GRAPHIUS

Magazine

11 Ways to Get More from Your Marketing Today.

The Marketer's Guide to Marketing in Print is an insight-filled 40-page guide to help today's brands get the best for their marketing buck.

You want to know exactly what print can do for your brand? There is a lot...

Scan the code and get your personal copy for more marketing insights.

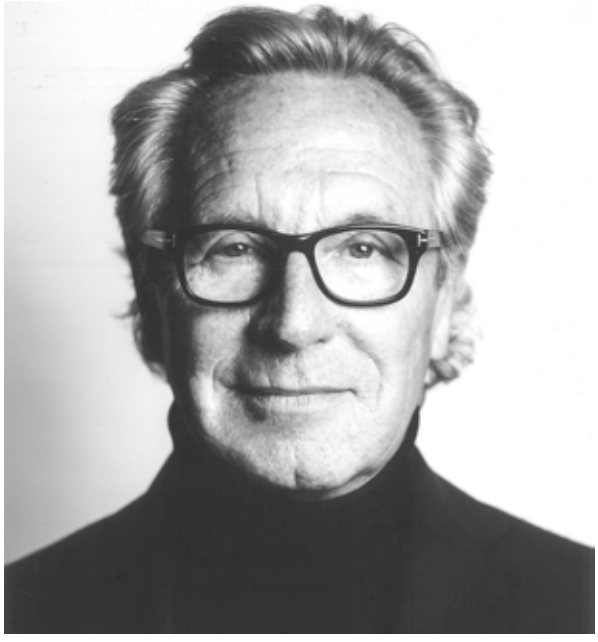
sappi

GRAPHIUS MAG 16

27
The Rolling Stones
L'archive iconique

3
Polynesian Art
Quand le livre d'art se fait œuvre d'art

14
Couverture
Maison Natan
Baron Edouard Vermeulen



7
Sven Ornelis
L'aspirant chef cuisinier qui aime marcher

Colophon: Membres of the Graphius Group: Graphius Gent, Graphius Brussels, Belprinto, Park Communications PPO Graphius, Mirto Print, Cassochrome
Éditeur responsable: Denis Geers, Traktaatweg 8, 9041 Gent, Belgique.
Rédaction: Sven De Potter, Jacques Legros, Vaughn Bayley, Ann Dehoucke
Graphisme: studio Park Communications. **Photographie:** studio Antilope De Bie printing, Duffel. **Rédaction finale:** Ann Dehoucke
Abonnements: Vous pouvez vous abonner gratuitement en nous contactant à l'adresse info@graphius.com
Graphius, Traktaatweg 8, 9041 Gent, 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: Magno Volume 300 g/m^2 **Intérieur:** Magno Volume 150 g/m^2 **Tabernacle:** Magno Volume 170 g/m^2

Gabrielle Chanel
Un livre à la hauteur
de l'exposition au V&A
33

61
Festival des Arts de Watou
aux confins des mots
et des images

48
Wilmotte & Associés
Un trait d'union entre
passé et présent

44
Christophe Gevers
Génie discret et méconnu

ET PUIS ENCORE

11 - Sorties récentes
12 - Les Impressionneurs
20 - Il y aura toujours des magazines
24 - Belprinto
32 - Les détails font la différence
41 - BnF
53 - Des programmes de match de football
65 - Guernica / Ukraine
69 - Burger King
70 - Graphius Nouvelles

56
La Verbeke Foundation
Au croisement de l'art,
de la nature et de la science

POLYNESIAN ART

QUAND LE LIVRE D'ART SE FAIT ŒUVRE D'ART

Le Prix Pierre Moos rend hommage à la qualité, la diversité et la richesse des publications spécialisées dans le domaine des arts d'Afrique, d'Océanie, d'Asie et des Amériques. Cette année, dix titres ont été sélectionnés. L'un d'entre eux est Polynesian Art, édité par Kevin Conru.

Figures de l'île de Pâques, Moai Kavakava
Photo: Hughes Dubois

Rarotonga Figure de Dieu du Bâton
Photo: Hughes Dubois

Tout d'abord, félicitations pour ce livre et pour votre nomination au Prix Pierre Moos.
Je vous remercie. Les récompenses comme celle-ci sont une bonne chose pour l'industrie. Ils rappellent aux gens la pertinence des livres, et leur utilité. Les personnes plus âgées possèdent généralement de nombreux livres. Chez les jeunes, en revanche, cette tendance est beaucoup moins présente. Plutôt que d'acheter des livres, ils recherchent des informations en ligne sur Wikipédia par exemple. Ce type d'événements et de récompenses contribue donc à cultiver la passion des livres.

Il y avait plusieurs livres remarquables, dont un sur l'histoire de l'art à Chicago et un autre consacré à une collection de textiles. C'était vraiment réjouissant de voir autant d'excellents livres ainsi rassemblés. Dix livres, dont le nôtre, étaient en lice pour le prix. Le livre qui l'a finalement emporté était un véritable bijou. Mais tous auraient pu gagner. Cela motive tout le monde à repousser constamment les limites, à faire toujours mieux. L'idée même de l'initiative est de nous encourager à produire de beaux livres.

Est-il vrai que ce projet est né alors que vous prépariez une exposition?
Oui, en effet. Mais n'oubliez pas que nous ne sommes pas le British Museum. Là, ils possèdent d'immenses trésors artistiques très réputés dans le monde entier. Nous, nous sommes dans la sphère privée, nous n'avons pas la même envergure. En tant que conservateur, collectionneur et marchand d'art, je connaissais des collections et des propriétaires privés en Belgique, en Allemagne, au Royaume-Uni, en France et aux Pays-Bas susceptibles de nous prêter leurs objets et leurs collections pour notre exposition. Nous nous sommes demandés: "Qu'est-ce qui est possible?". Nous n'avions peut-être pas obtenu de costumes traditionnels et de cérémonie hawaïens, mais nous avions deux figurine hawaïennes.

C'est ainsi que tout s'est mis en place, petit à petit. Beaucoup de choses se sont faites au gré des rencontres et des opportunités. Nous avons réuni un groupe de neuf gourdins et de sceptres des îles Marquises, dont l'ensemble formait un spectacle impressionnant. Nous avons choisi ces objets parce que nous savions que nous pourrions les faire venir et les rassembler pour l'exposition. Bien sûr, il y avait une part de chance mélangée au fait de savoir où trouver ces objets. Notre objectif était principalement de donner un aperçu visuel de ce qu'est l'art polynésien. Nous avions un très large éventails d'objets: des bijoux, des armes, des objets de prestige et des objets de culte. C'était une exposition très riche et bien fournie.

À un moment donné, nous avons réalisé que nous allions avoir neuf statues de l'Île de Pâques. C'est énorme. C'est incroyable de pouvoir de comparer neuf statues de l'Île de Pâques ! L'une d'entre elles venait de Melbourne, une autre de Genève et quelques-unes d'ici, en Belgique. Ce sont des pièces emblématiques et puissantes. En fait, il y avait beaucoup de pièces très peu connues, même des professionnels. C'était une occasion unique pour les *cognoscenti* — les connaisseurs — de découvrir de nombreuses œuvres inédites, inconnues et rares. Et le succès a été au rendez-vous. C'était, je pense, une opportunité comme on n'en verra jamais plus.

Et c'est ce qui vous a inspiré et qui vous a décidé à en faire un livre?
Lorsque nous avons envisagé l'exposition pour la première fois, il y a environ un an, j'ai eu l'idée folle de produire un modeste catalogue. J'aurais peut-être utiliser des illustrations en couleur et d'autres en noir et blanc, inclure également une sorte d'index sous forme de fiches à la fin du catalogue. À mesure que nous progressions, j'ai pris conscience de l'importance de l'exposition.

C'est alors que le Dr Bernard de Grunne m'a approché avec une idée. Il avait participé à une exposition d'objets de guerre quelques années auparavant. Ils avaient effectué une étude de datation au carbone 14 — qui est une méthode pour déterminer l'âge — sur quelques objets, et les résultats ont montré qu'ils étaient anciens. Extrêmement vieux. "Vous savez", dit de Dr de

Grunne, “nous avons la possibilité de procéder à des analyses plus approfondies de certains des objets de notre exposition”. C’est ainsi qu’il a rédigé un chapitre sur la datation au carbone 14 des œuvres d’art polynésiennes. Un sujet qui n’avait encore jamais fait l’objet d’un article jusqu’à présent.

Cela m’a donné l’idée de demander à différents auteurs de contribuer au projet. Ils ont accepté et c’est ainsi que le livre a commencé à prendre une tournure beaucoup plus intéressante et scientifique, avec notamment des angles de vue fascinants.

À partir de là, nous avons mis les bouchées doubles pour vraiment créer quelque chose de beau. Certains des meilleurs photographes travaillant en Belgique et à l’étranger ont fourni d’excellentes photos en couleur de chaque objet. Et nous avons choisi un livre grand format, parce que nous savions que Graphius fait un excellent travail dans ce domaine. La connaissance que nous avions de leurs performances a également pesé dans la balance dans la réalisation de ce projet.

Quel était votre objectif?
Même si c’est un ouvrage d’inspiration plutôt didactique, cela reste à mes yeux un livre d’art. Ce n’est pas un manuel universitaire, ce n’est pas à proprement parler un catalogue de musée, il a été conçu comme un livre d’art. Chaque décision concernant l’aspect du livre et son design a été prise en gardant à l’esprit qu’il s’agit d’un livre d’art.

Ce livre est un peu différent des autres livres sur l’art polynésien. La plupart des livres sur le sujet se déclinent dans un format plus petit. Ou bien ils sont présentés davantage comme un livre d’histoire plutôt qu’une explication de l’art représenté. Quand vous ouvrez notre livre, vous voyez de grandes planches, de grandes illustrations détaillant les œuvres. Et c’est là qu’il prend tout son sens.

Travailler avec des images de grand format représente-t-il un véritable défi?
C’était en effet l’un des défis à relever. Dans le passé, j’ai travaillé sur des projets de cette taille mais avec un seul photographe. Nous avions du temps, mais moins de soutiens financiers et moins de parties prenantes. Avec seulement deux ou trois personnes impliquées, il est beaucoup plus facile de demander à un seul photographe de prendre toutes les photos.

Mais cette fois, nous avons fait appel à plusieurs photographes de différents pays. Toute la difficulté était d’avoir une certaine cohérence dans le style. Pour cela, nous avons utilisé des arrière-plans gris et neutres récurrents. Si vous utilisez plusieurs couleurs, comme des noirs, des bruns, des bleus, cela crée une confusion. Il faut éviter cela pour obtenir un résultat harmonieux.

Il faut également penser à une présentation visuelle des objets. Vous devez penser à ce que cela donnera sur une double page, avec les objets côte à côte. Quels sont les objets qui vont bien ensemble, et ceux qu’il faut éviter d’associer? Parfois, nous avions deux objets très similaires mais que nous préférions ne pas afficher l’un à côté de l’autre. Cela aurait généré un conflit visuel.

Composer ce livre, c’était étaler tous les tirages par terre et les déplacer, encore et encore. Comme un puzzle.

Et qu’en est-il des choix des matériaux du livre?
C’est le genre de situation où vous voyez plus ou moins vers où vous voulez aller, mais vous n’êtes pas certain avant d’avoir mis véritablement le doigt dessus. Et là, tout s’éclaire. Je ne peux pas choisir un papier en fonction d’une photo. Je dois le toucher, le manipuler. Dans un livre, le toucher est aussi important que les images. C’est physique,

“Dans un livre, le toucher est aussi important que les images. C’est physique, n’est-ce pas?”

Marquesas U’u Club de guerre
Photo: Hughes Dubois

Maori Hei Tikis
Photo: Frédéric Dehaen

vous voyez? Et un livre d'art doit être une œuvre d'art en lui-même. L'idée même de réaliser un livre d'art, c'est de l'art avec un grand A.

On adore le papier. Il est magnifique. C'est un papier couché mat sans bois en 150 g, un type de papier avec lequel nous avions déjà travaillé. Nous avons examiné plusieurs échantillons de papier et nous nous sommes dit: "C'est celui-là que nous voulons". Donc, nous l'avons commandé sans attendre.

Il en va de même pour l'étui qui enveloppe le livre. Nous en avons fait fabriquer une centaine. Nous avons passé toute une journée à examiner tous les échantillons pour faire le bon choix. Nous cherchions *le* produit avec le cachet parfait pour le projet.

Comment s'est passé l'impression?
Je me rends toujours sur place le premier jour de l'impression. C'est important. N'oubliez pas qu'on travaille ici avec de grandes pages, de grandes illustrations en couleur. Nous avons un objet en ivoire qui côtoie un objet en pierre, en bois, en jade. Les couleurs sont différentes. Et il faut harmoniser tout cela. Souvent, au début, l'image n'est pas assez rouge. Mais il ne faut pas ajouter trop de rouge, sinon tout devient rose. Ou alors il faut une pointe de jaune. Ou bien il y en a trop. Ce sont des objets en bois qui ont plusieurs centaines d'années que nous avons devant les yeux, des antiquités avec de belles patines. Si la couleur est trop bleue, cela enlève toute la chaleur de l'objet. Il faut donc trouver le bon équilibre entre chaleur et luminosité. Le teint ne doit pas être trop chaud car il devient trop terne. Il faut évaluer correctement la façon dont les couleurs se présentent. C'est un travail très délicat.

Dans les imprimeries, il y a des lampes sous lesquelles on place les feuilles imprimées, mais je préfère les regarder à la lumière du jour. C'est là le vrai moment de vérité. Quelle que soit la qualité de votre éclairage artificiel, la lumière du jour a une honnêteté qui ne peut être égalée. Donc c'est ce que nous avons fait, jusqu'à ce que nous trouvions ce que nous cherchions.

Et vous êtes parvenus à boucler tout cela, l'exposition et le livre, en seulement sept mois?
Nous avions déjà réalisé des livres et des expositions auparavant, notamment avec Graphius et spécifiquement avec Fabien, avec qui nous avons travaillé sur ce livre. Ces expériences précédentes, et leurs merveilleux résultats, nous ont donné confiance. Lorsque vous connaissez bien votre équipe — notre éditeur, notre graphiste, les photographes avec lesquels j'avais déjà travaillé, et tout le monde chez Graphius — il y a une mécanique bien huilée qui se met en place. Tout devient possible. Vous savez ce que vous attendez les uns des autres. Vous avez des exigences et des attentes élevées. Il faut vraiment connaître son équipe pour avoir la certitude de respecter les délais de publication. Nous savions quand nous devions terminer le travail, quand ils avaient besoin des fichiers, nous connaissions le timing de chaque étape.

Nous avons reçu le livre deux jours avant l'inauguration. Nous avons fait imprimer 500 exemplaires, principalement pour une exposition qui n'a duré que cinq semaines. Mais le livre demeure, comme un témoignage, même après la clôture de l'exposition. Et il durera aussi longtemps que d'autres livres anciens de grande qualité. ■

Polynesian Art est le catalogue de l'exposition Polynesian Art Exhibition organisée à la salle des ventes Lempertz, à Bruxelles, de mai à juin 2023.
- Éditeur: Kevin Conru
- Design: Tia Džamonja
- Édition reliée cartonnée
- 270 pages
- Anglais

L'ASPIRANT CHEF CUISINIER QUI AIME MARCHER

Alors que la terre parcourt l'univers à une vitesse vertigineuse et que nous nous laissons enfermer au quotidien dans une course effrénée, certains choisissent de ralentir leur rythme de vie. Comment? En se ménageant une demi-heure chaque jour pour aller marcher. Parce que marcher, c'est le passe-temps idéal pour revenir à la façon dont l'homme parcourait les steppes il y a des milliers d'années. Sven Ornelis, par exemple, l'a bien compris. A travers son livre 'Waarom Wandelen' paru au printemps, il explique aux lecteurs pourquoi il trouve la marche si fantastique.

© Bram Laebens

© Bram Laebens

Sven Ornelis, vous dites? Oui, vous le connaissez peut-être en tant qu’animateur de radio sur la station flamande JOE ou comme auteur des différents livres de cuisine ‘Would be chef’. Le fait qu’un gourmand comme lui aime aussi marcher s’explique en grande partie par un désir de vivre un peu plus sainement et faire davantage d’exercice.

“J’ai commencé à marcher de façon assidue il y a un peu plus de dix ans”, déclare-t-il. “Je voulais absolument perdre du poids et avais pris la bonne résolution de commencer à vivre plus sainement. La marche s’avérait le choix idéal, car je ne suis pas vraiment un sportif. Et ce choix, je ne l’ai jamais regretté. J’ai commencé à marcher, et depuis lors, il n’y a pour ainsi dire plus eu un seul jour sans marche. On pourrait même affirmer que marcher est devenu une addiction. Lorsque je reste une journée sans marcher, je le ressens, surtout mentalement. Je viens de rentrer d’une semaine à Barcelone, lors de laquelle j’ai marché environ 130 km. Si je connais désormais bien la ville, vu que j’y vis à temps partiel, j’y découvre toutefois encore des endroits cachés en marchant. Lors de mes balades, je me laisse guider par les feux de signalisation: lorsqu’un feu est rouge, je choisis de tourner à gauche ou à droite. Quand il est vert, je continue tout simplement tout droit (rires).”

Marcher, c’est bon pour le corps et l’esprit

Marcher est bénéfique, non seulement pour la condition physique mais aussi pour le bien-être mental. “Les gens ont parfois tendance à sous-estimer la quantité d’énergie que peut procurer une demi-heure de marche. Lorsque vous marchez seul, vous vous retrouvez seul avec vous-même. C’est purement du temps pour soi. Et, au cours de ce moment, vous pouvez vraiment choisir ce que vous voulez faire: simplement profiter de l’environnement, écouter un podcast, apprendre une langue, écouter de la musique ou un livre audio, etc. Mais vous pouvez aussi aller marcher avec un ami et parler. La marche offre l’avantage qu’elle ne rend jamais les conversations *gênantes*. Lorsque quelqu’un n’a rien à dire, il n’y a jamais vraiment de silence dérangeant, parce que vous êtes tout simplement en train de marcher. C’est totalement différent par rapport à quand vous êtes assis à table face à quelqu’un et que s’installe un silence embarrassant.”

Les chemins de Flandre

“J’ai vécu dix ans près de Malines, où je marchais presque tous les jours en effectuant le même itinéraire le long de la Dyle. Cet aspect répétitif avait un petit côté magique, quelque chose de zen. Et maintenant que je vis en Flandre orientale depuis un certain temps, je découvre d’innombrables itinéraires de promenade. Je viens moi-même de

© Bram Laebens

Knesselare, et cela m'a fait du bien de découvrir le bois de Drongengoed dans la région. À côté de cela, je vais aussi souvent marcher au domaine provincial de Puyenbroeck, ou dans la réserve naturelle d'Heidebos. J'ai été impressionné par la marche silencieuse à Poperinge. Ou par les promenades autour du Quaremont… Tout cela vaut vraiment la peine d'être découvert. J'envisage de partir en voyage en Nouvelle-Zélande l'année prochaine et d'explorer une partie de ce magnifique pays à pied. J'attends cela avec impatience."

Le marcheur qui aime cuisiner!

"En plus de 'Waarom wandelen' (Pourquoi marcher, ndt.), un second livre 'Mijn mama's kookboek' (Le livre de cuisine de ma maman, ndt.) paraîtra en fin d'année. J'ai vraiment hâte, non seulement parce qu'il sera publié par ma propre maison d'édition Silenro, mais aussi parce que j'ai collaboré à la confection de celui-ci avec ma maman, qui a eu 75 ans cette année.

Depuis l'enfance, j'ai toujours été fasciné par la bonne nourriture et la cuisine. Je me souviens avoir aidé en cuisine lorsque j'étais enfant, ce que j'attendais toujours avec impatience. Cet amour de la cuisine, je l'ai hérité de ma mère et de ma grand-mère. Je me suis dit qu'il fallait que je fasse quelque chose de toutes ces belles recettes, que ma maman gardait soigneusement dans un carnet. Comme les mamans ont l'habitude de le faire (rires). Je trouvais aussi qu'il fallait marquer le coup pour son 75ème anniversaire, et un livre de cuisine s'avérait le choix idéal.

Les recettes qu'il contient peuvent être qualifiées de cuisine flamande classique, mais avec un petit plus: j'ai moi-même créé une alternative pour chaque recette. Lorsque j'étais enfant, ma mère préparait régulièrement du pain de viande avec du chou rouge par exemple, un plat que l'on retrouvait sur la table de pratiquement tous les foyers flamands. Seulement, je n'aimais pas – et n'aime d'ailleurs toujours pas – le chou rouge. Enfant, j'ai appris à en manger, mais la recette alternative que j'ai élaborée moi-même diffère dans le sens où il s'agit maintenant d'un kebab d'agneau avec une salade fraîche et du chou rouge cru. Dans cet ouvrage, les chefs amateurs ou ceux qui aiment cuisiner trouveront également des recettes comme la langue de bœuf sauce Madère, les carbonnades, les chicons au gratin, sans oublier tout un chapitre consacré aux desserts et pâtisseries. Personnellement, je trouve ce livre très réussi.

