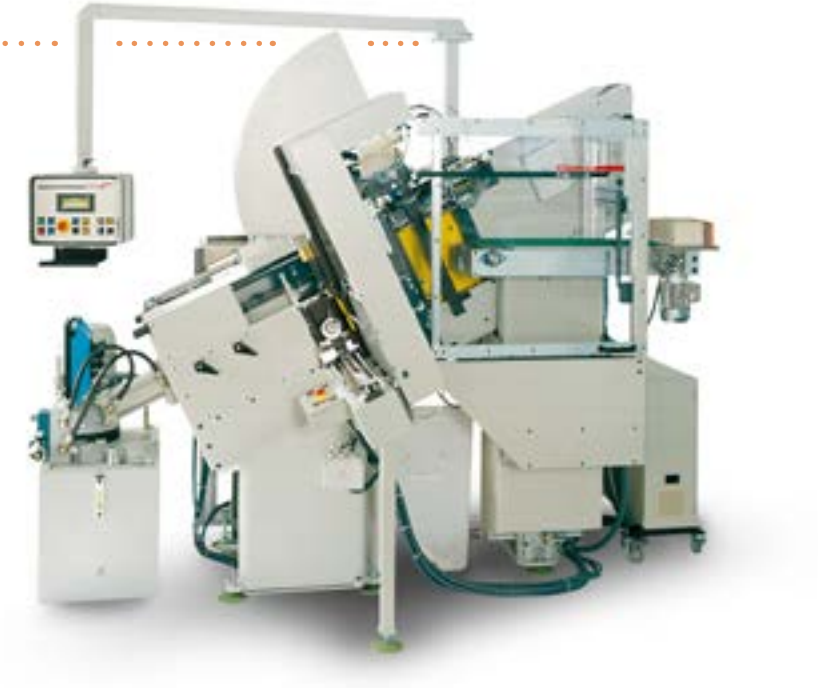
Installation de perforation chez Graphius Gand

Imprimer des centaines de milliers de manuels scolaires, c'est une chose. Leur donner une finition impeccable en est une autre. Afin de servir au mieux ce marché important, GRAPHIUS Gand a installé une ligne de perforation et d'emballage. En fonction de l'épaisseur, l'installation permet de perforer un ou plusieurs manuels, qui sont ensuite assemblés et emballés sous film.

Scannez cette page et BLIPPAR vous montre notre installation de perforation en action.

Estampeuse d'étiquettes pour Etiglia à Bruxelles

Afin de suivre l'évolution importante du marché de l'étiquettes, Etiglia a installé une estampeuse du fabricant suisse Blumer. La DG-35 XL découpe jusqu'à 7.000 étiquettes par minute en petits et moyens formats et les achemine pour emballage via un tapis roulant. Les étiquettes sont stabilisées dans la forme de découpe par contre-pression. La machine permet de découper des étiquettes jusqu'au format 238 x 383 mm, ce qui est assez unique. Il n'existe que 5 machines de ce type dans le monde !



Scannez cette page et BLIPPAR vous montre notre machine de découpe en action.

Des moments inoubliables

Nous vivons une époque particulière. Bien que séparés d'exactement 365 jours, mars 2020 et mars 2021 partagent un grand dénominateur commun: le covid-19. C'est dans cette perspective qu'il faut replacer les ouvrages 'Une évidence, malgré tout' (Centre Hospitalier Universitaire de Lille), 'Les héros d'aujourd'hui' (Clinique Saint-Jean, Bruxelles), 'Traces' (Hôpitaux bruxellois Iris Sud) et 'Merci' (UZ Brussel): des instantanés avec des images obsédantes et souvent hallucinantes de ce qui se passe dans les coulisses d'un hôpital.

‘UNE ÉVIDENCE, MALGRÉ TOUT’

(Centre Hospitalier Universitaire de Lille)

“Deux photographes, Anouk Desury et Thierry Thorel, y ont suivi le quotidien du personnel soignant.