Ma maman était évidemment ravie que ses recettes se retrouvent dans un livre, mais elle reste très modeste. Je trouve toutefois qu'elle devrait être vraiment fière, parce que ce que nous avons fait est plus qu'un

© Bram Laebens

simple livre de cuisine. C'est aussi un moyen de récolter des fonds pour un projet par lequel nous voulons permettre à des écolières indiennes sans caste du village de Similia de poursuivre leurs études. La boucle est ainsi joliment bouclée, vu que ma maman a elle aussi dû aller travailler à l'âge de seize ans et n'a pu poursuivre ses études parce que l'argent faisait défaut. Offrir une chance à quelques filles sans caste, c'est un rêve qui se concrétise à travers la réalisation de ce livre de cuisine.

Si vous êtes intéressé par les deux livres, n'hésitez pas à les commander via notre site web, www.silenro.be. Ce sont deux belles publications, imprimées chez Graphius, une collaboration pour laquelle je ne nourris que des éloges." ■

WAAROM WANDELEN
- Silenro
- Lochristi
- 150 x 230 mm
- 160 p
- Maxi Offset 120 g/m²

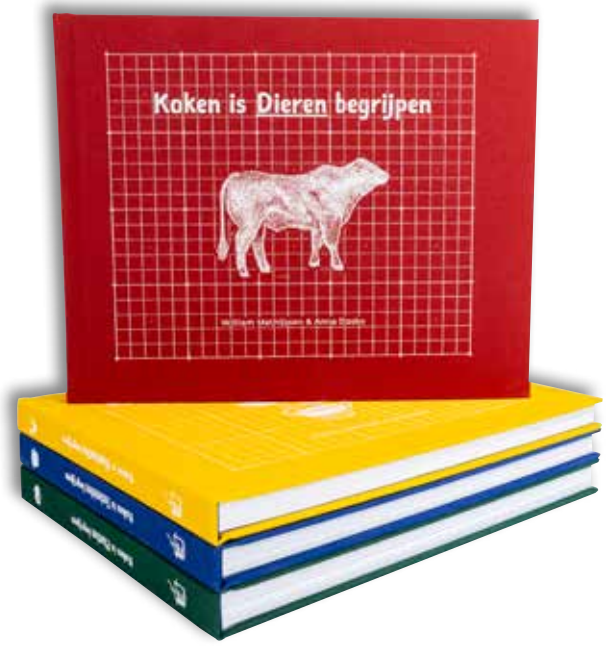
MIJN MAMA'S KOOKBOEK
- Silenro
- Lochristi
- 170 x 240 mm
- 160 p
- Maxi Offset 140 g/m²

> "Je me suis dit qu'il fallait que je fasse quelque chose de toutes ces belles recettes, que ma maman gardait soigneusement dans un carnet. Comme les mamans ont l'habitude de le faire."

SORTIES RÉCENTES

The Cooking Blueprints: Apprenez à comprendre vraiment la cuisine

Comprendre la cuisine est la clé du succès. Telle est la devise de la série de livres en quatre volumes "Cuisiner, c'est comprendre". Cet ouvrage de référence complet s'adresse aussi bien aux novices qu'aux cuisiniers chevronnés et offre un mélange savamment dosé de pratique et d'analyse minutieuse de la cuisine.

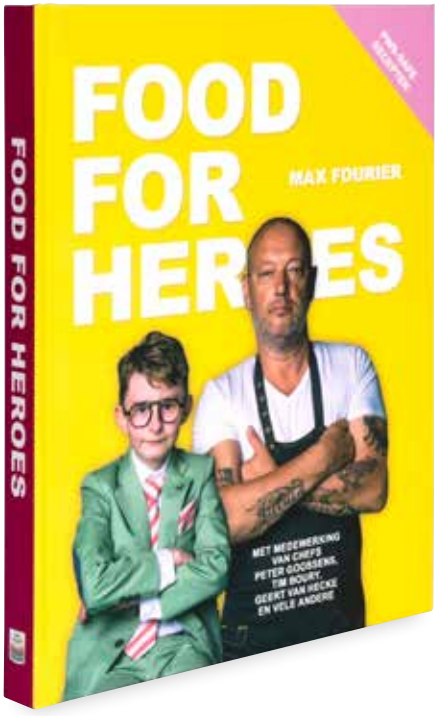


Les différents livres emmènent le lecteur à la découverte de l'univers de la cuisine, en l'aidant à comprendre différents processus et techniques culinaires. Cette série va au-delà des simples livres de recettes et encourage à s'intéresser aux principes de base de la cuisine. En développant une compréhension plus profonde de l'art culinaire, les lecteurs peuvent atteindre une maîtrise qui va au-delà de la mise en pratique de recettes. La série stimule la créativité et ouvre les portes à d'infinies possibilités culinaires.

On notera tout particulièrement la présence de plus de 1200 illustrations réalisées à la main, mettant en images de façon tout à fait unique le processus culinaire. En outre, les livres sont également approuvés par de nombreux experts. "Les Cooking Blueprints sont un merveilleux ouvrage de référence qui combine magistralement les connaissances des experts et l'expérience pratique", a déclaré le ministre Ben Weyts. Le chef Michaël Vrijmoed est également enthousiaste: "Le fait d'acquérir de nouvelles connaissances nous permet de repousser constamment nos limites culinaires et d'obtenir le meilleur de nous-mêmes et du produit." Il n'est pas surprenant que The Cooking Blueprints ait récemment remporté le prix de l'innovation à l'occasion de l'exposition hospitalière 2023. Bref, un indispensable pour tous les chefs (amateurs).

THE COOKING BLUEPRINTS
- William Mathijssen
- 250 x 200 mm
- 4 x 112 p
- Offset Blanc 170 g/m^2

Food for Heroes: Une histoire inspirante



'Food for Heroes' raconte l'histoire émouvante et inspirante de Max Fourier, un garçon de 12 ans atteint du syndrome de Prader-Willi, une maladie génétique qui touche 1 enfant sur 15.000. L'un des symptômes de cette maladie est une faim constante. Malgré ses particularités qui compliquent son quotidien, Max a écrit un livre de recettes ultra saines, avec la collaboration de chefs renommés comme Tim Boury et Peter Goossens.

Max et sa mère Veronique Denhaerinck partagent leur histoire et racontent les aménagements parfois compliqués mais nécessaires qu'ils ont dû faire pour faire face à la situation. C'est un témoignage de persévérance et de passion à travers l'univers de la nutrition et de la cuisine. Plus qu'un livre, Food For Heroes est un voyage à la découverte de la cuisine du monde.

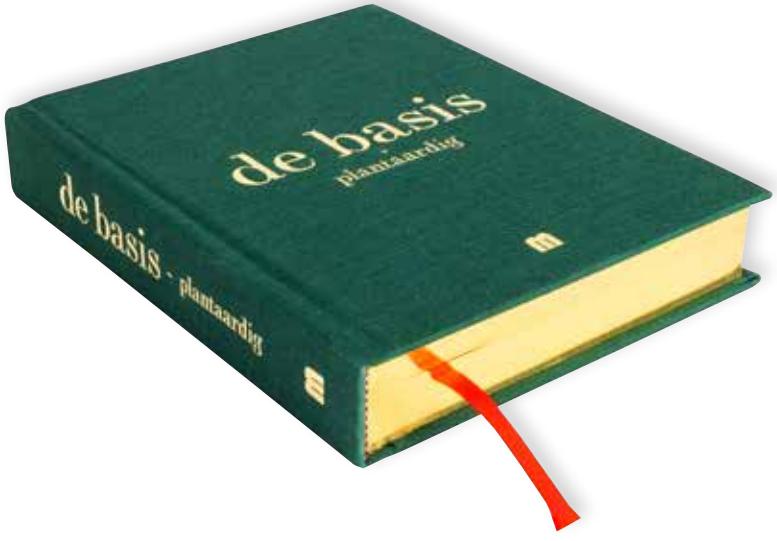
FOOD FOR HEROES
- Veronique Denhaerinck
- 190 x 245 mm
- 176 p
- Magno Natural 140 g/m^2

De Basis – Plantaardig: Le monde de la cuisine végane

De Basis - Plantaardig est un livre surprenant et innovant qui remet en question les conceptions traditionnelles de la cuisine. Fruit d'une collaboration entre le chef végan Pieter-Jan Lint et le photographe culinaire Tony Le Duc, cet ouvrage offre une perspective nouvelle sur le monde de la cuisine végane. Ce livre se distingue par sa recherche d'ingrédients végétaux innovants et par sa présentation détaillée de différentes techniques de cuisson et de découpe.

Chaque aspect de la cuisine végétale est magnifiquement illustré par les clichés de Tony Le Duc, qui font ressortir l'essence de chaque plat. Ce livre n'est pas seulement un guide de cuisine, mais un objet d'art esthétique. Il ne se contente pas d'expliquer comment préparer de délicieux plats végans, il incite également à explorer de nouvelles saveurs et offre une approche créative de la cuisine végétale.

DE BASIS – PLANTAARDIG
- Minestrone
- 120 x 160 mm
- 352 p
- Arena White Smooth 100 g/m^2



Le pouvoir émotionnel du PAPIER

Les Impressionneurs.

Si c'est une tendance que vous suivez un tant soit peu, vous connaissez sans doute Les Impressionneurs. C'est le nom de la nouvelle campagne de marketing menée par Hotel Hungaria (une maison de production spécialisée dans les médias et le marketing, à qui l'on doit notamment l'émission télévisée culinaire Dagelijkse Kost et le documentaire Notre Nature) et destinée à promouvoir l'image du secteur graphique pour les prochaines années. Le coup d'envoi des "Impressionneurs" a été donné l'été dernier lors de l'assemblée générale de la fédération sectorielle Febelgra.

Tout revient. Rob Van Oudenhouven et Mark Uytterhoeven – les deux présentateurs de l'émission d'archives humoristique "Alles komt terug" (Tout revient, ndt.) sur la VRT – le savaient déjà en 2001. Rien ne disparaît pour toujours. Pas même l'imprimé. Alors que l'horizon semblait bien noir au début de la révolution numérique et que d'aucuns annonçaient déjà la "mort de l'imprimé", il revient aujourd'hui en force. Face à la masse de messages numériques, au bourdonnement incessant mais hautement volatil, qui inondent quotidiennement nos boîtes mail, on voit à nouveau progressivement émerger un besoin d'une communication plus posée, "loin" du numérique. Avec dans son sillage une intensification de la demande d'impressions plus personnelles, plus petites et plus tactiles.

Les Impressionneurs est un titre de campagne bien choisi qui fait également référence à un collectif qui se décrit comme "un mouvement durable, un collectif de partenaires avec un but précis". Comme Flup Coppens, business improvement manager chez Hotel Hungaria, l'a expliqué dans le Knack/Le Vif: "Les Impressionneurs ont une mission claire: créer un impact positif dans le monde du graphisme et redonner à 11 millions de Belges l'envie d'imprimer. La première étape ? Toucher les gens. Quand il y a de l'émotion, les gens sont plus profondément touchés et ils réagissent davantage." Pour faire connaître leur action, Les Impressionneurs se sont associés à des personnalités flamandes comme Gio Kemper, Leen Dendievel et Willy Sommers.

Une stratégie claire que Les Impressionneurs se sont empressés d'illustrer par un magnifique spot promotionnel émouvant, mettant en scène toute la signification que peut avoir l'impression avec un message. Et cela ne s'arrête pas à un message joliment emballé. Les Impressionneurs invitent tous ceux qui ont envie de partager un message personnel, un compliment sincère ou un slogan touchant à le faire immortaliser, avec un imprimé qui impressionne. Les Impressionneurs impriment votre message gratuitement sur une affiche A4 de qualité et vous l'envoient par la poste.

Papier et émotion

Pourquoi avoir créé Les Impressionneurs ? Eh bien, pour une raison toute simple et évidente. Vous

“Quand il y a de l’émotion, les gens sont plus profondément touchés et ils réagissent davantage.”

vous rappelez sans doute le bonheur de recevoir une carte d’anniversaire amusante, avec un message personnel, une lettre de remerciement ou une photo que vous gardiez dix ans sur votre frigo. Il y a tellement plus d’émotion dans un imprimé. Il met beaucoup plus en valeur le message de l’expéditeur ou du créateur. L’imprimé crée un lien émotionnel. Consciemment ou inconsciemment, vous savez que la personne a pris le temps de choisir une carte de vœux, d’écrire un message personnel et de poster la carte. Dans un imprimé, il y a de la réflexion, du temps et de l’implication.

Et c’est ce qui le rend si spécial. Une étude menée par la Temple University aux États-Unis a montré que les gens ont une réaction émotionnelle plus forte aux publicités imprimées, et que le contenu sur papier affecte différemment et plus profondément notre cerveau. Une autre étude – réalisée pour la Poste américaine – a mis en évidence des différences significatives dans la manière dont notre cerveau traite les deux formats publicitaires.

Les scientifiques en charge de l’étude ont demandé à des volontaires de visionner des publicités sur des supports numériques ou physiques. Ils ont utilisé diverses méthodes de neuromarketing, notamment l’oculométrie, les mesures biométriques et un IRM, pour mesurer leurs réactions. Les résultats de l’étude sont très intéressants: alors que les publicités numériques sont traitées plus rapidement, les publicités sur papier retiennent l’attention plus longtemps. De plus, les sujets ont une plus grande réaction émotionnelle et se souviennent davantage des publicités sur support physique une semaine après les avoir vues. D’autre part, elles provoquent une plus grande activité dans les régions du cerveau associées à la valeur et au désir. Dans les médias imprimés, il y a une notion de toucher et de temps d’attention qui va au-delà de la simple information, et qui suscite l’inspiration et la connexion.

La “Gen Z” redécouvre les joies du papier

Une autre raison pour laquelle l’imprimé se porte mieux aujourd’hui, c’est la génération Z (la génération née entre 1997 et 2012), qui aspire elle aussi à souffler un peu dans ce monde à cent à l’heure. La génération Z a grandi avec Internet, les applis et les messageries instantanées. Autrement dit, ils “nagent” en plein numérique et ce depuis toujours. Mais pendant la pandémie de coronavirus, on a vu les jeunes se remettre à lire en masse. Chez les 15-24 ans, le nombre de lecteurs a augmenté de 16 %. Une hausse plutôt significative. Prendre un livre, s’installer dans un fauteuil confortable et se laisser emporter dans un autre monde, guidé par son imagination… pour beaucoup de jeunes, ce moment de calme est une échappatoire bienvenue dans les trépidations du monde actuel.

Et quelle est la place des Impressionneurs dans cette histoire ? Denis Geers, PDG du groupe Graphius et président de Febelgra, l’a parfaitement exprimé dans le Knack/Le Vif: ““C’est plus qu’une campagne. C’est un mouvement qui s’amorce. Nous voulons refléter une image positive de notre secteur. Loin d’être un produit polluant, le papier est un modèle d’économie circulaire.” ■

MAISON NATAN

BARON EDOUARD VERMEULEN. FOURNISSEUR DE LA COUR. ESTHÈTE. ÉPICURIEN.

© Marleen Daniëls

© Nathalie Gabay

© Nathalie Gabay

Qui se rappelle encore ce qu'il s'est passé en l'an de grâce 1983 ? C'est l'année où l'Internet, tel que nous le connaissons aujourd'hui, a vu le jour. Où les scientifiques faisaient pour la première fois mention d'un trou noir. C'est l'année où a été diffusé le premier épisode de la série d'action 'Agence Tous Risques'. Et, plus près de chez nous, à Bruxelles, c'est l'année où un jeune architecte d'intérieur, Edouard Vermeulen, a décidé de saisir sa chance en reprenant l'ancienne maison de couture Natan, un peu tombée en désuétude.

Alors âgé de 26 ans, Edouard Vermeulen change son fusil d'épaule et devient couturier. À peine un an plus tard, il crée dans son atelier une collection pour une institution de bienfaisance. Le destin semble lui être favorable. En effet, la reine Paola de Belgique, présidente de cette organisation, assistait au défilé, ce qui a lancé cette jeune maison de couture belge auprès de l'élite. Personne ne sera surpris d'apprendre qu'Edouard Vermeulen, entre-temps devenu baron, n'a jamais regretté de s'être lancé dans la mode il y a 40 ans.

L'année 2003 a été festive pour la Maison Natan, qui soufflait ses 40 bougies. Cet anniversaire a bénéficié d'un lustre supplémentaire grâce, notamment, à une extraordinaire exposition de 50 modèles uniques de robes Couture, au rez-de-chaussée et au premier étage de l'Espace Vanderborght. Pour Edouard Vermeulen, toujours élégant, impeccable et parfait gentleman, ces 40 années sont passées très vite.

"Le temps passe inexorablement", raconte-t-il. "Chaque jour, il faut en tirer le meilleur, et continuer à suivre sa passion et son intuition. C'est ce que j'ai toujours fait. Mes années de couturier n'ont pas toujours été des plus faciles, mais j'en ai retiré d'énormes satisfactions jusqu'à maintenant. Pour moi, ce métier est le plus beau du monde, il me permet de travailler chaque jour avec des gens, de la couleur et de l'esthétique. Chaque jour, je me lève avec la même envie que la veille."

Vous êtes né en 1957, une année où l'image de la rue était déterminée par des maisons comme Balenciaga et Chanel. Vous avez déclaré dans une interview que les gens étaient alors plus habillés qu'aujourd'hui. Les hommes en costume, les femmes dans de belles robes, avec un chapeau assorti. N'auriez-vous

© Nathalie Gabay

© Nathalie Gabay

pas préféré naître vingt ans plus tôt ? Vous auriez aussi pu contribuer à cette image de la rue.
"Il est vrai que la mode était un peu plus sophistiquée dans les années 50 qu'elle ne l'est aujourd'hui. Mais on ne peut pas arrêter l'évolution. J'évolue moi aussi: alors que j'allais autrefois travailler tous les jours en costume-cravate, j'ose aujourd'hui venir en chemise et chinoh. Pas miteux, certes, mais galant-chic ou casual-chic. Eh bien, pour la Maison Natan, les choses n'ont pas tellement changé au fil du temps: les clients viennent généralement chez nous parce qu'ils cherchent une tenue particulière pour un soir de fête, quelque chose qui soit élégant et coloré. Nous sommes connus pour notre rayonnement, la qualité et la couleur, l'élégance. Je dis toujours 'la fête commence chez nous'. Ce qui peut sembler présomptueux, mais il y a une vérité là-dedans. Les gens se sentent plus festifs lorsqu'ils sont bien habillés. Et la maison Natan met un point d'honneur à les rendre rayonnants."

Autrefois et aujourd'hui

"Ce qui frappe dans la mode d'aujourd'hui, c'est l'omniprésence du casual chic", poursuit Edouard Vermeulen. "Beaucoup de choses ont changé en trois générations, pas seulement la mode, mais aussi le physique des gens: ils sont plus grands, plus minces, plus fins. C'est une évolution naturelle, rendue possible par de nouvelles habitudes alimentaires. Et qui influence ce que les gens portent. Je constate que nos clients veulent tous avoir l'air jeune. Une personne qui a 50 ans aujourd'hui ne ressemble plus du tout à un quinquagénaire des années 1970. On était âgé alors, aujourd'hui ce sont des pré-seniors branchés."

La Maison Natan vit avec son temps, ce qui se manifeste notamment par sa volonté d'entreprendre durablement. Pour ses créations par exemple, Natan utilise du cuir

"Mais la couleur ? Je plaide toujours pour la couleur, surtout quand on s'habille pour des occasions spéciales."

© Nathalie Gabay

de cactus, recycle de vieux tissus et défend les producteurs du Sud.
"Oui, c'est exact. Je trouve très important le respect de l'environnement et des matières premières, tout comme la soutenabilité. Durant une certaine période, il fallait acheter, acheter, acheter, mais nous sommes peu à peu sortis de cette époque. Il faut être très attentifs à cela: nous n'avons qu'une planète, et chacun doit faire sa part pour qu'elle nous accompagne aussi longtemps que possible. Les maisons de couture ont un rôle à jouer elles aussi. Dans cette optique open-house, nous avons ouvert au public notre atelier des premiers étages. Les clients peuvent ainsi voir tout ce que nous faisons. Autre point essentiel, nous sommes toujours belges, et nous fabriquons tout ici, à la main. Nos pièces sont produites en Europe, mais la conception a lieu ici. Et je suis fier d'annoncer qu'il y a aujourd'hui de plus en plus de gens qui 's'habillent belge'. Nous pouvons être fiers de nos valeurs sûres comme de nos nouveaux créateurs."

Vous les soutenez, avec le Natan Collective.
"Oui absolument. Nous voulons encourager de jeunes talents et transmettre la connaissance. C'est pourquoi nous avons créé en 2017 le "Natan Collective", une initiative qui soutient les nouvelles marques belges artisanales. A ce jour, les trois éditions belges ont déjà mis beaucoup de beaux talents en lumière. Pour la première édition, nous avons entamé une collaboration créative et innovatrice avec quatre jeunes concepteurs belges montants: Façon Jacmin, Valentine Witmeur, Goia Seghers et Dcembre. Pour la deuxième édition, nous avons invité cinq concepteurs belges de bijoux à exposer leurs nouvelles collections: Espèces, Christa Reniers, Wouters & Hendrix, Joy et Axelle Delhaye. Les troisième et quatrième éditions étaient réservées aux photographes, respectivement de Belgique et des Pays-Bas. C'est la façon de se tenir au courant de ce qui se passe, d'apprendre à connaître la jeune garde. Ce sont eux qui, en fin de compte, détermineront demain l'image de la rue."

Vous avez ainsi collaboré avec l'artiste Christophe Coppens, impliqué notamment dans les nouvelles créations. C'est un apport de fantaisie supplémentaire à la griffe Natan.
"C'est tout à fait cela. L'idée m'est venue de m'adresser à lui après avoir vu son installation au Musée royal des Beaux-Arts d'Anvers. Nous nous connaissions depuis longtemps déjà, et nous avons même collaboré lorsqu'il était encore créateur d'accessoires. Nous nous croisons parfois à la Monnaie, à Bruxelles. J'admire sa polyvalence artistique, et je vois sa mission chez Natan comme celle d'un régisseur qui doit créer la bonne atmosphère autour de la marque. Pas seulement à travers les campagnes, mais aussi dans les boutiques et les collections, pour créer un ensemble cohérent."

La couleur vous fascine particulièrement, et vous devenez lyrique devant une peinture de Pierre Alechinsky que vous possédez, par exemple. Est-ce une source d'inspiration ?
"Sans aucun doute, tout comme Rothko, dont j'apprécie particulièrement la façon d'utiliser la lumière et de jouer avec. J'y vois un lien direct avec Natan, car les couleurs sont essentielles ici aussi. En même temps, il y a beaucoup de noir et beaucoup de blanc dans la rue. Attention, je suis très amateur de noir et blanc, et de ce que le collectif d'artistes Group Zero produisait dans les années 70. Mais la couleur ? Je plaide toujours pour la couleur, surtout quand on s'habille pour des occasions spéciales."

La famille royale

Impossible de ne pas mentionner le fait que vous habillez la famille royale puis des générations. Vous avez commencé avec la reine Paola, qui assistait à un défilé pour l'organisation caritative 'Vereniging voor Blinden'.
"C'est là qu'a eu lieu le premier contact en effet. Il y a déjà 37 ans ! Entre-temps, Natan a aussi habillé Lilian, Fabiola et Paola, Claire et Mathilde, Elisabeth et Eléonore. Aux Pays-Bas, nous avons commencé il y a 20 ans, avec Máxima. Puis le Luxembourg, avec la grande duchesse Joséphine-Charlotte. J'avais fait pour elle l'ensemble gris qu'elle portait à l'enterrement du roi Baudouin."

Les membres de la famille royale viennent chez vous pour les essayages ?
"Mais oui !"

Ce sont des personnes, après tout. Vous-même êtes natif d'Ypres. Que reste-t-il du West-Vlaming dans l'Edouard Vermeulen bruxellois ?
"Plus grand-chose, je vis ici depuis si longtemps que je me considère aussi comme un Flamand de Bruxelles. Ypres restera toujours dans mon sang. Mes parents y ont vécu longtemps, mais je suis heureux à Bruxelles. C'est une ville qui m'inspire, je m'y sens chez moi. J'aime l'endroit où nous nous trouvons, l'avenue Louise, mais aussi la place du Grand Sablon. Mais, plus que tout, j'aime mon atelier, ici !" ■

NATAN
• Borgerhoff & Lamberigts
• Gent
• 285 x 360 mm
• 320 p
• Gardapat 1.3 Kiara

BONNE NOUVELLE, IL Y AURA TOUJOURS DES MAGAZINES!

Inutile de vous dire que Graphius est à l'aise sur de nombreux marchés. Dans la gamme des livres, des catalogues et des magazines, les magazines des membres occupent une place spéciale. Pour cette occasion, nous mettons en lumière les trois publications flamandes: Landelijke Gilden, Kindertijd et Vlamingen in de Wereld.

Landelijke Gilden: vive la campagne!

"Landelijke Gilden est une association rurale qui organise des activités conviviales et œuvre pour que les villages de campagne demeurent pleins de vitalité", déclare Saartje Deroost, chargée de la communication. "Nous travaillons avec quelque 6 000 bénévoles, répartis dans 600 sections, dans autant de villages ou de hameaux."

Vous éditez plusieurs magazines. Et l'un d'entre eux, entièrement renouvelé depuis peu, est destiné aux comités des direction.

"C'est exact. Il y a une revue qui s'adresse spécifiquement aux membres du conseil d'administration. Sept fois par an, quelque 5 500 membres de ces directions reçoivent le magazine 'Kader', seize pages d'inspiration, d'exemples et d'astuces pour les aider à organiser des activités dans leur section locale.

Dans certains numéros, nous mettons en avant un thème spécifique. Le numéro d'octobre, connu pour être notre édition 'programme', était très épais, avec toutes sortes d'idées d'activités. Quand nous avons moins de choses à dire, nous réduisons le nombre de pages. Cela se fait facilement en concertation avec Graphius, qui est très flexible. Nous trouvons cette flexibilité importante. Il arrive que nous joignions un encart à notre magazine et il est très agréable de savoir que ne nous pouvons par exemple l'envoyer qu'aux membres du conseil d'administration d'une province en particulier. Là aussi, nous pouvons compter sur Graphius."

Des rubriques récurrentes et des thèmes variés

"Pour la couverture, nous essayons toujours de choisir quelque chose de concret. Un point à ne pas oublier pour les comités, quelque chose d'important pour leur fonctionnement, etc. Il nous arrive de proposer une action nationale. Nous réservons environ la moitié des pages à l'accompagnement des comités dans leur fonctionnement, au recrutement des membres et à la programmation. Nous faisons aussi de la place aux nouvelles provinciales et, dans trois rubriques récurrentes, nous donnons la parole aux administrateurs des guildes locales sur les formes de collaboration, les activités innovantes

ou les approches astucieuses. Nous avons généralement une page pour les brèves, que nous appelons le panneau d'affichage. Nous prévoyons aussi de l'espace pour annoncer ou évaluer nos actions et projets régionaux, provinciaux ou nationaux. Et nous évoquons régulièrement notre ONG Trias, qui donne des moyens d'action à des personnes dans différentes parties du monde et leur apprend à mieux s'organiser dans le domaine du développement agricole et rural."

Quelles actions ont été pour vous les plus marquantes ?

"Lorsque nous avons fêté nos 40 ans, en 2012, nous avions lancé un défi à 40 de nos sections pour qu'ils entreprennent une action dans laquelle figurait le chiffre 40. Ils pouvaient choisir parmi les idées que nous leur proposions, ou suggérer eux-mêmes quelque chose de créatif. Les résultats ont été éblouissants: ils sont allés se promener avec 40 moutons à travers la rue principale de leur village, 40 tracteurs ont formé ensemble le nombre 40, ailleurs ils ont réuni 40 personnes de 40 ans, etc."

Wow, un nouveau style maison ! Quel message doit-il transmettre ?

"Notre ancienne identité visuelle avait besoin d'être rafraîchie et, à l'époque, elle avait été conçue principalement pour les médias imprimés. Notre nouveau style devait être plus frais et plus adapté aux médias numériques. Notre revue du comité direction des sections prouve que ce style rafraîchi convient aussi parfaitement sur support imprimé. Auparavant, nous utilisions surtout des nuances de gris, avec de l'orange en soutien. Le nouveau style apporte davantage de couleur, et nous plaçons des surfaces colorées sur les photos pour camoufler un peu une qualité parfois irrégulière. Sans rien perdre de notre sobriété et cohérence, ce qui fait de notre revue Kader une publication attrayante et claire."

KADER
- Landelijke Gilden
- Leuven
- 210 x 297 mm
- 16 p
- Offset Wit 160 g/m²

Kindertijd. Informer, inspirer et soutenir.

"La VBJK – asbl pour le renouveau dans les structures de base pour l'accueil des jeunes enfants - a pour but d'innover dans les crèches et les écoles maternelles", explique Wouter Bulckaert, rédacteur en chef de Kindertijd. "Ce qui signifie que nous apportons notre soutien à tous ceux qui travaillent dans le domaine de l'accueil des enfants et des maternelles, à travers des projets et des formations nationaux et internationaux. Dans ce but, nous effectuons des études scientifiques que nous transposons sur le lieu de travail. Et nous inspirons les décideurs pour qu'ils augmentent encore la qualité des équipements. Quelques thèmes ? Nous investissons pour une transition chaleureuse de la crèche vers la maternelle, l'inclusion et le respect de la diversité, et la collaboration avec les parents en tant que partenaires prioritaires."

Quels sont les sujets traités dans Kindertijd ?

"Le dossier central est toujours très étoffé. Il s'agit invariablement de notre article de couverture. Quel rôle joue le sommeil dans la croissance, comment apprendre aux enfants à manger sainement, comment les encourager à l'amitié ? Nous proposons des 'bonnes pratiques' tirées directement de la vie quotidienne. Ce sont donc, par excellence, des initiatives peu

couteuses qui, à travers de petites interventions, font une grande différence: l'écologisation du jardin de la crèche pour les enfants, l'apprentissage du néerlandais sur le

terrain pour les parents étrangers, ou une crèche qui accompagne les parents dans leur premier contact avec la maternelle. En outre, nous publions des nouvelles brèves sur la recherche effectuée dans le monde des maternelles, et nous répondons aux questions des éducateurs de jeunes enfants. Vous trouvez aussi des articles pédagogiques avec des idées immédiatement applicables sur le terrain, des reportages sur les nouvelles tendances ou les projets novateurs, ainsi que des interviews approfondies plus axées sur la recherche de solutions politiques."

Un accueil époustouflant

"L'accueil de la part des professionnels a été en effet époustouflant. En quelques mois à peine, nous avions presque atteint les 1000 abonnés, et tout autant d'abonnés temporaires par le biais d'organisations de soutien comme Mentes. Les éducateurs de jeunes enfants considèrent la revue comme une immense source d'inspiration dans leur travail quotidien. Le conseil de rédaction est composé de représentants de 'Kind en Gezin' (Enfant et Famille), des organismes de coordination accueillant de jeunes enfants et des formations 'Pédagogie du jeune enfant'. De ce fait, le magazine est considéré, après deux ans à peine, comme la source fiable d'information sur l'accueil de jeunes enfants et l'enseignement en maternelle en Flandre."

L'accueil en crèche a fait l'objet de beaucoup d'attention ces derniers temps, manque de moyens financiers, manque de personnel... Comment votre organisation aborde-t-elle le problème ?

"Le VBJK œuvre depuis des années pour que l'accueil des jeunes enfants bénéficie davantage d'attention et de ressources: le taux accompagnateurs/enfants, la nécessité d'une formation de qualité, d'un accompagnement et d'un apprentissage tout au long de la vie de qualité, l'importance du caractère réalisable du travail dans l'accueil des enfants, le sous-financement des services de cet accueil, surtout en comparaison avec les pays voisins... Dans notre revue, nous essayons de ne pas nous concentrer sur les problèmes, mais surtout d'arriver ensemble à des solutions. Notre équipe se compose de spécialistes internationalement reconnus dans le monde de l'accueil des petits et des classes maternelles."

KINDERTIJD
- VBJK
- Gent
- 203 x 267 mm
- 32 p
- Arctic Volume White 115 g/m²

Vlamingen in de Wereld. S'expatrier avec la bonne information.

Les Flamands plutôt sédentaires ne connaissent probablement pas 'Vlamingen in de Wereld'. Pouvez-vous nous dire brièvement ce que fait VIW ?

Koen Van der Schaeghe (directeur de 'Vlamingen in De Wereld' (Flamands dans le Monde)): "Qui n'a jamais rêvé de faire ses valises, fermer la porte derrière lui/elle et aller commencer une autre vie dans un autre pays ? VIW est l'organisation qui s'adresse à tous ceux qui envisagent de s'installer temporairement ou de façon définitive à l'étranger. Avec un siège à Bruxelles, et un réseau de plus de 80 représentants à l'étranger, nous informons et sensibilisons. A travers diverses initiatives, comme des journées d'information et des webinaires autour de la sécurité sociale, de la fiscalité, de l'enseignement par exemple, nous simplifions ce processus d'émigration. Nous aidons à rendre ce grand pas plus simple.

Notre fondation a 60 ans cette année et, même si beaucoup de choses ont changé au cours de la décennie écoulée, il existe toujours un grand besoin d'information. Un déménagement à l'étranger est un des actes les plus radicaux qu'une personne puisse entreprendre dans sa vie. Les préparatifs ne sont pas un luxe."

Vous publiez également un magazine, combien de fois par an ?
"Quatre fois par an. Le magazine est pour nous la carte de visite de la fondation et, pour beaucoup de lecteurs, un objet à conserver. Nous communiquons régulièrement avec des dizaines de milliers de nos compatriotes installés à l'étranger. Le magazine (papier et en ligne), le site Internet, les réseaux sociaux, et la lettre d'information numérique nous permettent d'atteindre quelque 80 000 personnes par mois."

Avec 300 000 Flamands dans le monde, il ne peut y avoir que des sujets passionnants à trouver. Quelles sont les histoires qui vous ont le plus marqué ?
"Même si beaucoup sont confrontés aux mêmes défis, chaque histoire demeure unique. Les histoires réussies sont les plus belles, mais VIW n'élude pas les sujets plus difficiles. Par exemple, grandir à l'étranger, la vie d'un partenaire d'expat', le mal du pays, le retour… Le souvenir le plus marquant est celui d'une famille avec deux filles, avec qui j'ai parlé trois fois, lorsqu'elles ont eu 8, 14 et 18 ans. Le fait de grandir dans plusieurs pays étrangers, et dans un environnement qui changeait régulièrement, leur a permis de développer des valeurs universelles."

La mission principale de VIW est-elle plus de distraire ou d'informer, et quel équilibre recherchez-vous dans le contenu ?
"Informer est la base de notre organisation, que ce soit par des conseils personnels ou à travers des publications, numériques et imprimées. Beaucoup de gens sous-estiment l'impact d'un déménagement. Une nouvelle vie, c'est excitant, mais ce n'est pas une décision facile. C'est pourquoi, dans nos publications, nous touchons à toutes les facettes de l'émigration et de l'expatriation, de A à Z et sans tabous."

Comment réagissent les Flamands du monde aux magazines en ligne ou papier ?
"L'éventail d'informations, enrichi de témoignages de personnes qui ont vraiment franchi le pas, en dit long. Les gens sont sensibles à l'attention que nous portons aux aspects humains et sociaux de l'émigration.

Une belle histoire, bien racontée qui plus est, peut véritablement donner du corps au projet de départ vers un pays rêvé."

Quels Flamands – connus – vivant aujourd'hui à l'étranger inviteriez-vous dans vos pages ? Et pourquoi ?
"Nous avons accompagné Staf Coppens à s'installer en Suède. Et pour cela, il mérite certainement une place dans notre magazine." ■

VLAMINGEN IN DE WERELD
- Schaarbeek
- 210 x 297 mm
- 40 p
- Offset Wit 120 g/m²

ANALYSE DES TENDANCES

QUATRE TENDANCES SE DÉMARQUENT AU NIVEAU DE L'IMPRIMÉ

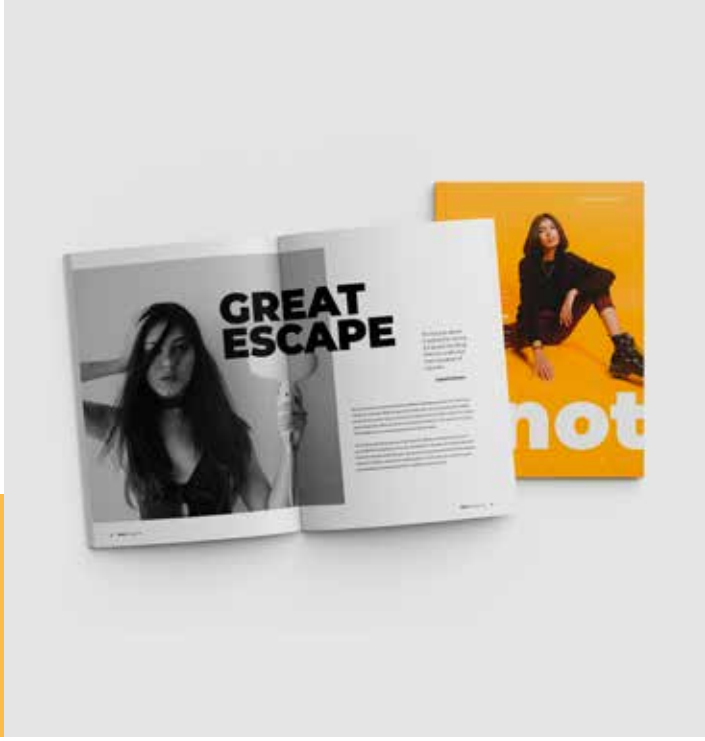
L'imprimé, c'est plus que de l'encre sur du papier. C'est un média puissant qui se réinvente à chaque fois. Voulez-vous miser davantage sur des imprimés qui ont plus de poids sur votre communication? Notre imprimerie en ligne Belprinto a observé quatre tendances.

BELPRINTO

TENDANCE 1 Plus d'interaction

Les imprimés sont souvent utilisés comme supports pour promouvoir des produits et services. Si les dépliants publicitaires et les flyers à caractère informatif sont encore et toujours d'actualité de nos jours, ils font cependant, dans de nombreux cas, place à des solutions qui vont bien au-delà de la seule publicité. Les imprimés professionnels transforment les messages commerciaux unilatéraux en dialogues bidirectionnels qui impliquent et inspirent les clients. En offrant plus qu'une simple promotion, vous créez chez votre public davantage d'implication et de fidélité. De nombreuses marques possèdent par exemple leur propre magazine ou flyer dans lequel elles se présentent, mais offrent également de la valeur ajoutée grâce à des conseils et astuces. Il suffit de penser aux marques de peinture qui réalisent des beaux livres remplis d'intérieurs inspirants basés sur la couleur.

CONSEIL
Découvrez comment vous pouvez vous approprier cette tendance en regroupant, par exemple des témoignages de clients, des entretiens avec des experts de votre secteur ou du contenu sur des sujets similaires dans un magazine ou un dépliant de grande diffusion. Créez du contenu qui donnera envie aux clients de conserver vos imprimés pendant longtemps.



TENDANCE 2 Des synergies intelligentes

Même si la révolution numérique a ouvert une abondance de possibilités en matière de communication en ligne, l'imprimé conserve sa pertinence. Mieux même, l'imprimé et le numérique se renforcent mutuellement dans un monde où les changements s'annoncent les uns après les autres. Au lieu d'un scénario 'soit l'un, soit l'autre', nous observons chez Belprinto une approche 'l'un et l'autre'. Les entreprises combinent les outils imprimés et numériques pour créer des synergies. Elles commandent par exemple des cartes de visite avec un code QR qui renvoie directement les coordonnées de l'entreprise à la liste de contacts de votre smartphone.

CONSEIL
Les intégrations intelligentes créent une expérience holistique. Vos produits, services ou événements viennent immédiatement à l'esprit de votre public. Pensez aux mailings qui encouragent les clients à demander vos brochures ou magazines papier. Ou créez des invitations papier pour des ateliers ou séminaires de perfectionnement numériques.

TENDANCE 3 Des imprimés qui ont un impact

Reste à savoir si cette tendance constitue encore une véritable tendance. De nos jours, l'impression durable s'avère un facteur essentiel pour tous les acteurs impliqués dans l'impression. Chez Belprinto, nous remarquons que la sensibilisation dans ce domaine continue encore de croître. Le papier recyclé et les finitions plus durables telles que le gaufrage ou l'embossage sont des options très populaires. La technique du gaufrage ou de l'embossage n'utilise pas d'encre, et crée un relief intemporel. Par ailleurs, on note un intérêt croissant pour la reliure cousue. Celle-ci forme une option plus durable que la reliure collée, car la colle de reliure se fige comme du plastique. Envie d'un impact écologique encore plus positif? Optez pour une couverture en tissu au lieu d'une couverture en papier plastifiée ou pelliculée. De plus, les imprimés au format standard sont plus intéressants que les formats non-standard parce qu'ils génèrent moins de déchets. Les chutes de coupe sont recyclées, mais entraînent aussi une consommation d'énergie et des coûts supplémentaires.