“L’objectif consistait à immortaliser le plus fidèlement possible l’impact de la pandémie, tant au niveau du fonctionnement de l’hôpital que des tâches du personnel”, explique Eric Le Brun, directeur de Light Motiv. “A la vue des photos, il a immédiatement été décidé d’en faire un livre. En février 2021, les 15.000 collaborateurs ont reçu cet ouvrage illustré unique avec leur fiche de paie. C’est un hommage à l’engagement particulier et collectif de toutes les personnes qui ont fait face à l’irruption de ce virus inconnu dans l’enceinte du CHU de Lille.”

Light Motiv
Light Motiv Editions, La Madeleine, 245 x 295mm, 96p, Condat Matt 300g

En février 2021, les 15.000 collaborateurs ont reçu cet ouvrage illustré unique avec leur fiche de paie. C’est un hommage à l’engagement particulier et collectif de toutes les personnes qui ont fait face à l’irruption de ce virus inconnu dans l’enceinte du CHU de Lille.

‘Une évidence, malgré tout’ est aussi une ode aux soins et exprime la reconnaissance pour tous ceux qui se démènent jour après jour pour les personnes qui – pour quelque raison que ce soit – se retrouvent à l’hôpital. C’est un regard sur un monde que nombre d’entre nous connaissent uniquement de l’extérieur, un livre captivant qui nous fait nous arrêter et réfléchir à la fragilité de la vie.

‘MERCI’

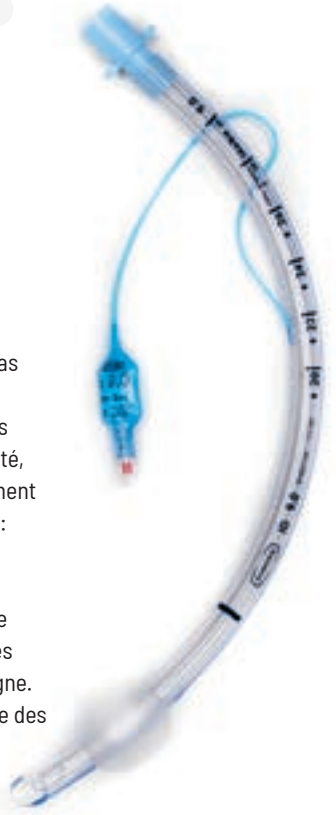
UZ Bruxelles

Pour la photographe gantoise Lieve Blancquaert, l’année 2020 occupera toujours une place particulière dans son œuvre. En effet, en peine crise du coronavirus, elle a été autorisée par l’UZ Brussel à photographier un ‘hôpital en pleine crise’ pendant un an.

Cela a débouché sur un montage vidéo de 15 minutes ainsi que sur le livre ‘Merci’ (édité chez Borgerhoff-Lamberigts) que les 4.000 collaborateurs de l’UZ Bru ont reçu comme cadeau de remerciement.

“Nous optons pour toutes sortes de formes de remerciements et marques d’appréciation”, explique Marc Noppen, CEO de l’UZ Brussel.

“Nous en avons réalisé plusieurs dizaines, car nous ne croyons pas à une récompense pécuniaire en signe d’appréciation. De nombreuses études montrent que cela ne fonctionne pas. Une récompense financière est agréable sur le moment même, mais elle n’est pas considérée comme une marque d’appréciation. Certainement pas dans le secteur des soins de santé, où la motivation est essentiellement intrinsèque. La meilleure preuve: de nombreuses infirmières des ‘services non-affectés’ ont cédé (une grande partie de) leur ‘prime de soins de santé’ à des collègues quotidiennement en première ligne. Pourquoi un livre? Cela fait partie des dizaines de petites attentions. A thing of beauty, to keep.”



Bedankt UZ Brussel
Borgerhoff & Lamberigts, Gent, 100 x 145mm, 160p, Arena 120g

Scannez cette page et regardez la vidéo avec BLIPPAR.

‘LES HÉROS D’AUJOURD’HUI’

Clinique Saint-Jean, Bruxelles.