CONSEIL
Évaluez les différentes options. Opter pour le choix le plus durable en choisissant des imprimés qui peuvent être conservés et utilisés plus longtemps. Un livre à couverture rigide aura un impact plus important en terme de production, mais se conservera plus longtemps. Le risque de devoir remplacer un tel livre sera généralement beaucoup plus faible. Nous voulons également apporter notre pierre à l'édifice par le biais de notre politique énergétique. Chaque commande passée chez Belprinto est compensée par des projets de compensation de CO_2 reconnus et est donc 100% neutre en CO_2. À côté de cela, nous misons pleinement sur les énergies renouvelables et élargissons notre gamme de produits recyclables.

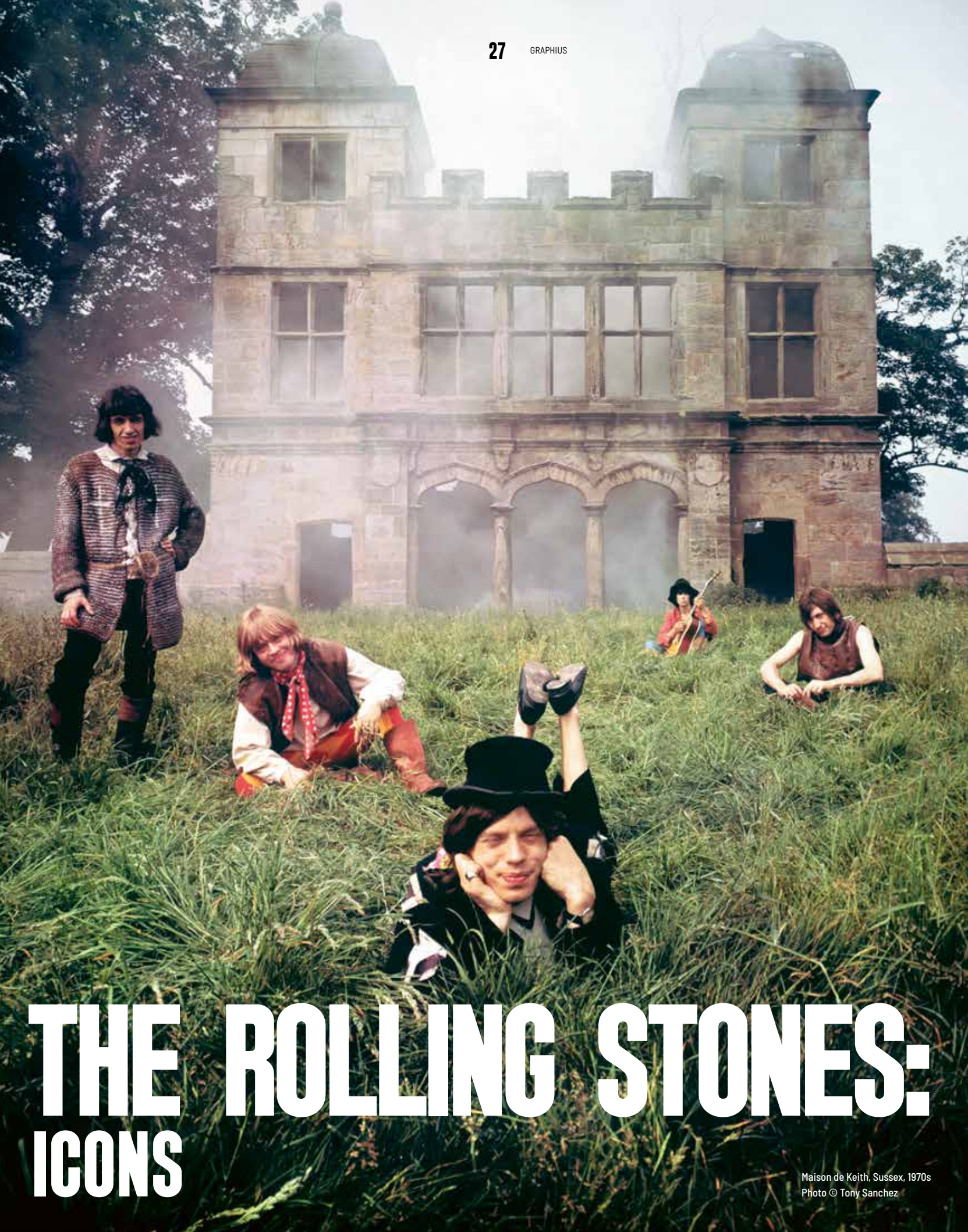
TENDANCE 4
Minimalisme audacieux

Le design forme un aspect essentiel de l'imprimé. Les pièces du puzzle s'assemblent uniquement lorsque le contenu a une valeur ajoutée évidente, que l'imprimé est à la fois qualitatif et durable et que le design se démarque. Mais il n'est pas simple de quantifier un design réussi et cet aspect, précisément, est très sensible aux tendances. La tendance est aujourd'hui au design minimaliste accompagné de touches audacieuses. Pensez à une couleur PMS éclatante. PMS est l'abréviation de Pantone Matching System, un système universel de correspondance des couleurs. Chaque couleur est liée à un code numéroté afin que la couleur soit toujours la même, contrairement à d'autres systèmes de couleurs. Les couleurs PMS sont intéressantes lorsque vous souhaitez toujours utiliser exactement les mêmes coloris de votre marque pour vos documents imprimés. Envie de vous démarquer d'une manière différente et subtile avec vos imprimés? Optez alors pour un marquage à chaud qui attire l'attention, en ajoutant à l'imprimé une fine pellicule dans des tons métalliques ou holographiques, par exemple. Optez pour un vernis repéré sur certaines parties de vos imprimés, par exemple pour faire ressortir davantage votre logo sur vos cartes de visite. Parmi les autres options figurent encore le pelliculage soft touch, qui donnera à vos imprimés une sensation très tactile, ou encore pour des bords de page colorés. ■

CONSEIL
Dans notre monde débordant de sollicitations visuelles, des finitions raffinées se démarques et un message clair, ainsi qu'une apparence et un toucher attirent l'attention de votre groupe cible. Quel message voulez-vous faire passer à travers vos imprimés?

Belprinto est une plateforme de commande en ligne qui combine les années de savoir-faire et d'expérience de Graphius à un look original et rafraîchissant. Grâce à une offre de plus de 50 variétés de papier et 30 finitions particulières, vous avez accès à 350 millions de configurations de produits possibles, allant des livres luxueux à couverture rigide aux flyers écologiques.
Belprinto.be - @belprinto

BELPRINTO



THE ROLLING STONES: ICONS

Maison de Keith, Sussex, 1970s
Photo © Tony Sanchez

Iconic Images présente de très nombreux photographes de renommée mondiale et leurs archives, et compile un grand nombre de ces images extraordinaires dans de magnifiques livres et autres publications. Parmi celles-ci, la série Icon, dans laquelle différents photographes redonnent vie à des icônes comme David Bowie, ou le livre à paraître en hommage à Prince. Des livres qui sont plus que des clichés, car les images sont accompagnées de souvenirs, d'histoires uniques et de témoignages des photographes. Et qui pourrait mieux se prêter à ce genre d'approche que les Rolling Stones ? Graphius Magazine s'est entretenu avec Carrie Kania, Creative Director & Publishing Director chez Iconic Images, pour en savoir plus sur The Rolling Stones: Icons.

Par où commencer avec un groupe comme les Rolling Stones ?
"Réaliser un livre sur un groupe aussi emblématique et à l'histoire aussi longue, est une tâche pratiquement insurmontable. D'autant plus qu'ils sont toujours en pleine forme: ils sont en tournées et viennent de sortir un nouvel album…"

"Mais nous avons eu de la chance. Nous avons pu commencer par le tout début. Le principal photographe avec lequel nous avons eu le plaisir de travailler était le regretté Terry O'Neill – et Terry avait une chance incroyable, il nous le disait toujours. Alors qu'il était un jeune photographe travaillant pour un journal de Fleet Street, un jour, l'un des rédacteur en chef lui a demandé de se rendre dans un studio d'enregistrement sur Abbey Road. 'Il y a un nouveau groupe. Je veux que tu prennes quelques photos d'eux.' Ce groupe, c'était les Beatles. Les photos de Terry ont été publiées dans le journal et tous les exemplaires se sont vendus. Sa carrière était lancée avant qu'il ne le sache. À cette époque, un autre jeune homme du nom d'Andrew Loog Oldham a appelé Terry. 'Écoute, j'ai un nouveau groupe. Voudrais-tu faire pour eux la même chose que pour les Beatles ?' Terry a répondu, 'C'est que… tu sais… je suis très occupé. Si le groupe peut venir à Soho, je leur ferai visiter les lieux et je les photographierai.' Ce groupe, c'était les Rolling Stones. Les photos prises à Soho ont servi en quelque sorte de point de départ visuel à ce livre. "

Tout paraît si facile et décontracté…
"Tout était bien plus décontracté à l'époque. Nous avions une excellente relation avec un autre photographe, Gered Mankowitz. Gered était dans une situation similaire au début des années 60, juste un jeune type avec son appareil photo, et il a commencé à travailler avec Marianne Faithfull, qui était également dirigée par Andrew Loog Oldham. Donc, à un moment donné, la question s'est posée: ça te dirait de travailler avec mon autre groupe ? Ils s'appellent The Rolling Stones…"

"C'est ainsi que, chez Iconic Images, nous disposons des archives des deux plus importants photographes de musiciens du XXe siècle, Terry O'Neill et Gered Mankowitz, qui ont travaillé avec les Stones au début de leur carrière, de 1963 à 1965. C'est devenu la pierre angulaire du livre. Nous avons construit le reste du livre à partir de ces deux archives."

Les autres photographes travaillaient-ils chez vous ou les avez-vous contactés ?
"Un peu des deux. Nous disposons d'un bon échantillon de photographes-maison. Mais une publication comme celle-ci nous permet de nous tourner vers d'autres photographes que nous apprécions et avec qui nous aimons travailler. Encore une fois, nous avons de la chance que tant de personnes aient été positives à l'idée de travailler avec nous!"

"Je dois aussi mentionner Bill Wyman! Lui, Terry O'Neill et Gered Mankowitz étaient bons amis. Avoir accès aux archives de Bill a été un merveilleux enrichissement pour le livre. Quoi de mieux qu'une photo des Stones prise par l'un d'eux ?"

Quel est le photographe qui vous a le plus impressionné ?
"L'opportunité de travailler avec les archives de Linda McCartney a été vraiment phénoménale. Le travail que nous avons remonte à une époque où elle n'avait aucun lien avec Paul McCartney et les Beatles, et bien avant les Wings. Linda Eastman, le nom sous lequel on la connaissait, était une photographe fantastique. Je ne me souviens pas comment j'ai su qu'elle avait des photos des Rolling Stones, mais j'ai eu l'occasion de parler aux personnes qui représentaient ses archives. Je leur ai dit:'Écoutez, je compose ce livre, et ce serait génial de pouvoir y inclure le travail de Linda.' En tant que photographe,

Baton Rouge, Louisiana, 1975
Photo © Michael Brennan

je pense qu'elle est loin d'être aussi appréciée qu'elle le mérite. Ses photos sont excellentes. C'est probablement l'un de mes chapitres que je préfère, tellement inattendu. C'est la vraie Linda Eastman, Linda la photographe. Et avoir toutes ses photos dans le livre signifiait beaucoup pour moi."

Comment se déroule la sélection des photos ? laissez-vous cette tâche aux photographes, ou leur donnez-vous des consignes ?
"Ce qui rend notre livre Icons vraiment spécial, c'est que nous avons donné carte blanche à chaque photographe pour son propre chapitre. Ils sont libres de choisir les photos. Ensuite, nous les interviewons – nous plongeons dans leurs archives – sur leur travail avec les Stones. Chaque chapitre commence par des souvenirs et des anecdotes uniques, soit sur la façon dont le groupe s'est présenté, soit sur leur carrière et sur la manière dont ils sont devenus photographe. Et je pense que cela rend le tout très authentique."

Êtes-vous parvenus à établir un fil conducteur à travers leur carrière ?
"Quand on fait un livre comme celui-ci, on veut qu'il ait du rythme. De la variété. Une sorte d'équilibre. Un mélange fort de portraits, de photos de scène et du groupe, de coulisse, de travail, et de fun. Nous avons aussi voulu un ouvrage assez chronologique – nous ne revendiquons certes pas d'être la biographie la plus complète, ou la biographie visuelle ultime du groupe, mais l'évolution est bien visible."

"Il y a un vrai charme quand on regarde les photos des débuts. On peut voir la joie presque enfantine sur leurs visages, il y a beaucoup d'espièglerie. On les voit apprendre à être des célébrités. Ils apprennent à poser, individuellement et à poser en groupe. En nous plongeant dans les archives de Terry O'Neill en particulier, nous avons vu qu'ils bougeaient pas mal. Ainsi, sur certains clichés, Brian est au centre. Sur le suivant, il est à gauche. Ils essayaient visiblement de trouver ce qui passait le mieux devant l'objectif. C'est une chance pour nous que des photographes comme Terry O'Neill aient été là, et assez malins pour laisser les garçons faire leurs expériences."

Soho, London 1964
Photo © Terry O Neill

"Au fil du temps, chaque membre du groupe développe son propre style. Les Beatles étaient beaucoup plus concentrés sur le groupe, et portaient presque des uniformes. Mais les Stones étaient plutôt cinq individus avec chacun leur propre style. Charlie Watts est vraiment un English gentleman, un peu plus boutonné. Il y a même une photo géniale où il porte un monocle! Keith était un peu plus sauvage, avec ses écharpes, ses bottes et ses cheveux. Et on peut les voir évoluer au fil du temps, développer leur propre look. Les photographes ont certainement contribué à capturer cette évolution de style."

Et le style des photographes ? Voit-on une évolution là aussi ?
"Avec Terry O'Neill, nous voulions vraiment mettre en valeur quelques-unes des photos les plus anciennes. On voit le groupe marcher, tourner dans Soho avec les valises, jouant. "

"Gered Mankowitz possédait beaucoup d'archives sur les Stones mais, pour son chapitre, j'ai vraiment voulu me concentrer sur le travail en studio. Il était « admis » dans le studio d'enregistrement et a pu suivre tout le cheminement..., ce qui était unique!"

"Par la suite, il y a eu des photographes comme Denis O'Regan, qui étaient déjà des pros reconnus au moment où ils ont travaillé avec les Stones. Cela donne différentes perspectives. En raison de la pression et des foules, les photos prises en extérieur sont plutôt en mode paparazzi."

"Et il y a bien sûr le travail sur scène. Ils sont toujours en tournée, en train de tout donner. Cela se voit vraiment sur la photo. Et c'est à peine croyable. Essayer de capturer tout le groupe sur scène en une fois est un défi, surtout avec Mick qui court partout tout le temps. Mais ils sont cinq, alors on essaie et on arrive finalement à les avoir tous sur la photo. Si vous le considérez sous cet angle, c'est un livre très agréable."

Vous avez travaillé avec Park UK – qui fait partie du Graphius Group – pour l'impression. Ça s'est passé comment ?
"Nous étions enchantés! Enchantés par la qualité de la production, la qualité du livre et le soin apporté à la reproduction de ces images. Nous travaillons avec des négatifs qui datent de 1963, 1964, il faut y penser quand on regarde ces images. La qualité de la production est vraiment essentielle pour un livre comme celui-ci. Je pense qu'ils ont fait un excellent travail. Le livre est vraiment très beau." ■

THE ROLLING STONES: ICONS
- ACC Art Books
- London
- 285 x 326 mm
- 300 p
- Magno Matt 170 g/m²

Ci-dessus: Dans une Rolls Bentley, West Midlands Countryside, 1964
Photo © Michael Ward

Droit: Hyde Park, London, 2013
Photo © Greg Brennan

LES DÉTAILS FONT LA DIFFÉRENCE

Luxe à tous les étages

Les appartements de luxe ne manquent pas à Miami mais rien de comparable à ceux du nouveau Five Park, où les résidents peuvent bénéficier d'une multitude de services, d'équipements et d'avantages appréciables: une vue imprenable sur la ville et la baie, un club de plage privé, des bornes de recharge pour véhicules électriques, un hall d'entrée privé et un porche réservé au stationnement des véhicules, une salle de cinéma, un espace fitness entièrement équipé... C'est l'agence de branding Watson & Co, basée à New York, qui avait la tâche de mettre ce prestigieux projet en valeur, avec le livre Five Park. Et on peut dire que c'est une réussite. En effet, le livre attire immédiatement l'attention grâce à l'impression colorée sur la tranche du livre. La couleur sur la tranche est une finition de luxe courante, mais cet imprimé floral détaillé est vraiment une catégorie à part.

MIAMI BEACH NOW
- Watson & Company
- New York
- 330 x 245 mm
- 264 p
- Munken Polar Smooth Crisp White 175 g/m^2

Ode à l'architecture

"Fragments d'une architecture euphorique" de Matthieu Poitevin met en lumière d'une manière onirique et poétique l'art premier que constitue l'architecture, dans sa dimension absolue de création et dans son rôle politique essentiel. A la fois manifeste et composite, c'est une ode à l'architecture en tant que discipline culturelle susceptible de concerner l'ensemble de l'humanité, à l'heure où près de 85 % de la population vivra bientôt en ville. Ce livre unique témoigne d'un combat de toute une vie, intense, exigeant, sans répit, mais également plein de lumière et de beauté où les textes et les images se répondent, comme dit le poète "dans une profonde unité". Le design du livre, simple en apparence, rappelle la forme d'une brique. Un détail qui, associé à la thématique, participe au message de l'ouvrage.

FRAGMENTS D'UNE ARCHITECTURE EUPHORIQUE
- Respect Media
- Paris
- 90 x 240 mm
- 160 p
- Munken Print White 115 g/m^2

ROBE, PRINTEMPS-ÉTÉ 1937, DENTELLE DE SOIE, TULLE, LONDRES, V&A, T.748 À B-1972, LEGS DE Mme FERN BEDAUX
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of V&A South Kensington

GABRIELLE CHANEL

UN LIVRE À LA HAUTEUR DE L'EXPOSITION AU V&A

La première exposition britannique entièrement consacrée à l'oeuvre de Gabrielle 'Coco' Chanel tient au V&A Museum de Londres. Emma Woodiwiss, responsable de la production a été chargée de retranscrire au mieux toute l'opulence et la puissance de cette exposition dans les pages de l'ouvrage qui lui est consacré, sobrement intitulé Gabrielle Chanel.

Dès que le regard se pose sur la couverture du catalogue de l'exposition Gabrielle Chanel, on sent directement transparaître une élégance, une sophistication et une qualité unique. Comment cet ouvrage a-t-il vu le jour?
Ce fut un processus long et complexe. Nous avons travaillé avec la maquettiste Daniela Rocha, dont est venue l'idée de donner au livre l'apparence d'un produit Chanel. Elle s'est inspirée des emballages de parfum vintage des années 1920 et 1930. En plus de rendre hommage à Chanel – la créatrice *et* la marque – le design du livre devait également présenter une couverture de livre attrayante à la fois pour la boutique du musée et pour le commerce en librairie.

Nous voulions que la couverture n'ait pas seulement un aspect extérieur luxueux, mais qu'elle soit également très agréable au toucher. C'est à ce moment-là que nous avons commencé à envisager l'impression sur tissu. L'équipe de production de Graphius nous a aidés à sélectionner les matériaux, en nous envoyant des échantillons de toile de reliure pré-colorée imprimable de leur fournisseur, Van Heek (Winter & Co). Pour notre premier test d'impression, nous avons choisi un tissu de couleur crème baptisé Brillianta étant donné que notre idée était de reproduire la couleur crème de l'emballage de parfum vintage. Comme cela ne fonctionnait pas, il nous ont suggéré le Brillianta Calandré, un tissu imprimable blanc avec un grain et un tissage plus fins. Mais notre objectif était toujours d'obtenir une teinte crème, donc nous avons appliqué une couleur pantone sur mesure sur le tissu. Le résultat était beaucoup plus net. Et comme nous imprimions la couleur, nous avons pu utiliser la même encre pour les livres brochés et pour les livres cartonnés, afin de conserver un aspect cohérent.

L'impression sur tissu peut s'avérer très compliquée. Le tissu peut absorber trop d'encre et le résultat peut sembler assez terne. C'est pourquoi Graphius a fait imprimer les couvertures en tissu dans son usine ADB à Anvers, spécialisée dans l'impression LED UV. Ce procédé fonctionne particulièrement bien sur les tissus et les papiers non couchés, car l'encre sèche rapidement. Ce qui veut dire que l'encre reste en surface, ce qui évite l'absorption excessive dans le tissu.

Le fond utilisé sur les couvertures avant et arrière du livre est également remarquable.
L'image de fond est un détail de l'une des robes du livre. La robe elle-même est bleue mais nous devions créer un fond neutre en accord avec le design, donc nous avons d'abord tenté de le convertir en niveaux de gris. Nous avions vraiment besoin que le détail des paillettes soit bien rendu, mais avec une encre noire monochrome, cela ne fonctionnait tout simplement pas.

Il a fallu réfléchir à une autre solution. Nous avons décidé de convertir le fond du noir monochrome au noir quadrichromique. Cela a donné une teinte beaucoup plus riche, avec de biens meilleurs résultats à l'impression.

ROBE, PRINTEMPS-ÉTÉ 1939, GROS-GRAIN, MOUSSELINE DE SOIE, LONDRES, V&A, T.32-1978
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of V&A South Kensington

La couverture était prête, donc?
Eh bien… Pas tout à fait. L'objectif de base était d'avoir une couverture avec différentes textures. Il y a un fin liseré noir entre les sequins ou paillettes et la zone de couleur crème. Ce liseré et le lettrage du titre ont été marqués au moyen d'une feuille d'aluminium. Cela ajoute une dimension supplémentaire à la couverture. Au départ, nous avions l'intention d'ajouter une partie embossée mais cela n'a pas fonctionné, donc nous avons laissé tomber l'idée. La phase expérimentale a été longue mais c'était une étape indispensable pour obtenir une couverture qui soit à la fois esthétique et sensorielle. Et il ne s'agissait là que de l'aspect esthétique.

ROBE, 1961, MOUSSELINE DE SOIE, TAFFETAS DE SOIE, LONDRES, V&A, S.1645-2015, DON DU BRITISH FILM INSTITUTE
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London

TAILLEUR, PRINTEMPS-ÉTÉ 1959, LAINE, SOIE IMPRIMÉE, MÉTAL, LONDRES, V&A, T.11 À B-1971
DON DE L'EDUCATIONAL FOUNDATION FOR THE FASHION INDUSTRIES, NEW YORK
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London

PRINTEMPS-ÉTÉ 1923, CRÊPE GEORGETTE BRODÉ, PERLES DE VERRE, FIL DORÉ, LONDRES, V&A, T.86-1974, DON DE L'HONORABLE Mme ANTHONY HENLEY
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London

ROBE, PRINTEMPS-ÉTÉ 1939, GROS-GRAIN, MOUSSELINE DE SOIE, LONDRES, V&A, T.32-1978
Photo : Nicholas Alan Cope / Courtesy of V&A South Kensington

ROBE, AUTOMNE-HIVER 1969, LAINE, SOIE LONDRES, V&A, T.375-2009
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London

ROBE, 1932, CRÊPE DE SOIE, SEQUINS, LONDRES, V&A, T.339-1960, DON DE LOELIA, DUCHESSE DE WESTMINSTER
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London

Nous étions également préoccupés par un tout autre problème. La boutique du musée n'accepte plus de plastique à usage unique, nous ne pouvions donc pas emballer le livre sous film rétractable. Le livre étant recouvert d'un tissu clair, sans vernis ni pelliculage, il était susceptible d'être facilement abimé ou taché. Nous devions donc en assurer la durabilité et ne pas risquer de les endommager. Nous avons donc fait faire plusieurs échantillons, que nous avons manipulés au bureau pour tester et observer leur résistance. Cela s'est bien passé et nous étions heureux de savoir que les livres seraient en bon état dans le point de vente.

Lorsque les catalogues de l'exposition et les produits de merchandising sont présentés côte à côte, l'ensemble est propre et cohérent. Les livres rendent magnifiquement bien dans la boutique de l'exposition, où la lumière naturelle est généreuse. Lorsque vous travaillez avec un design relativement minimaliste comme celui-ci, il est impossible de dissimuler quoi que ce soit, la qualité de la production et le souci du détail sont donc véritablement essentiels.

Comment avez-vous sélectionné les photos à reproduire dans le livre?

La sélection des images pour le livre a fait l'objet d'un long processus de conception et de rédaction. Pour moi, une des particularités les plus appréciables de ce livre, c'est la variété d'images, où se côtoient des images d'archives fascinantes remises dans leur contexte, des détails fantastiques en gros plan et des photos de mannequins en pied.

Les images d'archives rassemblent des croquis, des illustrations et même des publicités qui montrent le vêtement dans son contexte, tels qu'il était porté à l'époque. La qualité de ces images varie beaucoup. Les nouvelles photographies de détails et de mannequins sont l'œuvre du célèbre photographe Nicholas Alan Cope. C'était un vrai plaisir de travailler avec lui. La qualité de la photographie est superbe il y a une cohérence, par exemple dans l'éclairage et les arrière-plans.

Qu'est-ce que cela implique de travailler avec des images de périodes aussi différentes?

Pour les photos d'archives, qui montrent les vêtements tels qu'ils étaient portés à l'époque, il faut viser essentiellement la qualité d'image, pour avoir un rendu correct. À mesure que l'on avance dans le temps, la qualité des photos s'améliore évidemment. Les images d'archives des années 1960 et 1970 étaient globalement de meilleure qualité que les plus anciennes.

Les premières photos ont souvent besoin de retouches et d'un nettoyage, par exemple pour gommer les rayures ou les marques de poussière, et pour équilibrer les couleurs. Nous avons dû retoucher toute une série d'éléments à l'arrière-plan, comme des rideaux ou des éclairages gênants ou à une occasion, un câble qui semblait appartenir à un aspirateur! C'est fascinant ce que l'on peut faire en repro. Pour ce livre, nous avons travaillé avec D.L. Imaging, qui est basé à Londres et qui a réalisé la reproduction de couleur pour de nombreux titres de V&A Publishing au fil des ans.

Les photographies récentes étaient plus faciles à travailler. Cependant, lorsqu'on reproduit des textiles, on note parfois un léger effet moiré, c'est-à-dire que les détails de l'image semblent déformés. Pour ne rien arranger, les soies ont déjà parfois un caractère légèrement moiré. Pour plus de sécurité, je devais vérifier auprès du responsable de l'exposition. L'effet moiré provient-il du tissu ou d'une erreur survenue entre le processus de reproduction de l'image et l'impression?

Pour une des photos, le test d'impression s'était parfaitement déroulé mais au moment de l'impression définitive, on a vu apparaître un effet moiré. Tout cela à cause d'un changement de dimension dans la mise en page. Pour corriger le problème, nous avons dû effectuer un nouveau zoom arrière. Il était important d'obtenir un résultat net et impeccable, particulièrement au niveau des photographies détaillées.

"Pour moi, une des particularités les plus appréciables de ce livre, c'est la variété d'images, où se côtoient des images d'archives fascinantes remises dans leur contexte, des détails fantastiques en gros plan et des photos de mannequins en pied."

Comment s'est passée la transition de l'écran à l'impression?
Dans de nombreux cas, la photo est plutôt dure et sombre, avec des robes sombres sur des mannequins sombres ou des arrière-plans sombres. Elles rendent très bien sur les écrans RVB mais la conversion en CMJN fait inévitablement perdre certains éléments car la palette de couleurs se rétrécit légèrement. Même avec la meilleure photographie, il y a souvent une perte lors du passage de l'écran à l'impression. Pour ces images, nous avons dû les ouvrir légèrement en repro afin de compenser le léger phénomène de saturation inévitable à l'impression.

Nous devions nous assurer que le processus du passage à l'encre et au papier se déroulerait sans accroc. Très tôt, nous avons fait des tests d'impression sur feuille chez Graphius pour nous assurer que les images étaient bien rendues sur le papier. J'inspectais minutieusement autant les arrière-plans que les robes sur les mannequins. L'arrière-plan occupe pas mal d'espace sur la page. S'il glisse un peu plus vers le bleu, le jaune ou le rouge, cela se remarque immédiatement. Cependant, grâce à la cohérence intrinsèque de la photographie, le passage de la reproduction d'image à l'impression s'est fait assez facilement. À l'impression, il a fallu ajuster une seule couleur: le jaune, que nous avons dû atténuer. Nous avons fait ce changement à la première page, et toutes les autres ont ensuite été imprimées avec les mêmes densités.

Nous avons aussi profité des tests d'impression pour choisir le papier. Nous avons testé le Magno Matt, un papier couché standard, et le Magno Volume, qui est également un papier couché mais dont la texture est plus prononcée. Les images plus sombres rendaient bien sur les deux papiers, mais nous préférions le toucher du papier Magno Volume — c'est donc celui-là que nous avons choisi.

Que pensez-vous de votre collaboration avec Graphius?
Nous travaillons avec un réseau de fournisseurs de confiance et, pour ce travail, Graphius a été en mesure d'imprimer avec la qualité requise, pour un prix compétitif à une période où les coûts du papier et des matériaux étaient particulièrement élevés ailleurs, le tout avec d'excellents délais de livraison.

Le planning était un autre facteur important: il s'agit d'une grande exposition, nous devions aussi bien préparer la disponibilité des stocks pour d'éventuelles réimpressions. Graphius était en mesure de nous fournir tous les matériaux nécessaires, nous avions donc l'esprit tranquille.

Ce fut une excellente collaboration, avec de surcroît une visite des presses à la clé. J'ai beaucoup apprécié car cela faisait plusieurs années que je n'avais pas visité d'imprimerie. C'était formidable de travailler avec des conducteurs de presse qui connaissent bien leurs machines, tandis que j'apportais une idée du résultat final souhaité.

La visite comprenait un passage par l'atelier de reliure, qui m'a permis de rafraîchir mes connaissances sur les différentes étapes de la reliure d'un livre. À la différence du numérique, où beaucoup se fait instantanément, cette visite m'a rappelé que relier un livre est un travail complexe, dont chaque étape nécessite une interruption. Même après l'impression, il faut patienter pour laisser sécher les feuilles avant de les plier. En fait, comme il s'agissait d'un tirage important, lorsque j'ai quitté les lieux, l'atelier était rempli de palettes de feuilles imprimées de notre livre, qui attendaient d'être pliées!

Tandis que je déambulais parmi les presses chez Graphius, j'avais le sentiment que nous allions aboutir à un très bel ouvrage. C'était un privilège de participer à la création de ce livre, qui met en valeur la créatrice emblématique et ses créations, et qui reflète parfaitement cette exposition grandiose. ■

Gabrielle Chanel est le livre officiel qui accompagne l'exposition Gabrielle Chanel. Fashion Manifesto au V&A South Kensington à partir du 16 septembre 2023.
- Édité par les curateurs de l'exposition, Oriole Cullen & Connie Karol Burks
- Design par Daniela Rocha
- Photographies récentes par Nicholas Alan Cope
- Reproduction de couleur par D.L. Imaging Ltd, Londres
- Disponible en version brochée et cartonnée
- 288 pages
- 30 x 23 cm
- Édité en anglais, français et allemand

LA BNF:
UNE HISTOIRE DE PLUS DE 750 ANS DE SAVOIRS ET DE CULTURES RASSEMBLÉS DANS LES MURS D'HIER ET D'AUJOURD'HUI…

D'abord Bibliothèque royale, puis Bibliothèque de la Nation et Bibliothèque nationale, la Bibliothèque nationale de France (BnF), comme elle s'appelle depuis 1994, est aujourd'hui la bibliothèque nationale de la République française. Héritière des collections royales constituées depuis la fin du Moyen Âge, elle est l'une des plus anciennes institutions culturelles françaises. Après 12 années de travaux, la maison historique – le site Richelieu – a été entièrement rénovée et modernisée fin 2022. De quoi jeter un coup d'œil à cette vénérable institution dont le service éditorial confie depuis des années nombre de ses ouvrages à Graphius.

Si la Bibliothèque nationale de France (BnF) évoque pour beaucoup d'entre vous les quatre tours ouvertes en forme de livres du site François-Mitterrand, ouvert au public en 1996 dans le 13ème arrondissement de Paris, les origines de cette institution sont bien plus lointaines. Outre le site François-Mitterrand, les activités sont réparties sur d'autres sites, dont le site Richelieu – berceau historique de la BnF depuis le XVIIème siècle – la Bibliothèque de l'Arsenal dans le quartier de la Bastille, la Bibliothèque-musée de l'Opéra, et la Bibliothèque de la Maison Jean-Vilar à Avignon.

La bibliothèque de la royauté et de l'érudition

L'histoire de la BnF est cependant plus ancienne que ses sites actuels et remonte à 1368, lorsque Charles V installe sa collection de livres dans une salle spécialement aménagée du Louvre. C'est là le début d'une tradition que les rois de France vont avoir à cœur de maintenir. En 1537, François 1er introduit le principe obligatoire du dépôt légal, par lequel il enjoint imprimeurs et libraires de déposer à la librairie du château de Blois tout livre imprimé mis en vente dans le royaume. Une étape

fondamentale pour la bibliothèque royale qui, ramenée à Paris dans la seconde moitié du 16ème siècle, va traverser, non sans dommages, les guerres de religion. Mais, c'est à partir de 1666 sous Colbert, qui a pour ambition d'en faire un instrument à la gloire de Louis XIV, que la Bibliothèque va connaître son véritable développement. Il l'installe alors dans le quartier Vivienne – l'actuel site Richelieu – et mène une politique active d'accroissement des collections, multipliant par deux le nombre de manuscrits et par quatre celui des livres imprimés.

Acquisitions, saisies et dons

En quelques décennies, la Bibliothèque s'empare de la première place en Europe. Sous l'impulsion de l'abbé Bignon – nommé bibliothécaire du Roi en 1719 – qui l'organise en départements et poursuit l'œuvre de ses prédécesseurs en matière d'acquisition de documents, elle connaît un éclat sans précédent. C'est également à lui qu'on doit son ouverture au public. Aux encyclopédistes dont Voltaire et Rousseau et autres savants se mêlent désormais aussi les lecteurs lambda et les simples curieux. La Révolution française marque ensuite profondément la Bibliothèque. Pendant cette période, la bibliothèque du Roi, devenue Nationale, accroît considérablement ses fonds grâce à l'arrivée de centaines de milliers de documents confisqués ou saisis, notamment au clergé, mais aussi par l'armée napoléonienne en Belgique, en Allemagne, aux Pays-Bas ou en Italie. Au 19ème siècle, l'entrée en grand nombre des documents due aux confiscations révolutionnaires rend encore plus aigu le manque de place dont souffre alors la Bibliothèque, encore aggravé par des séries de dons exceptionnels, tels que vases antiques, monnaies ou encore les manuscrits de Victor Hugo.

La plus grande et la plus moderne bibliothèque du monde

Au 20ème siècle, l'arrivée de plus en plus massive des collections, ainsi que celle de nouveaux supports – notamment audiovisuels – pose des problèmes de conservation de plus en plus aigus. Le nombre de places offertes aux lecteurs est devenu insuffisant. Confrontée à ces difficultés nées de la croissance de la production imprimée et de la demande culturelle, la Bibliothèque nationale doit opérer une mutation. Les outils informatiques et les progrès des télécommunications renouvellent les moyens donnés à la gestion des collections et à leur repérage. Conjugués à la numérisation des textes et des images, ils enrichissent les pratiques de recherche et de lecture et ouvrent sur la consultation des documents à distance. Le 14 juillet 1988, lors de son traditionnel entretien télévisé de la fête nationale, François Mitterrand, Président de la République, annonce "la construction et l'aménagement de l'une ou de la plus grande et la plus moderne bibliothèque du monde". Le 20 décembre 1996 s'ouvre en bordure de Seine la bibliothèque d'étude du site François-Mitterrand tandis que l'ouverture de la bibliothèque de recherche scelle l'achèvement de ce grand projet en octobre 1998. Outre faciliter et élargir l'accès au savoir, ce nouvel outil allait aussi permettre à la BnF, dès 2010, de rénover le site Richelieu, son berceau historique.

Les enjeux du projet Richelieu

Chantier majeur du ministère de la Culture, la rénovation du site BnF I Richelieu a constitué une occasion unique de transformer et moderniser le berceau historique de la Bibliothèque. Elle a permis de restaurer des bâtiments et des décors exceptionnels, mais aussi de moderniser les espaces et les services offerts aux publics. Si les interventions architecturales passées avaient surtout cherché à densifier les espaces pour conquérir de

"Le 14 juillet 1988, lors de son traditionnel entretien télévisé de la fête nationale, François Mitterrand, Président de la République, annonce 'la construction et l'aménagement de l'une ou de la plus grande et la plus moderne bibliothèque du monde'"

“Plus de 40 millions de documents y sont conservés, principalement sur deux sites: François-Mitterrand pour les imprimés et les documents audiovisuels, et Richelieu pour les collections dites ‘spécialisées’”

nouvelles surfaces, le projet actuel visait au contraire à clarifier, préserver, donner à voir. L’enjeu a donc été de consolider, recomposer et réinterpréter des magasins de conservation, des galeries, des salles de lecture, des rotondes, tout en révélant la splendeur de ces lieux. Offrant désormais une promenade architecturale qui mène du 17ème au 21ème siècle, le site Richelieu conjugue son ancrage pluriséculaire avec le monde contemporain.

Le déménagement du siècle

Douze années ont été nécessaires aux architectes pour repenser, imaginer et finalement transformer la totalité du bâtiment historique, l’objectif étant de préserver le patrimoine original, en y ajoutant une touche de modernité. La rénovation s’est effectuée en deux phases, afin d’assurer la continuité des services proposés aux chercheurs et de garder la Bibliothèque ouverte. La première, de 2011 à 2016, s’est déroulée dans la moitié du bâtiment située le long de la rue de Richelieu et a concerné plus particulièrement la salle Labrouste, les espaces du département des Arts du spectacle et la salle de lecture des Manuscrits. Tandis que la seconde, de 2017 à 2022 dans la moitié est du bâtiment située le long de la rue Vivienne, a concerné près de 28.000 m^2, dont de nombreux espaces emblématiques comme la salle Ovale et trois espaces classés, vestiges du palais Mazarin du 17ème siècle: la galerie Mansart, la chambre de Mazarin et la galerie Mazarin, rare exemple de galerie baroque encore conservée en France. Entre 2010 et 2022, il a donc fallu déménager 42 kilomètres linéaires de documents, répartis dans l’une ou l’autre zone du site ou stockés sur les différents sites de la Bibliothèque.

Pleine identité

Avec la réouverture du site Richelieu en septembre 2022, la BnF a trouvé sa pleine identité, répartie entre les deux rives de la Seine. Plus de 40 millions de documents y sont conservés, principalement sur deux sites: François-Mitterrand pour les imprimés et les documents audiovisuels, et Richelieu pour les collections dites ‘spécialisées’ – manuscrits, dessins, gravures, photographies, estampes, cartes et plans, monnaies et médailles, antiques et bijoux. Pôle d’excellence dédié à l’histoire des arts et aux sciences du patrimoine, le site BnF I Richelieu s’ouvre aussi désormais à tous les publics pour donner à voir l’incroyable richesse des collections de la BnF grâce à une offre culturelle totalement renouvelée. Son musée repensé embrasse toute l’étendue des collections et dévoile près de 900 œuvres, emblématiques des collections constituées au fil des siècles, selon un parcours allant de l’Antiquité à nos jours. ■

CHRISTOPHE GEVERS

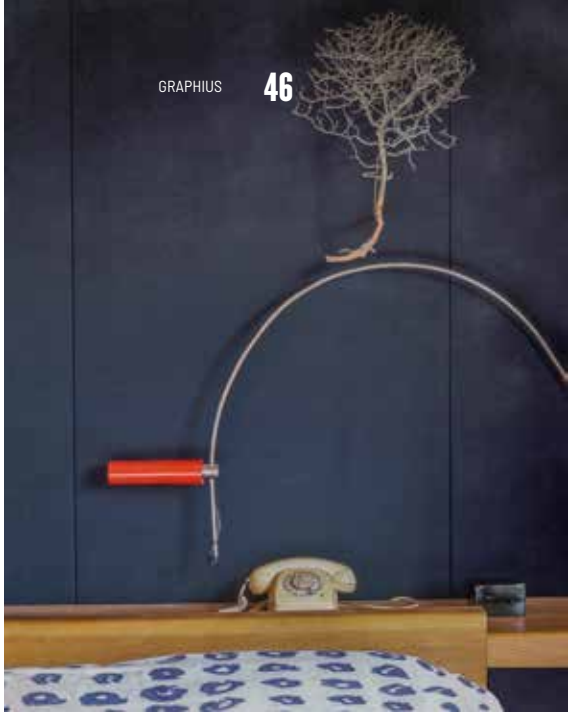
GENIE DISCRET ET MÉCONNU

Jusqu'au 10 mars 2024, le Design Museum Brussels accueille l'exposition 'Christophe Gevers – L'architecture du détail'. Afin de rendre tout l'hommage qu'il mérite à cet architecte d'intérieur, Jean-Pierre Gabriel, photographe et journaliste, vient d'éditer l'ouvrage 'Christophe Gevers', imprimé chez Graphius. Il nous explique qui était ce génie trop méconnu et revient sur la conception de l'ouvrage qu'il vient de lui consacrer...