En première ligne, la CEO Hadewig De Corte a décidé dès le premier jour de tenir un journal, d’abord sous forme de blog, puis sous forme de livre.

Outre un récit personnel particulièrement prenant, ‘Les héros d’aujourd’hui’ offre également un aperçu de la manière dont un hôpital comme la Clinique Saint-Jean fait face à une pandémie ainsi que des défis auxquels son personnel est confronté.

Hadewig De Corte: “‘Les héros d’aujourd’hui’ est bien plus qu’un petit remerciement pour les efforts fournis, c’est un témoignage de reconnaissance et une façon de partager la situation dans laquelle nous nous sommes retrouvés en tant qu’hôpital, une sorte de marque de soutien pour notre personnel. Totalement indépendante d’une éventuelle compensation financière ou rémunération supplémentaire. Les recettes de la vente seront entièrement consacrées aux projets de notre clinique pour améliorer le bien-être de notre personnel durant cette période.”

Les héros d’aujourd’hui’
Clinique Saint-Jean, Bruxelles, 185 x 250mm, 160p,
Lessebo Design Bright 115g

‘TRACES’

Collectif Hôpitaux Iris Sud (Bruxelles)

‘Traces’ est un recueil de 200 témoignages, émanant de médecins, du personnel soignant, etc. Il renferme des photos magnifiques et expressives – ressemblant parfois à des portraits réalisés par les Primitifs flamands – du photographe Gaël Turine, dans un joli design terre à terre signé Chiquinquirá García

“Ce livre illustré montre un mélange extraordinaire de dévouement extrême, de combativité, de solidarité, de douleur et de chagrin.... Ci et là avec de petits accès de colère légitimes, parce qu’on ne s’occupe pas assez des soignants. Nous sommes quotidiennement bombardés de statistiques et de propos de spécialistes, mais ces récits provenant de l’hôpital révèlent une tout autre dimension”, explique auteur Caroline Lamarche.

Pour le photographe Gaël Turine, la mission fut particulière: “ce fut un projet exceptionnellement poignant, et très important d’un point de vue social. Ce fut une collaboration exceptionnellement forte, je me suis sentie privilégiée d’avoir toutes ces personnes devant mon objectif.”

Traces
Beltza, Bruxelles, 208 x 328mm,
160p, Symbol Tatami 150g

AWARD!

Le bureau de graphisme gantois Ronny & Johny remporte le prestigieux prix Henry van de Velde

Le bel imprimé, créatif, soigné, inspirant ne disparaîtra jamais. Ce n'est pas une douce illusion, c'est un fait. Comme le démontrent par exemple les Henry van de Velde Awards, véritable institution de l'industrie du design, qui sont décernés chaque année en Belgique. Cette année, le prix du travail graphique le plus remarquable est allé à l'agence gantoise Ronny & Johny, pour l'identité et le support graphique du HORST Arts and Music Festival.

Une reconnaissance qui a aussi des retombées pour Graphius : c'est à nous que ces messieurs se sont adressés pour l'impression. Ronny & Johny est une agence créée en 2008 et portée par Ronny Duquenne et Johny Van de Vyver. Tous deux travaillent depuis 5 ans déjà pour le HORST Arts and Music Festival, qui rassemble l'architecture, la musique et l'art dans une expérience immersive.

"Ça nous fait très plaisir", répond Ronny avec enthousiasme lorsque nous nous aventurons à recueillir sa réaction. "Cela fait longtemps que nous travaillons dans le secteur culturel mais c'est toujours agréable quand on remarque votre travail, évidemment. Je pense que c'est une bonne période pour nous. L'année dernière, nous avons décroché la deuxième place aux Red Bull Elektropedia Awards dans la catégorie 'Best Artwork' pour le concept de HORST."