La Roseraie

Avant de nous pencher sur l'ouvrage consacré à Christophe Gevers, permettez-nous de vous présenter Jean-Pierre Gabriel, un nom peut-être familier pour certains, nombre de ses ouvrages ayant été imprimés chez Graphius. Photographe polyvalent, passionné de jardins, d'architecture et de gastronomie, il a l'art de décrire au mieux avec sa plume et son appareil photo ce qu'il voit et ressent. "Autodidacte, j'ai commencé comme journaliste et comme photographe pour Le Vif et Knack, au départ essentiellement dans le domaine des jardins. Des photos d'architecture dans les jardins à l'architecture et aux intérieurs, il n'y avait qu'un pas, tandis que les natures mortes m'ont amené à explorer la photographie culinaire. Ces trois domaines se sont développés en parallèle, l'un prenant parfois le

Le Coq Aux Champs, Un livre de recettes



Atmosphère de la maison de Christophe Gevers photographiée en 2022

dessus sur l'autre. Des livres comme 'Thaïlande Le Livre de Cuisine' ou 'Le Pain quotidien' m'ont valu plusieurs distinctions internationales et d'entrer dans l'univers des grands chefs du monde entier", explique Jean-Pierre. "S'agissant de la photographie d'intérieur, je dois énormément à Axel Vervoordt dont vous avez parlé dans un récent magazine. Il m'a confié la photographie de ses expositions à Venise, un challenge qui m'a fait grandir et qui m'a aussi permis de réaliser un livre sur le Palais des Doges."

Qui est Christophe Gevers?

Artisan autodidacte, Christophe Gevers (1928-2007) se distingue par l'utilisation de matériaux bruts qui s'embellissent au fil du temps. Adepte du raffinement par la simplicité et l'efficacité qu'il sublime, il a conçu nombre d'aménagements, tant publics que privés, et son audace est toujours d'actualité. Au début des Golden Sixties, la chaise TBA, récompensée par le Signe d'Or en 1959, marquait l'entrée de Christophe Gevers dans le monde du design. Responsable du cours 'Mobilier et Agencement' à l'École de La Cambre, il y partagera son expertise de 1960 à 1992 et y trouvera le vivier de ses collaborateurs.

Un génie méconnu

Mais Christophe Gevers est surtout un personnage discret et assez méconnu. "J'avais eu l'occasion de rencontrer et d'interviewer Christophe Gevers en mai 2002 pour un article paru dans Le Vif et Knack. Même s'il aurait pu se vanter de ses multiples réalisations, depuis le premier Quick situé place Louise jusqu'au centre culturel de Woluwe-Saint-Pierre en passant par le Passage 44 et des établissements Horeca encore accessibles aujourd'hui comme le Vieux Saint Martin ou le Canterbury, c'était un homme humble et discret, préférant me parler de son travail et de sa vision de l'aménagement d'intérieur. À cette époque, je ne me suis nullement rendu compte de l'ampleur de cet artiste", précise Jean-Pierre. "Et je ne suis pas le seul car, en amont de l'exposition 'Christophe Gevers – L'architecture du détail' actuellement visible au Design Museum Brussels, la commissaire de l'exposition Giovanna Massoni a constaté qu'à peine 10% de l'œuvre de Gevers est connue du grand public."

La table basse produite par Be Classics

Le pourquoi de l'ouvrage

"C'est pour rendre hommage à ce génie discret que j'ai poursuivi l'idée de réaliser l'ouvrage 'Christophe Gevers', en l'absence d'un catalogue de cette exposition. Cette monographie se veut avant tout un beau livre d'images, regorgeant notamment d'intérieurs encore jamais vus, agrémenté de textes sous forme de témoignages de sa fille Nathalie, d'anciens étudiants et assistants ou de clients. Je songe par exemple à

> “C’était un des rares architectes d’intérieur capables de plier le fer ou de tourner le bois, bref un artisan ou un ‘maker’ avant l’heure…”

Philippe Niels avec lequel il a collaboré étroitement durant 40 ans.”

Homme spécial et artisan

“Christophe Gevers était perçu comme un homme spécial, car il avait du caractère, de la personnalité… Lorsqu’on lui confiait un projet, il développait celui-ci en réalisant une maquette incroyable de précision. Avec celle-ci, il allait voir le client et c’était en général ‘à prendre ou à laisser’. Possédant son propre atelier de menuiserie et ferronnerie, outre les maquettes, il réalisait lui-même les objets qu’on retrouve dans ses concepts. C’était un des rares architectes d’intérieur capables de plier le fer ou de tourner le bois, bref un artisan ou un ‘maker’ avant l’heure…”

Important travail de journalisme

“La principale difficulté lors de l’élaboration de cet ouvrage concerne l’ampleur du travail de journalisme et de mémoire. Au départ des réalisations connues de Gevers et sur les conseils de ses proches et clients, les portes ont commencé à s’ouvrir. Chacune d’elles a permis d’en ouvrir une autre, et ainsi de suite. Un travail passionnant car il m’a permis d’en apprendre davantage sur cet homme qui se définissait comme un sculpteur d’intérieurs.”

Imprimer en Belgique

Ce livre, comme plusieurs autres, a été imprimé chez Graphius. “En effet, nombre de mes livres comme Le Chant du Pain, Les Essentiels de la Cuisine Contemporaine, les ouvrages de restaurants comme Arabelle, ma Cuisine intuitive, Le Coq aux Champs ou la Roseraie ont été imprimés chez Graphius – ou chez Dereume et Cassochrome qui font désormais partie du Groupe Graphius. J’ai toujours mis un point d’honneur à imprimer en Belgique. Je n’ai rien contre l’étranger, mais je me suis toujours dit: si j’ai la chance d’avoir du travail dans mon pays, il faut que j’en donne aussi aux autres. Et cela même si je sais que certains de mes éditeurs internationaux impriment en Chine, entre autres. La cerise sur le gâteau: pouvoir bénéficier de la connaissance des gens de métier. Vous avez fait de votre mieux pour les photos et les textes ; le graphiste apporte sa lecture et son éclairage. Chez l’imprimeur, des experts attirent votre attention sur des détails, balancent les couleurs. C’est là toute la richesse des contacts avec des professionnels amoureux du bel ouvrage”, conclut Jean-Pierre Gabriel. ■

CHRISTOPHE GEVERS
- Creative Communication
- Bruxelles
- 220 x 280 mm
- 240 p
- Magno Volume 150 g/m

Escalier, Restaurant Canterbury Ixelles (1992)
Sculpture (bois) de Nicolas Alquin

LA GREFFE CONTEMPORAINE,
UN TRAIT D'UNION ENTRE PASSÉ ET PRÉSENT

En 2023, l'agence Wilmotte & Associés, classée à une honorable 52ème place parmi les 100 meilleures agences d'architecture au monde par le magazine britannique Building Design, a publié deux ouvrages aux éditions Skira. Le catalogue raisonné 'Design' rassemble 1.568 commentaires sur le processus créatif à la fois prolifique et unique de l'architecte et designer Jean-Michel Wilmotte dans les domaines du mobilier, des luminaires, du textile et des objets depuis plus de 45 ans. Quant à 'Murano', il s'agit d'une monographie consacrée à son œuvre réalisée en verre de Murano...

©Patrick TOURNEBOEUF

Architecte, urbaniste et designer Jean-Michel Wilmotte (né en 1948) a créé sa propre agence à Paris en 1975. Homme de culture, il affectionne tout particulièrement les projets liés aux transformations contemporaines et à la conception des espaces culturels et muséographiques. En presque cinquante ans, il n'a cessé de développer et diversifier ses activités et son expertise, en se concentrant sur l'architecture et l'urbanisme à grande échelle. Parmi les nombreuses réalisations de Wilmotte & Associés figurent notamment le Grand Palais Ephémère et l'hôtel 5 étoiles Lutetia à Paris, mais aussi les sièges londoniens de Google et de JCDecaux ou encore la Maison des Nations Unies à Diamniadio au Sénégal. Actuellement, l'agence d'architecture travaille entre autres sur la Gare d'Austerlitz à Paris, le siège d'ArcelorMittal à Luxembourg-ville ou encore le futur Centre Pompidou à Séoul en Corée du Sud…

Wilmotte comprend deux divisions, Wilmotte & Associés architecture et Wilmotte & Industries design, et est reputé pour l'éclectisme et la qualité de son travail. A travers nos questions, Jean-Michel Wilmotte présente ci-après sa vision de l'architecture et du design et revient pour nous sur les ouvrages 'Design' et 'Murano' publiés cette année…

Quelle est votre philosophie en matière d'architecture et comment peut-on décrire la 'griffe' Wilmotte?
"En tant qu'architecte, il est fondamental pour moi de concevoir des lieux dans lesquels on se sente bien. Cela veut dire, concrètement, imaginer des lieux intemporels dans lesquels la lumière pénètre naturellement. Mais aussi utiliser des belles matières, qui se patinent avec le temps, et organiser la transparence de l'espace de manière à créer des lignes de fuite pour l'oeil. Notre architecture se caractérise par des lignes sobres et élégantes, avec un très grand souci du détail et de la qualité. Il est important pour moi que les bâtiments vieillissent bien."

Dans quels segments votre bureau d'architecture est-il spécialisé?
"Notre spécialité, c'est de ne pas en avoir! Tous les sujets nous intéressent: c'est une façon de stimuler notre curiosité et de maintenir notre capacité créatrice en alerte. Nous sommes structurés autour de cinq grands départements qui reprennent nos principaux savoir-faire: l'architecture, l'architecture intérieure, la muséographie, l'aménagement urbain et l'urbanisme, et le design… et nous sommes également très forts dans la rénovation de bâtiments anciens pour leur donner une nouvelle vie. C'est ainsi que nous avons développé le concept de la 'greffe contemporaine' qui consiste à préserver tout ou partie de l'édifice en lui adjoignant des parties contemporaines nécessaires à sa nouvelle utilisation."

"En tant qu'architecte, il est fondamental pour moi de concevoir des lieux dans lesquels on se sente bien."

“Il est important pour moi que les bâtiments vieillissent bien.”

©Rodolphe Escher

Quels sont les projets dont vous êtes le plus fier et pour quelles raisons?
“Je suis particulièrement fier des domaines viticoles que nous avons réalisés (Château Cos D’estournel, Château Pédesclaux, Château Mentone, champagne Laurent Perrier…): j’aime le vin et ses terroirs qui font profondément partie de notre patrimoine… Construire un cuvier, concevoir un chai, c’est associer et fusionner des compétences, des techniques et des savoir-faire. Les projets de musées me tiennent aussi beaucoup à cœur. Concevoir un parcours muséographique, c’est décrypter une société, une culture, pour la faire connaître et l’expliquer au plus grand nombre…”

Comment la greffe contemporaine forme-t-elle le trait d’union entre le passé et le présent?
“En s’inscrivant dans la contemporanéité et en refusant la caricature, la greffe constitue une intervention qui met en valeur le passé du bâtiment. Elle le fait dans un enrichissement mutuel: il s’agit d’orchestrer la rencontre – le mariage – entre deux époques. Le choix des matériaux joue un rôle important dans ce dialogue entre le passé et le présent. Dans la vieille Europe où l’on ne trouve plus beaucoup de terrains à bâtir au cœur des villes, la greffe devient un enjeu important dans le réaménagement des centres historiques.”

Quels sont les principaux défis auxquels les architectes sont aujourd’hui confrontés?
“Le plus difficile pour les architectes aujourd’hui est d’obtenir des permis de construire, de maîtriser les budgets et de construire dans les délais impartis! C’est un combat quotidien fait de démarches et bagarres administratives. La conception est malheureusement devenue une toute petite partie du métier. Le budget – toujours revu à la baisse – devient le premier ennemi de la qualité. Les règlementations et les normes créent des contraintes qui finissent par devenir des freins à la qualité et à la réflexion. Pour cette raison, l’ouverture à l’étranger est plus que jamais nécessaire.”

Dans le domaine du design plus précisément, existe-t-il un fil conducteur ou une philosophie sous-jacente dans vos créations?
“Si Wilmotte & Industries, notre studio design, peut dessiner ou redessiner n’importe quel objet, c’est toujours avec le souci de sa composition ‘architecturale’: hiérarchiser les éléments qui composent l’objet et organiser les tensions entre ces différentes parties. Cette clarification formelle rend les objets ‘lisibles’, logiques, épurés… Simplifier la forme pour en faciliter l’usage. Le design est un véritable laboratoire de recherche qui permet de réaliser à petite échelle ce que nous réalisons ensuite à l’échelle de l’architecture.”

Quelles sont vos thématiques et sources d’inspiration de prédilection?
“Je suis d’un naturel très curieux, et je voyage énormément, en France et à l’étranger… Mon regard est constamment en alerte, excité

par le spectacle de la rue, la variété des lieux que je fréquente, la nature aussi… Ce mouvement permanent, cette multiplication des sensations, excite mon imagination et m'inspire… Les musées d'art contemporain que je fréquente beaucoup forment également une grande source d'inspiration."

Quelles sont les créations en matière de design dont vous êtes le plus fier et pour quelles raisons?

"Je suis très fier du mobilier de mouvement que nous avons conçu au début des années 1990, comme le meuble de rangement Roller Box, la table basse Roller Glass, etc. Ils représentent à mes yeux un aboutissement formel en terme de technique d'assemblage, de matériaux utilisés, de sophistication de la finition, de mise en scène des éléments mécaniques propres au mouvement, et de minimalisme des formes."

Comment présenteriez-vous les ouvrages 'Design' et 'Murano'?

"Bien que ces deux ouvrages soient consacrés à mon travail de designer, ils sont très différents. 'Design' est un recueil qui présente toutes nos créations depuis mes débuts vers 1975, avec des descriptions très précises et une analyse de l'historienne du design Anne Bony. Tandis que 'Murano' présente en images et en grand format notre toute dernière collection de vases et luminaires dessinés pour les verriers de Murano. L'un fait 720 pages tandis que l'autre, 'seulement' 168… Ce n'est pas du tout le même travail, et ils ne s'adressent pas au même public. Si le catalogue 'Design' s'adresse avant tout aux collectionneurs, experts et marchands d'objets de design, 'Murano' présente un lectorat plus 'ouvert' et intéressera autant les amateurs d'objets en verre que les amoureux de Venise."

Comment conçoit-on ce genre d'ouvrages?

"Le catalogue ou recueil 'Design' est le fruit d'un travail de très longue haleine qui a commencé bien avant notre rencontre avec l'éditeur. Il nous a fallu plus d'une dizaine d'années pour retrouver, répertorier, inventorier et faire photographier les plus de 1.500 objets qui ont été publiés… Une fois ce travail bien avancé, nous avons réfléchi à la forme du livre et c'est là que le dialogue avec l'éditeur a été important pour rationaliser les choix. La plus grande difficulté de ce type d'ouvrage est la quantité d'information à gérer: plus de 1.500 photographies, et plus de 500.000 signes dans chacune des deux langues (français et anglais)… La mise en page a été très difficile pour les graphistes: il fallait créer des dialogues formels entre les images. Et le travail de relecture et de vérification a été colossal. Le livre sur Murano nous a ensuite paru très facile à faire… Même si nous avons eu moins de six mois pour le produire. Heureusement, l'éditeur a été très réactif."

Quels sont les points de convergence entre la conception de catalogues et la conception en architecture ou le design d'objets?

"Dans les deux cas, il s'agit de créer des projets pour lesquels il faut maitriser un calendrier: les éditeurs ont des 'saisons' pour sortir les livres, et il faut être dans les temps. Mais plus fondamentalement, le point commun réside dans le travail de composition. Si une façade doit être belle, harmonieuse, bien composée – ce qui est également vrai pour

> "Le design est un véritable laboratoire de recherche qui permet de réaliser à petite échelle ce que nous réalisons ensuite à l'échelle de l'architecture."

©Slowphoto.studio

une poignée de porte par exemple -, un livre doit l'être aussi. Il faut que le rapport entre son format et son épaisseur soit équilibré, que l'on éprouve du plaisir à le prendre en main, que la présentation graphique soit élégante, les images percutantes et le propos clair… C'est toujours la même recherche de la beauté."

Avez-vous d'autres projets d'ouvrages?

"Oui, nous avons toujours au moins deux à trois projets d'édition de livres par an, gérés en interne par une équipe spécialisée. Le livre est très important pour moi, surtout à l'ère du tout numérique. C'est une manière de pérenniser nos plus belles réalisations, de construire une histoire et un objet – le livre – autour du projet."

Depuis quand faites-vous éditer des ouvrages chez Skira?

"Le premier livre né de cette collaboration – consacré à nos projets muséographiques – est paru en janvier 2021. Nous partageons la même exigence quant à la qualité, et l'expertise de Skira en matière de livre d'art est tout à fait conforme à ma vision du livre dans laquelle l'image est reine… Il y a toujours un très grand soin apporté à la reproduction des photographies", conclut Jean-Michel Wilmotte.

Un travail hors-norme

Pour la maison d'édition Skira également, éditer un tel répertoire bilingue de 720 pages et plus de 2.000 reproductions s'est avéré un travail hors-norme. Il est primordial qu'une confiance sans faille s'établisse entre les différents intervenants. "Outre le besoin de soutien pendant les quelques dix années nécessaires à la réalisation d'un catalogue d'inventaire aussi complet, la complexité du processus de publication repose également sur le fait qu'un catalogue d'inventaire est un travail hautement scientifique et très technique. Il faut pouvoir y trouver des informations très rapidement, car c'est un outil de travail pour les chercheurs, les scientifiques, les maisons de vente… qui authentifient les œuvres qu'il contient", précise Nathalie Prat, Publishing Manager chez Skira Paris. "Par ailleurs, cet ouvrage étant destiné à graviter dans la sphère du design, il y avait également une volonté, tant de Skira qui édite des beaux livres que du Studio Wilmotte, de donner à cet ouvrage une dimension esthétique. D'où l'idée d'un motif jaspé de deux couleurs différentes sur la tranche, donnant au livre un aspect architectural, un clin d'œil à l'autre métier de Jean-Michel Wilmotte…"

Un double jaspe

"En fait, on peut même parler d'un double jaspe. Il y a une première tranche centrale en 'bleu Wilmotte' pour la partie catalogue d'inventaire, qui répertorie de façon chronologique année par année tous les meubles édités par le Studio Wilmotte et une deuxième tranche noire sur une trentaine de pages pour la partie reprenant les photos historiques. Le reste de la tranche en blanc couvre la partie texte avec un essai et une interview sur Jean-Michel Wilmotte ainsi qu'un portfolio de ses meubles décryptant son langage de designer et son vocabulaire (formes, tensions, rythmes, détails). Nous avons donc utilisé l'effet jaspé, c'est-à-dire un élément technique d'embellissement, en le rapprochant de l'esprit de Jean-Michel Wilmotte par la couleur et par la forme. Et le résultat fait de cet ouvrage un livre hors norme et un très bel objet", conclut Nathalie Prat. ■

MURANO
- Skira
- Paris
- 280 x 300 mm
- 168 p
- Magno Volume 150 g/m²

DESIGN
- Skira
- Paris
- 240 x 280 mm
- 720 p
- Magno Volume 130 g/m²

LE PASSÉ, LE PRÉSENT ET L'AVENIR DES PROGRAMMES DE MATCH DE FOOTBALL

Il y avait un sentiment d'urgence lorsque l'agence de design sportif Twelfth Man a contacté Park, qui fait partie de Graphius Group. L'agence souhaitait que les brochures des programmations des quatre finales de Coupe d'Europe de l'UEFA soient imprimées, reliées et prêtes à être distribuées en Europe et au Royaume-Uni en seulement cinq jours. Cela pose-t-il un problème? Absolument pas. Tout s'est déroulé sans problème. Expédiés au-delà des frontières depuis les sites d'impression de Graphius dans plusieurs pays, les programmes sont arrivés dans les stades bien avant le coup d'envoi. Cette commande a incité *Graphius Magazine* à s'entretenir avec Michael Harrold, rédacteur en chef des programmes des finales chez Twelfth Man, pour aborder le passé, le présent et l'avenir des programmes de match de football.

Le passé

Les premiers programmes de match de football ont été imprimés dans les années 1880. Sous la forme d'une simple feuille de papier ou d'une carte qui présentait les compositions des équipes et la date du match. Ils couvraient les matchs se jouant au Royaume-Uni. Ils ne coutaient qu'un penny et étaient destinés à aider les supporters à noter l'évolution du score tout en regardant le match.

Dans les années 1920, les clubs se sont mis à produire eux-mêmes leurs programmes, avec des images sur les couvertures spécialement destinées à attirer l'attention de leurs supporters. Ces programmes étaient parfaits pour diffuser des nouvelles, célébrer les victoires ou aider les supporters à passer à autre chose après une défaite. En l'espace de quelques années, les programmes se sont étoffés et comptaient de 4 à 8 pages.