Le graphisme est bien vivant

"Il y a un glissement qui s'opère dans l'impression, c'est quelque chose que nous observons depuis un certain temps", poursuit Ronny. "Le secteur culturel s'intéresse beaucoup moins au côté promotionnel de l'impression, comme les flyers ou les affiches. Aujourd'hui, il est beaucoup plus efficace d'organiser des campagnes sur les réseaux sociaux pour ça. Ce qui ouvre un espace supplémentaire pour la création au niveau de l'impression, vous pouvez aller plus loin, justement parce qu'il y a ce complément via les réseaux sociaux. Les affiches que nous avons réalisées pour le festival HORST, par exemple, sont devenues des objets de collection. C'est quelque chose qu'on voyait beaucoup moins il y a quelques années."

Votre travail pour HORST a été récompensé. L'identité graphique est énormément plu au jury.

"C'est vrai. La particularité de ce projet, c'est que nous avons ajouté une cinquième couleur et que nous avons remplacé le magenta par du magenta fluo, en plus du standard CMYK, pour faire le lien avec ce qui était diffusé en ligne. De plus, le magenta fluo faisait magnifiquement écho à l'ambiance du festival, et mettait mieux en valeur la photographie de nuit. Tout cela a fait des affiches mais aussi du livre HORST des objets à part entière."

Ronny en Johny grafisch ontwerp, Gent,
180 x 260mm, 160p, Munken Polar Rough 120g

AUX KILOS CORONA

C'est une impression ou les gros livres se sont multipliés avec le confinement ? Nous en avons choisi quatre qui outre leur tour de taille, ont une finition, une mise en page ou un contenu qui mérite toute notre attention.

L'UNIVERSITÉ DE LA MODE DE BÂLE EST BLEUE DE NOUS !

Une fois qu'un designer a goûté à nos bons soins, il y revient.

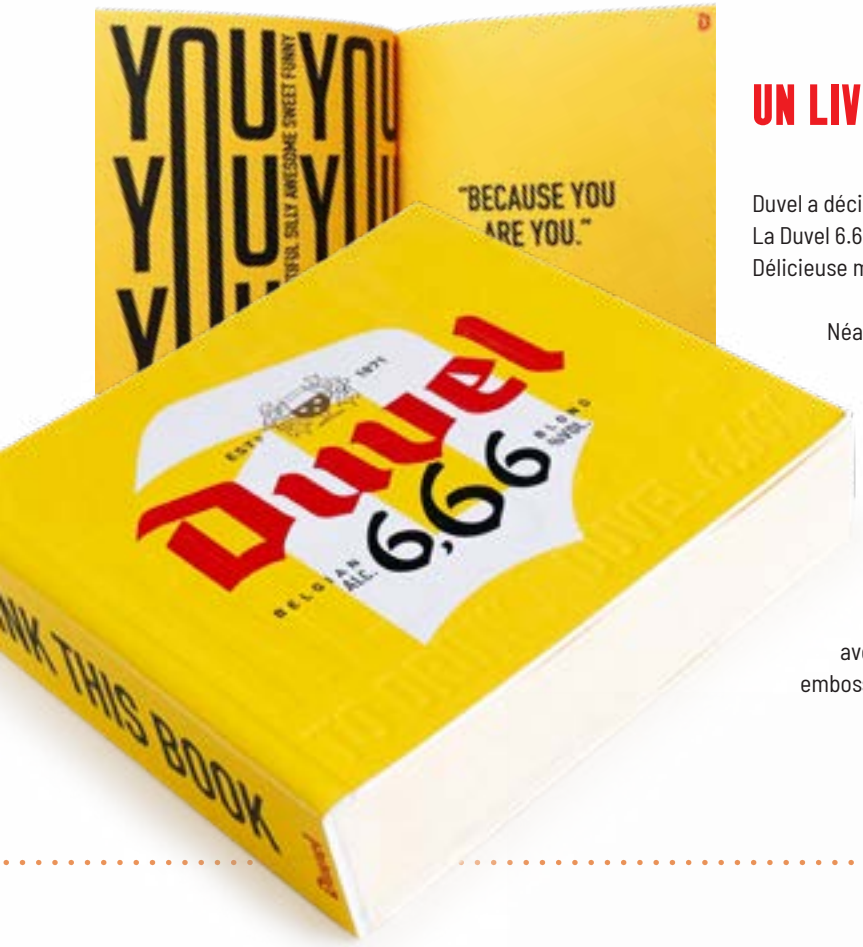
Cela vaut aussi pour Johnny Graf. Heureusement, tous les projets ne sont pas aussi compliqués que la publication annuelle des étudiants de l'Université des Sciences Appliquées et des Arts du nord-ouest de la Suisse : "Doing Fashion Paper N° 7". L'ouvrage a été imprimé en bleu reflex, noir argenté et vernis sélectif. Un véritable tour de force avec, cerise sur le gâteau, un flocage sur la couverture et du bleu sur la tranche.