Les programmes des matchs importants et, en particulier, des finales sont devenues de véritables œuvres d'art. Ils bénéficiaient d'un design particulier, avec des images plus sophistiquées que les programmes des matchs ordinaires. Avec le recul, il est clair que le design des couvertures reflétait les styles et modes de l'époque. Les programmes des finales de la fin des années 1920 et du début des années 1930, par exemple, ont un aspect art déco caractéristique de l'époque.

La popularité du football a explosé après la fin de la Seconde Guerre mondiale avec un nombre considérable de spectateurs à chaque match. Cependant, en raison du rationnement du papier, les programmes sont devenus majoritairement ternes, imprimés sans couleur sur du papier de piètre qualité.

Leur qualité s'est lentement améliorée au cours des années 1950. Dans les années 1960, les programmes ont commencé à intégrer des photos et davantage d'informations, les pages sont désormais rehaussées de couleurs vives. Les prix ont également augmenté. La popularité des programmes a conduit à la parution de programmes pirates, en particulier pour les grands matchs et, bien évidemment, pour les matchs des finales.

Des brochures agrafées au format poche ont également commencé à voir le jour, de même que des programmes plus grands, au format journal. Grâce à l'utilisation de la technique de la piqûre à cheval pour la reliure, les gens ont commencé à conserver les programmes comme souvenirs.

"Le format des programmes était familier et facilement reconnaissable, quelle que soit l'équipe que vous alliez voir", explique Michael Harrold. "On y retrouvait les mots de l'entraîneur et du capitaine, le bilan du dernier match, les statistiques au dos (que j'adorais), ainsi que le calendrier complet, les résultats, les compositions et les buteurs des matchs déjà joués."

Le présent

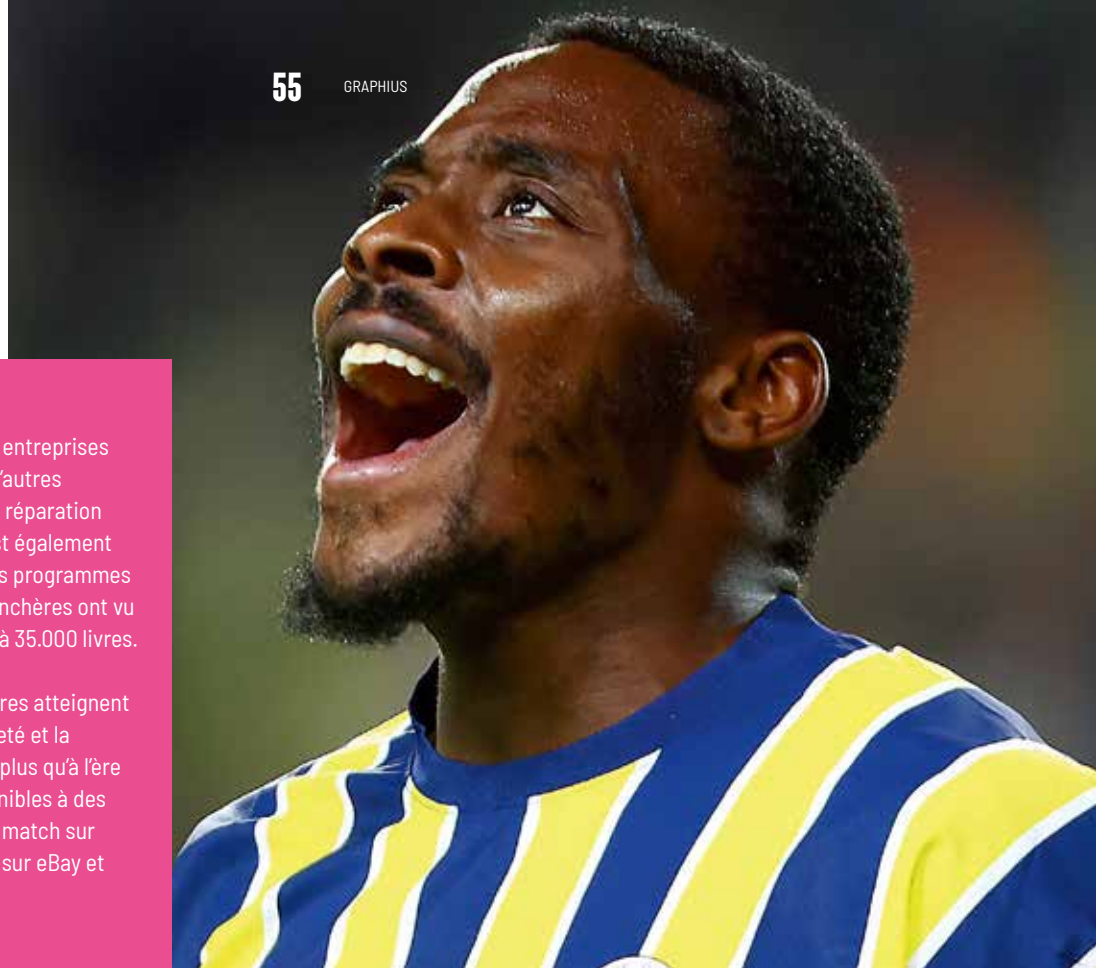
Le rôle des programmes est en train de changer. Alors qu'ils incluaient autrefois des nouvelles et des mises à jour des compositions, il est devenu beaucoup plus facile de publier ces informations sur les réseaux sociaux. Au lieu de cela, les programmes modernes se concentrent sur des sujets plus précis, avec des histoires sur les grandes équipes, les joueurs célèbres et les matchs mémorables. Les informations et la richesse des statistiques ont également changé, car elles reflètent l'évolution des centres d'intérêt et l'incroyable niveau de connaissance et d'engagement des supporters.

Alors que les billets étaient jadis souvent conservés comme souvenirs, ils sont aujourd'hui presque exclusivement numériques. Par conséquent les programmes papier imprimés sont plus importants que jamais. Ils constituent une forme de souvenir et font désormais partie intégrante de la tradition d'assister

Le ressenti du programme

"Les programmes faisaient partie de mon ressenti des jours de match", explique Michael Harrold de Twelfth Man. "S'arrêter pour acheter le programme à l'extérieur du stade, voire même faire la file pour en obtenir un, faisait partie de l'excitation. Je les ai encore tous – des souvenirs de matchs dont j'ai oublié les détails depuis longtemps, mais qui me ramènent directement à ces moments précieux: le déplacement pour se rendre au stade, l'endroit de la tribune où nous nous tenions, ou encore l'odeur de la roulotte à hamburgers...

Les publicités rendent hommage à des entreprises qui n'existent plus que dans nos souvenirs, font parfois référence à des emplois qui donneraient des sueurs froides aux spécialistes modernes de la santé et de sécurité, ou nous laissent bouche-bée en nous rappelant que l'achat d'une maison neuve ne coûtait autrefois que quelques milliers de livres."



Collectionner les programmes

Aujourd'hui, il existe des sites web et des entreprises dédiés à la collection des programmes. D'autres associations se sont spécialisées dans la réparation des programmes endommagés. Ce qui est également compréhensible, car la valeur des anciens programmes a littéralement explosé. Des ventes aux enchères ont vu certains programmes uniques se vendre à 35.000 livres.

Cependant, seuls les programmes très rares atteignent de tels prix. L'âge joue un rôle dans la rareté et la valeur de certains programmes, d'autant plus qu'à l'ère d'Internet, les programmes restent disponibles à des prix standard longtemps après la fin d'un match sur un certain nombre de sites web officiels, sur eBay et d'autres plateformes spécifiques.

à un match. Imprimés sous forme de livres épais et luxueux, les programmes modernes débordent d'anecdotes et de photos en haute résolution. Clairement conçus et imprimés pour la postérité. Il n'est pas rare que les supporters achètent deux exemplaires d'un programme, l'un pour le lire et prendre des notes, l'autre pour le conserver en parfait état pour leur collection.

Les supporters sont tellement déterminés à les posséder, que les programmes ne sont plus seulement disponibles les jours de match dans les stades, mais sont désormais envoyés par courrier aux abonnés, peuvent être achetés auprès des clubs, commandés sur des sites web spécifiques et sont même disponibles en téléchargement numérique.

"Le siège de l'UEFA en Suisse abrite une salle de conférence où toutes les couvertures des programmes des Coupes d'Europe depuis les années 1950 sont encadrées au mur", explique Michael Harrold. "Cela montre à quel point ces programmes sont appréciés, même en cette ère du contenu numérique."

L'avenir

Les programmes sont désormais disponibles en version numérique gratuite. On craint qu'ils ne deviennent à l'avenir les seules versions produites pour les matchs de la saison régulière, mais les versions papier se vendent encore et toujours, dans 90% des cas, jusqu'à épuisement des stocks.

"Nous produisons des versions numériques de nos programmes des finales, mais les gens veulent vraiment la version papier", explique Michael Harrold. "C'est compréhensible. Il n'y a rien de mieux que feuilleter les pages d'un magazine, plutôt que coller son visage à un écran. Il y a assurément une place pour les programmes pour les gros matchs comme les finales de Coupes d'Europe de l'UEFA. Ce sont des souvenirs, des rappels d'un grand jour dans la vie de tout supporter. J'espère qu'il en sera toujours ainsi."

Les délais d'impression et de livraison de cinq jours auxquels Graphius a été confronté pour les programmes des finales de Coupe d'Europe de l'UEFA cette année attestent de cette importance. Vous pouvez donc être rassurés, les programmes riches en contenus percutants sont encore promis à un bel avenir. ■

UEFA PROGRAMME BOOKLETS
- TwelfthMan
- Park Communications
- London
- 276 x 216mm
- Magno Satin

LA VERBEKE FOUNDATION

Un havre de paix au croisement de l'art, de la nature et de la science

Quiconque a déjà emprunté l'E34 d'Anvers à Knokke – ou dans l'autre sens –aura assurément remarqué que quelque chose de spécial se trame à hauteur de Stekene. Suivant le sens dans lequel vous roulez, votre regard sera attiré vers la gauche ou vers la droite: un gigantesque hélicoptère, presque perdu au bord de la route, ne manquera en effet pas de capter votre attention. Un tire-l'œil plutôt particulier. Il s'agit d'une des acquisitions les plus récentes de la Verbeke Foundation, le musée peut-être le plus singulier d'Europe.

La plupart du temps, les autoroutes s'apparentent à des sections de béton ennuyeuses, des couloirs ouverts par lesquels des milliers de voitures relient chaque jour un point à un autre. En empruntant les 'chaussées' flamandes, vous verrez rarement quelque chose d'intéressant à gauche et à droite. Des maisons, de nombreuses constructions linéaires, des industries, des grandes entreprises, etc. Rien de tout cela à Kemzeke, où est située la Verbeke Foundation.

Avant de nous engager dans l'allée du musée par une froide matinée d'octobre sous la bruine, nous nous sommes déjà sentis accueillis par un troupeau d'éléphants errants. Il s'agit de l'œuvre d'art ('You Can Buy My Heart And My Soul') de l'artiste sud-africain Andries Botha: neuf animaux imposants faits de bois et de matériaux recyclés qui plongent directement les visiteurs dans un monde presque magico-réaliste. Car c'est précisément ce qu'est la Verbeke Foundation: un lieu qui invite à rêver, qui plonge les visiteurs dans un monde où rien n'est ce qu'il semble être, et où l'art tantôt apaise, tantôt saisit. Ou tantôt irrite. Détail marquant: la Verbeke Foundation fonctionne sans subventions.

Avant même de pénétrer dans la magnifique Orangerie, où nous avions rendez-vous avec Tineke Schuurmans, curatrice et responsable communication, nous sommes déjà allés de surprise en surprise. D'abord les éléphants, puis un totem McDonald's, une gigantesque passerelle depuis le port d'Anvers (une œuvre en cours, ndlr.) et une impressionnante installation de conteneurs avec l'inscription 'Unesco Werelderfgoed pending' (en attente d'enregistrement au patrimoine mondial de l'Unesco, ndlr.). Ce qui frappe immédiatement au niveau du site, c'est sa grandeur, et pas seulement en termes de superficie. Une grandeur que respirent également les œuvres d'art.

"Tout à fait", déclare Tineke Schuurmans, curatrice et responsable communication de la Fondation depuis de nombreuses années. "Geert Verbeke a un faible pour les choses 'en grand'. C'est une réminiscence de son passé dans le secteur des transports. Avant que Geert et son épouse Carla ne créent la Verbeke Foundation, leur entreprise de transport était située ici. Mais avant cela encore, Geert exploitait un élevage de 20.000 poules. Il est passé de la poule à l'art, par le biais de la logistique. À l'âge de cinquante ans, il a revendu son entreprise, ce qui lui a permis, ainsi qu'à Carla, de se consacrer à leur autre passion: l'art. Geert a toujours eu une grande admiration pour les artistes et leur regard sur le monde. Lorsqu'il a revendu son entreprise, libérant ainsi 12 hectares de terrain, il a décidé de dédier cet espace entièrement à l'art. À l'époque, il était déjà en contact avec un artiste dont il transportait les œuvres, et c'est grâce à cette connaissance qui tout s'est mis en marche. Geert et Carla avaient déjà accumulé des œuvres d'art durant les années qui ont précédé la vente. Aujourd'hui, la Verbeke Foundation constitue non seulement un musée (en plein air), mais aussi un sanctuaire pour les artistes confirmés et les jeunes artistes, un espace événementiel et où il est possible de loger."

C'est un endroit très spécial. Unique en son genre. Je ne sais pas si d'autres endroits en Europe dégagent la même atmosphère. Peut-être que la ville libre de Christiania au Danemark ou la maison d'art berlinoise Tacheles s'en rapprochent...

"Peut-être, en effet. Avant de créer ce musée, Geert et Carla ont sillonné l'Europe pour faire le plein d'inspiration. En tant qu'anarchiste-dadaïste convaincu, Geert voulait créer un musée qui ne ressemblerait à aucun autre musée qu'il connaissait. Celui-ci devait être très accessible, pour tous. Dans leur quête, ils ont par exemple visité le Museum Insel Hombroich, près de Düsseldorf. Ainsi

Verbeke Foundation, Denis Oudendijk (NL 1967) Capsule Hotel, 2007 ©Tineke Schuurmans

Haut de page:
Will Beckers
(NL 1967),
Recover Out,
2011 ongoing
©Tineke Schuurmans

En haut à droite:
Andreas Botha
(ZA 1952), You can
buy my heart and soul
(olifanten), 2006
©Tineke Schuurmans

En bas à droite:
15 ans, mur avec
collages de sa propre
collection, 2022

que le Museo Vostell à Malpartida, en Espagne. En collaboration avec le bio-artiste néerlandais Martin uit den Boogaard – avec qui Geert s'était lié d'amitié à l'époque –, ils ont étudié la meilleure façon de transformer ce lieu en musée. L'ancien entrepôt a été transformé en espace muséal, contre lequel ont été construites deux serres. Tandis que le poulailler d'élevage s'est mué en espace dédié aux collages et sur l'ancien champ de maïs ont été plantés pas moins de 750 arbres. Le reste des 12 hectares de terrain a été rendu à la nature. Et les terres provenant du creusement du plan d'eau ont été utilisées pour aménager le talus qui sépare le site de l'autoroute."

La nature joue ici un rôle très actif et fait souvent partie des installations proprement dites.

"Certainement. Le grand amour de Geert pour la nature se reflète dans toute la philosophie de la Verbeke Foundation, et souvent dans les œuvres d'art ou les installations. Prenons par exemple 'Koe', l'œuvre de Martin uit den Boogaard, par laquelle l'artiste montre au public le processus de décomposition des parties non-consommables d'une vache abattue. Uit den Boogaard a placé la tête, la queue, les pattes et les tripes d'une vache dans des cubes de verre distincts, scellés hermétiquement, afin que le processus soit plus lent. Beaucoup de gens détournent le regard, mais c'est une œuvre fascinante. Cela montre que la mort n'est pas le point final, mais que les forces continuent à travailler même une fois que la vie s'achève. Dans une autre œuvre par exemple, il a fixé des électrodes à un animal mort et à un doigt humain, mis à disposition par un ami artiste. L'énergie libérée durant le processus de décomposition a été convertie en image et en son via ces électrodes. Des œuvres très intéressantes, avec lesquelles l'artiste interpelle le spectateur et le met parfois mal à l'aise. C'est aussi le genre d'art avec lequel j'ai le plus d'affinités. Pour moi, l'art peut interpeler, déranger, irriter."

Des collages pour enfants

Contrairement aux visiteurs dans les musées plus traditionnels, à la Verbeke Foundation, les gens peuvent déambuler librement. Il n'y a pas de préposés qui les surveillent. L'art est libre, tout comme les visiteurs.

"En effet. C'est là un des principes de base de la Fondation: pas de préposés. Les gens peuvent se déplacer librement, déambuler ou se perdre pendant des heures parmi les œuvres d'art. Il s'agit aussi d'un grand terrain de découverte pour les enfants, où ils peuvent être libres. Ici, pour ainsi dire pas de visite guidée, ils peuvent découvrir par eux-mêmes ce qu'ils trouvent intéressant et ce avec quoi ils ont des affinités. Cet

> "Les gens peuvent se déplacer librement, déambuler ou se perdre pendant des heures parmi les œuvres d'art."

étonnement chez les enfants, cet abandon à et cette acceptation de ce qu'ils voient sont tout simplement magnifiques. Et souvent, les enfants perçoivent l'art avec des yeux différents de ceux des adultes, avec encore plus d'émerveillement."

Si j'étais un enfant, je pourrais passer des heures ici. Il y a quelque chose à voir partout. On peut ici admirer l'œuvre 'Journey to the stars' signée Panamerenko, s'installer entre deux bosses d'un chameau ou encore passer la nuit dans l'installation CasAnus, une réplique géante d'une partie du système digestif humain, le côlon…
"C'est vrai, mais ce qui fait la réputation de la Verbeke Foundation, c'est sa grande collection de collages. Les collectionneurs qui se sont autant concentrés sur cette discipline sont peu nombreux. La Verbeke Foundation peut aujourd'hui se targuer de posséder une très vaste collection de 7.000 pièces, d'artistes très divers. Parmi les noms très importants pour Geert Verbeke, on peut citer E.L.T. Mesens et Paul Joostens, deux artistes des années 1920-30, soit l'apogée du dadaïsme et du surréalisme, ce qui se reflète également dans la collection."

Au croisement de l'art et de la science

L'attention que porte la Verbeke Foundation à l'art, à la nature et à la science est remarquable. Les trois thèmes sont intimement liés au musée.
"Oui, le bio-art est une branche de l'art à laquelle nous accordons ici beaucoup d'attention. C'est l'interaction entre la science et l'art, comme la peau pare-balles, une invention de l'artiste néerlandaise Jalila Essaïdi. Un travail auquel ont entre autres collaboré le Centre médical universitaire de Leiden et des chercheurs de l'Université d'État de l'Utah. Des essais de tir ont démontré que cette peau artificielle – qui renferme de la soie d'araignée – peut résister à une balle et est cinq fois plus résistante que le kevlar. Le monde médical montre également beaucoup d'intérêt pour cette invention, pour son application dans le traitement des brûlures. De telles œuvres d'art

montrent à merveille que l'art – et un regard différent sur le monde – peut déboucher sur des collaborations très symbiotiques."

La Verbeke Foundation existe maintenant depuis seize ans, mais elle n'est pas encore très connue du grand public. Cela doit changer.
"Absolument. Pourtant, nous accueillons tout de même quelque 50.000 visiteurs chaque année. Non seulement des particuliers qui viennent visiter le musée, mais aussi des entreprises qui y organisent des événements. Il est toujours passionnant de voir les gens réagir à ce qu'ils voient ici. Pour ceux qui ont

EXTRAIT D'UNE INTERVIEW ACCORDÉE AU JOURNAL DE MORGEN (13/06/2022)

"E.L.T. Mesens. J'ai une grande admiration pour lui. Il a d'abord été musicien, puis il s'est lancé dans le commerce de l'art. Lors de la mise en faillite d'une galerie en 1931, il a acheté 150 Magritte avec l'argent de son père et de sa tante, et est ainsi devenu riche. Plus important encore, cela lui a permis de faire ce qu'il voulait. C'est mon grand exemple, en termes de liberté et capacité à tout faire. Certains disent: je suis comptable et je ne fais que de la comptabilité. Ils ne regardent plus autour d'eux. Mais il a tout fait: il a possédé des galeries en Belgique et à Londres, il a réalisé lui-même des collages, il a été le trait d'union par excellence entre les surréalistes belges et français. Peu de gens le connaissent en Belgique, mais pour moi, il constitue la figure la plus importante de notre histoire de l'art."