I.O., Basel, 125 x 180 mm, 796p Condat mat 100g, noir, bleu reflex, argenté et vernis, reliure cousue. Couverture avec flocage sur le dos et le plat de devant et de derrière.

LE PAVÉ DE PARIS

Un livre épais, carré et très sympathique qui, comparativement à la première édition de 2004, a pris pas mal de poids avec ses 32 pages supplémentaires. Le fruit du travail d'Emmanuel Guibert, imprimé sur du papier certifié FSC. Un vrai casse-tête à produire mais une lecture très agréable. L'illustrateur, Frédéric Lemercier, a signé chaque exemplaire. Un véritable objet collector.

Dupuis, Marcinelle, 125 x 140 mm 512p, Munken Polar 150g, recto/verso Q, reliure cousue, couverture rigide.



UN LIVRE SUR LA BIÈRE

Duvel a décidé de consacrer un livre à sa nouvelle bière.
La Duvel 6.66 est une bière capiteuse : 6,66° d'alcool.
Délicieuse mais à consommer avec modération.

Néanmoins, la marque a trouvé **666** raisons de boire une Duvel, toutes plus hilarantes que les autres, et les a rassemblées dans un recueil – un petit bijou d'un jaune éclatant.

Essayez de faire pareil via internet et vous comprendrez rapidement pourquoi l'imprimé atteint souvent bien mieux sa cible.

Moortgat nv, Breendonk, 180 X 180 mm, 456p Munken Lynx Rough 150g, 1.4, recto Verso Q en UV LED, couverture en papier avec pelliculage anti-éraflures, carton gris 3 mm, reliure cousue et embossage pour le plat de devant.

SCULPTÉ DANS LA PIERRE, RECRÉÉ EN PAPIER

Cambridge abrite un monument en granit où sont gravées les règles du football.

Depuis que les inventeurs ont défini les règles en 1848, le football a conquis le monde entier.

Pour commémorer cela, l'administration de la ville de Cambridge a érigé un monument. Pour rappeler cet événement marquant, un livre de 800 pages a été réalisé à partir d'une maquette de ce monument. Le livre a ensuite été glissé dans un étui pour coller au plus près à l'idée du monolithe. Mais regardez bien le format. Il faut s'appeler Allan Ward pour imaginer quelque chose comme ça !

Cambridge City Councl, Cambridge, 60 x 139 mm, 800 p, Maxi offset 120g, FSC, recto/verso Q, reliure cousue, dos ouvert, retaillé au format.

Equipment

Speedmaster.
Get inspired.

La clé du succès de nos clients réside dans l'interaction parfaite entre les personnes, les machines, les matériaux et les processus. La technologie Speedmaster crée des modèles commerciaux impressionnants qui à leur tour donnent un avantage concurrentiel crucial.
SpeedmasterGetinspired.com

HEIDELBERG

Heidelberg Benelux sprl
Avenue du Four à Briques 5, 1140 Bruxelles, T +32 2 727 31 11
info.bnl@heidelberg.com, www.heidelberg.com/bnl

BELPRINTO

Impression à encadrer

LE PLUS GRAND CHOIX D'IMPRESSIONS ET DE FINITIONS
90 ANS D'EXPÉRIENCE · SERVICE PERSONNALISÉ · CO2 NEUTRE

WWW.BELPRINTO.BE