E.L.T. Mesens (BE 1903-1971), Magie, 1962, collage, 21 x 28.5cm

l'habitude d'aller travailler tous les jours en costume et qui atterrissent soudainement ici, c'est parfois une confrontation. Il faut parfois vraiment sortir de sa zone de confort. Quoi qu'il en soit, notre notoriété augmente. Je pense que l'exposition des magnifiques installations de Theo Janssen nous a donné un coup de pouce. Janssen est l'artiste à l'origine des 'bêtes de plage', des structures cinétiques mobiles quasi-autonomes, réalisées notamment à partir de tubes en PVC. Il construit lui-même ces créatures sur la plage de Schevevingen, où il les laisse vivre pendant un an. Ensuite, elles deviennent pour lui fossiles, et il en construit de nouvelles. Entre-temps, la renommée de la Verbeke Foundation s'est également accrue grâce à des émissions télé comme 'Kunst en Kitsch' et 'Stukken van Mensen'."

Même s'il est pratiquement impossible de répondre à cette question, quelle œuvre d'art trouvez-vous est la plus spéciale?

"J'en citerai une sur laquelle Geert lui-même aime attirer l'attention: La Lumière Cistercienne Baudelo Ghent de l'artiste conceptuel et d'arte povera néerlandais Marinus Boezem, une œuvre réalisée en l'honneur du 10ème anniversaire de la Verbeke Foundation. Trente ans après avoir planté sa Cathédrale verte dans le Flevoland, Marinus Boezem a planté 100 peupliers destinés à reproduire la forme de l'église Baudelo à Gand. Il s'agit d'une œuvre impressionnante constituée de l'échafaudage ayant été utilisé pour la restauration de la cathédrale Saint-Bavon à Gand. Nous avons remonté l'échafaudage ici et planté 100 peupliers entre les tubes d'acier qui, ensemble, forment le plan de l'église. Un bel exemple de la manière dont la nature suit son cours, ainsi que de la manière dont il est possible, en tant qu'être humain, d'essayer de diriger quelque chose, mais sans jamais vraiment y parvenir. Les arbres poussent en effet comme ils le veulent. Je suis très curieuse de voir comment cette œuvre évoluera au cours des prochaines années." ■

COLLAGES & ASSEMBLAGES
- Verbeke Foundation
- Stekene
- 210 x 275 mm
- 1008 p
- Arena Natural Smooth 1.15 90 g/m²

FESTIVAL DES ARTS DE WATOU,

des découvertes aux confins des mots et des images

Quel est le rapport entre le village de Watou, en Flandre-occidentale, et Astérix et Obélix? A première vue, pas grand-chose. Pensez-vous? Et pourtant, il existe un parallèle entre le fameux village gaulois qui résiste courageusement à l'envahisseur romain et celui de Watou. Certes, si Watou n'est pas confronté à des cohortes de légionnaires, ce petit village montre, avec son festival annuel des arts, qu'il est capable, grâce à son organisation et à son obstination, de devenir chaque année l'épicentre culturel du Westhoek. Pour l'occasion, nous nous sommes entretenus avec Annemie Morisse, coordinatrice du festival artistique.

Maarten Inghels © Maarten Inghels – Robbe Maes

"Depuis 2020, l'organisation du festival des arts relève de la Ville de Poperinge", explique Annemie Morisse. "Alors que la nouvelle équipe s'apprêtait à commencer avec beaucoup d'enthousiasme, le coronavirus s'est déchaîné et nous avons dû limiter l'édition 2020 à une balade en vélo. En 2021, il nous a été à nouveau possible d'organiser le festival, et pour la première fois, nous avons choisi de nommer des commissaires : Chantal Pattyn, Benedicte Goesaert et Peter Verhelst. En parallèle, nous voulions aussi présenter l'art autrement, en nous éloignant de la manière dont l'art est présenté dans les musées ou les galeries d'art.

Nous avons également été poussés à la faire pour des raisons de subventions: Watou en tant que festival d'arts reste un bonne idée, mais nous devions lui donner une plus grande valeur ajoutée. Nous savions que nous disposions de très beaux endroits pour présenter des œuvres d'art, mais la question était de savoir comment nous y prendre? Je me suis mise au travail avec l'artiste Koen Van Mechelen. Lorsque je lui ai posé la question : comment donner un nouvel élan à Watou, nous sommes arrivés à l'idée de créer une sorte de village pour les artistes."

Le camping des artistes... Cela ressemble à un grand 'Tableau d'art contemporain' (Gesammtkunstwerk)!

"C'est bien cela, oui (rires)! Nous avons invité 15 artistes en juillet, puis 15 en août, à venir camper ici, dans de petites tentes 'pop up'. De cette manière, nous rapprochons l'art au plus près de la vie du village, car les artistes eux-mêmes sont pour ainsi dire intégrés dans la vie de tous les jours. C'est ainsi que le campement de 2021 a abouti au Festival artistique de 2022, et celui de 2022 a fourni les œuvres d'art et les installations de 2023. Nous optons explicitement pour un travail in situ, réalisé par des artistes qui se sont immergés dans le village et dans son atmosphère. Il est évident que l'organisation d'un festival d'art dans un petit village comme Watou a un impact considérable. Tout au long de l'année, il passe ici beaucoup de cyclotouristes mais, en juillet et août, on se marche parfois dessus, ce qui n'est pas toujours évident pour les gens qui vivent ici. Nous ne voulons pas leur donner le sentiment qu'ils ne comptent pas. C'est pourquoi, depuis 2021, nous associons plus étroitement les habitants au festival, à travers des collaborations entre habitants et artistes, et un certain nombre de villageois proposent des logements aux artistes. De cette manière, le festival est encore plus étroitement lié au village. Et cela plait à tout le monde.

Après l'édition de 2022, nous avons entendu beaucoup d'éloges sur le concept remanié. Les nouvelles créations, le lien avec le village, les arts visuels et la poésie se sont révélés être de véritables

"Les visiteurs qui se rendent au Festival des Arts doivent oser se laisser surprendre."

The Worth of Life
© Koen Vanmechelen, photo by Goele Schoofs

atouts. Un signal clair que nous devions poursuivre sur cette voie. Cette année par exemple, nous avons également mis au point pour la première fois un système d'hébergement. Les visiteurs qui réservaient un hôtel dans Poperinge et ses alentours se voyaient offrir un colis de bienvenue, avec un certain nombre de produits régionaux et une bière de Watou. Cette formule fonctionne, car elle offre une valeur ajoutée à tout le secteur horeca de la région! N'oubliez pas que plus de 20 000 personnes se rendent à Watou chaque année. C'est donc un joli stimulant financier pour la région."

Poésie et arts: les mots qui renforcent les émotions

"Dès que les œuvres d'art sont sélectionnées, Michaël Vandenbril, conservateur de la poésie, part à la recherche de poètes désireux d'écrire des textes pour accompagner les œuvres d'art," explique Annemie. "On assiste ainsi chaque fois à une pollinisation croisée entre le lieu et les poètes, entre l'art visuel et la poésie. Les poètes créent un nouveau poème ou texte, inspirés par les œuvres d'art et par les conversations avec les artistes. Il en résulte une très belle interaction entre l'art et la poésie.

Un des projets qui m'a le plus enthousiasmée est celui de Griet Dobbels, qui a réalisé un parcours avec une vache et une chèvre. Elle a équipé une vache d'une caméra GoPro et l'a fait se promener dans le village de Watou. Simultanément, elle en faisait autant avec une chèvre en Palestine… et soudain, cette vidéo est devenue très actuelle. Elle était liée à un poème que Griet Dobbels lit, et en Palestine, une poétesse palestinienne fait de même. Cette femme est malheureusement bloquée à Gaza. Ce projet montre que nous pouvons relier le monde avec l'art. Que les idées locales peuvent résonner très loin. Je pense que nous ne réfléchissons pas assez à cela."

Pour beaucoup d'amoureux de la culture, le déplacement annuel à Watou ressemble à s'y méprendre à un pèlerinage.

"Oui, le Festival des Arts attire beaucoup d'amoureux de la culture. De nombreux visiteurs s'attardent ici pendant plusieurs jours, non seulement parce que l'offre est si riche, mais aussi parce qu'ils veulent explorer la région. D'autres veulent en voir trop d'un coup et se stressent de ne pas pouvoir tout voir en une journée (rires). Cela vaut vraiment la peine de rester ici quelques jours et de se laisser porter, en tant que visiteurs, par le festival. Vous pouvez ne pas venir que pour les œuvres d'art, il y a en outre toute une programmation live, avec des poètes, de la musique, et nous avons aussi de très bonnes tables. Et l'histoire du Westhoek est tout à fait passionnante!"

Absolument! Et le souvenir de la première guerre mondiale reste très vivant ici.

"Oui, impossible de passer à côté. Même plus de 100 ans après, cette guerre demeure un sujet d'actualité. Les tombes des soldats ont entre-temps été classées au patrimoine mondial de l'Unesco, c'est un attrait supplémentaire. Chaque année par exemple, des amoureux de cyclotourisme viennent à Watou pour la boucle qui les amène au château

De Lovie, et ils peuvent en chemin découvrir, sur des panneaux, des poèmes de guerre lus par l'acteur Tijmen Govaert. C'est un beau parcours, avec notamment des œuvres de Geert Buelens, David Van Reybrouck, Maud Vanhauwaert, Alicja Gescinska… Notre intention n'est pas de donner à la Grande Guerre une attention aussi explicite chaque année, mais je pense que les gens qui se rendent à Watou ont de toute façon une curiosité assez large pour s'intéresser aussi aux endroits où elle s'est déroulée."

Laissez-vous surprendre

"Les visiteurs qui se rendent au Festival des Arts doivent oser se laisser surprendre. Je compare volontiers cela à ce que vous voyez, par exemple, à la Verbeke Foundation. Là aussi, le visiteur va de surprise en surprise, et il faut parfois faire preuve d'ouverture d'esprit. Il en va de même à Watou. Les artistes qui travaillent ici ne sont pas tous connus, parfois ils ne le sont pas du tout, et cela peut demander un effort de la part du visiteur. Et de l'artiste aussi, bien sûr, car tout le monde n'a pas forcément envie d'aller camper sous une petite tente ! Cela demande quand même un certain engagement."

La poésie conserve aussi une place prépondérante.

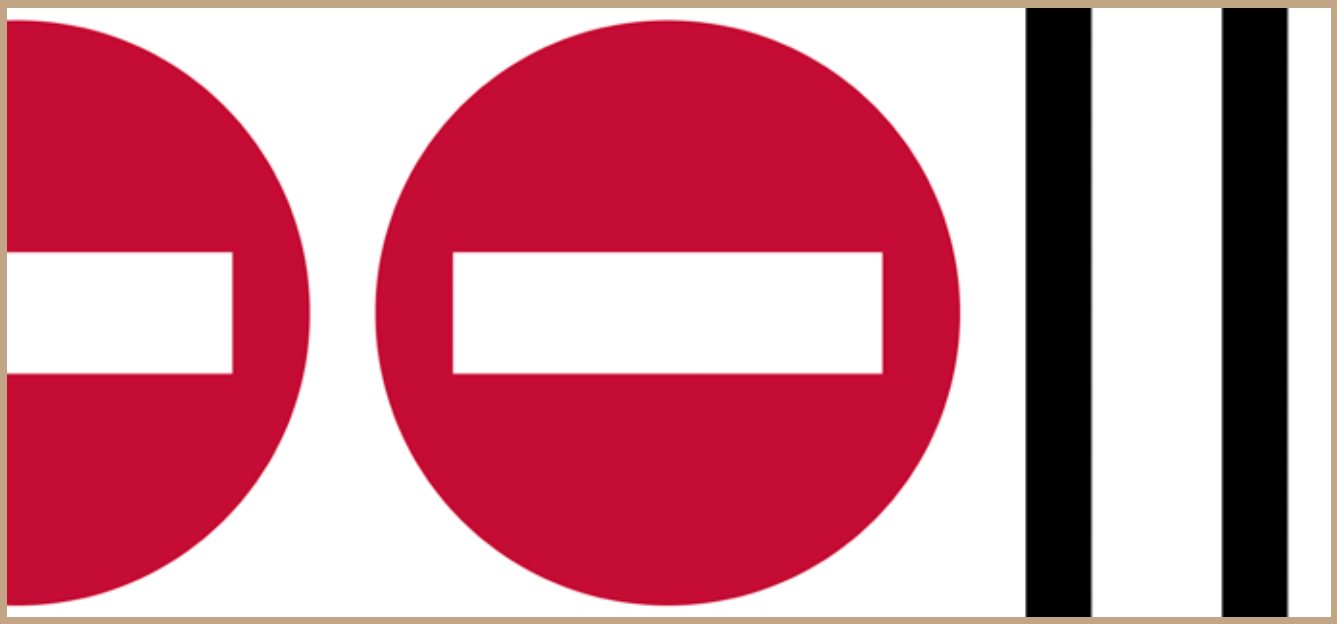
"Certainement. Il a été un temps question de laisser tomber ce volet, car nous avions l'impression qu'elle ne suscitait que peu d'enthousiasme, mais cela n'était pas le cas en fin de compte. Pour la plupart des visiteurs, la poésie est une valeur ajoutée. La poésie associée à une œuvre d'art génère une certaine dynamique, une certaine profondeur et une dimension supplémentaire à l'œuvre d'art. Les poètes créent une nouvelle œuvre, qui acquiert également une dimension supplémentaire grâce au regard de l'artiste. Nous pourrions nous contenter d'imprimer le texte sur une affiche, mais c'est trop facile. Nous choisissons plutôt de le présenter de manière audiovisuelle ou visuelle, à travers une impression sur un des matériaux utilisés par l'artiste. La poésie a décidément sa place ici. C'est justement ce qui nous distingue des autres festivals."

Quels ont été pour vous les points forts des dernières éditions?

"Le projet avec la vache et la chèvre de Griet Dobbels, avec lequel j'ai un lien personnel. J'ai aussi été bouleversée par la 'durational performance' de Mikes Poppe, qui a traîné une sculpture à travers un champ, traçant une sorte de boucle d'éternité. Cette performance était une interprétation personnelle de 'En de boer, hij ploegde voort' (*Et le paysan labourait toujours*, citation tirée d'un livre). Et particulièrement impressionnante, car Poppe a traîné la lourde sculpture pendant des heures, comme une sorte de chemin de croix. Les visiteurs pouvaient non seulement regarder, mais entendre aussi son souffle grâce à des haut-parleurs, ce qui avait un impact très fort. Beaucoup de visiteurs ont été profondément touchés par sa performance, qui n'a laissé personne indifférent. Certaines personnes sont restées là une heure. Tout à fait exceptionnel. Quoi d'autre? J'ai aussi trouvé 'Grenswater' (E*au frontalière*) très fort, une installation sur le ruisseau Heidebeek. Ce petit cours d'eau est pour moitié belge, pour moitié français. Il s'agit d'une œuvre de Bart Eysink Smeets, artiste néerlandais fasciné par les frontières. Pour celle-ci, il a placé un système d'arrosage des deux côtés du ruisseau et a fait circuler de l'eau des, paysans belges vers la France et vice-versa. Une belle image, avec un arc-en-ciel en prime!" ■

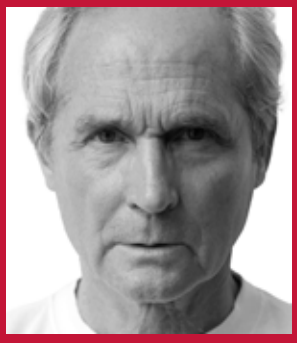
© Robert Ssempijja

WATOU GUIDE DU VISITEUR
- Cedric Verhelst
- 200 x 260 mm
- 176 p
- Perigord Mat 150 g/m²



“J’ACCEPTE LA VIOLENCE, MAIS LA VIOLENCE ARTISTIQUE”

Le vendredi 24 février 2023, jour du premier anniversaire du déclenchement de la guerre en Ukraine, était inaugurée à la Sorbonne la réinterprétation contemporaine par l’artiste conceptuel français Jean Pierre Raynaud d’un tableau mythique: *Guernica* (1937) de Pablo Picasso. À travers cette œuvre, créée et exposée sous la forme d’une reproduction grandeur nature du tableau du grand maître espagnol, il réagit à l’horreur et à l’absurdité de la guerre en Ukraine, comme Picasso avait, à travers la sienne, dénoncé les atrocités de la guerre d’Espagne et plus précisément le bombardement de Guernica. Au fil de nos questions, l’artiste nous présente cette œuvre qu’il va gracieusement offrir au peuple ukrainien et réalisée à la sollicitation des Editions Jannink, qui apportent d’ailleurs un éclairage sur cette œuvre inédite dans l’ouvrage Guernica / Ukraine, tiré symboliquement à 2022 exemplaires numérotés et dont l’impression a été confiée à Graphius.



“Le risque majeur, c’est d’être ridicule, parce que Picasso est tout simplement une sorte de génie. Nous le savons tous. Mais, je n’ai peur ni de Picasso, ni de personne d’autre.”

Qui est Jean Pierre Raynaud?
“Je suis ce qu’on appelle un artiste, quelqu’un qui fait de l’art et qui s’intéresse à l’art. Depuis 63 ans, l’art est la passion de ma vie et donne du sens à ma vie. Aujourd’hui âgé de 85 ans, je joue toutefois dans la catégorie ‘vétérans’. Pour moi, l’art est une façon de témoigner de ce que l’on est. Ce qui m’intéresse, c’est d’être le plus près de moi-même. Je ne suis pas quelqu’un qui apporte des messages, qui donne des avis. Ce que je veux montrer, c’est ce que je suis en tant qu’être humain, en tant que personne et par rapport à un monde. Si je me suis un peu coupé – volontairement – du monde extérieur, je ne suis pas un solitaire au sens propre du terme et encore moins un ermite. Je me sens parfois comme quelqu’un qui vit en marge de la société et qui est différent. Et cela me convient très bien parce que, ce qui m’intéresse chez l’être humain, c’est que nous sommes tous différents et que nous avons tous des réactions différentes, bonnes ou moins bonnes”, lance Jean Pierre Raynaud en ouverture de notre entretien.

Quels sont vos thèmes de prédilection?
“D’instinct, je suis une personne assez simple. Et je veux être et rester dans la simplicité, dans l’économie de moyens. Je ne veux pas parler quand je n’ai rien à dire. J’essaie de simplifier le monde. Pour moi, le monde, est un peu comme un panneau indicateur. C’est pourquoi j’ai été très intéressé dès le début par les panneaux de signalisation à sens unique dans mon œuvre, et ce parce que ces signaux sont reconnaissables par tous, enfants comme adultes. Il n’est pas nécessaire de parler une langue particulière pour comprendre ce qu’ils signifient.

Pourquoi avez-vous accepté la proposition de Baudouin Jannink de réaliser une réinterprétation contemporaine du *Guernica* de Picasso?
“J’ai simplement voulu réagir à la violence du monde. C’était ma façon de dire: oui, moi aussi je suis engagé. Mais je ne m’engage pas pour l’Ukraine ou pour ce qui se passe en Birmanie, en Éthiopie ou partout dans le monde. Je suis engagé en tant qu’artiste par rapport à la vie, et c’est ce que je veux mettre en avant. J’ai choisi mon camp, parce que cela me paraît instinctif d’être du côté des plus fragiles. J’accepte la violence, mais seulement la violence artistique. Je ne veux pas de la violence radicale.”

Quelle relation votre œuvre entretient-elle avec le *Guernica* de Picasso?
“C’est le problème des œuvres d’art, je ne sais pas si on peut parler d’une relation. C’est tout simplement ma révolte, ma façon de réagir. Picasso a réagi en son temps et moi aussi. Je le fais avec ce que je connais

et comment je le fais, c'est-à-dire en utilisant des signes universels, comme le sens interdit. C'est ce que j'ai commencé à faire dans mes premières œuvres en 1962."

Quels sont les risques inhérents à la tentation de faire dialoguer son votre propre travail avec un chef-d'œuvre de la trempe de Picasso?
"Le risque majeur, c'est d'être ridicule, parce que Picasso est tout simplement une sorte de génie. Nous le savons tous. Mais, je n'ai peur ni de Picasso, ni de personne d'autre. C'est peut-être juste de l'inconscience. Maintenant, on peut aimer ou ne pas aimer ce que je fais. On peut détester, on peut ignorer... Je ne fais que m'exprimer et dire qui je suis. Cette signalétique m'a semblé être la bonne façon d'affronter la violence du monde, comme Picasso l'a fait avec ses figures, avec ses corps brisés et déchirés. Moi, j'ai estimé qu'il s'agissait de quelque chose de plus profond. Les blessures ne sont pas seulement dans la chair, elles sont aussi dans la tête."

Votre œuvre a été dévoilée à la Sorbonne. D'où venait ce choix? Celui-ci avait-il une saveur particulière?
"Monsieur Jannink m'avais proposé un certain nombre de lieux où l'œuvre pourrait être exposée dans un premier temps. J'ai directement été convaincu par la Sorbonne, parce que c'est un lieu de culture, un lieu de savoir, mais aussi un lieu pour les jeunes. Contrairement à un musée qui semble élitiste et où les gens n'osent parfois pas s'y rendre, la Sorbonne est le lieu du savoir qui ouvre au monde."

Le président ukrainien avait appelé les artistes à réagir à l'invasion de l'Ukraine. Comment l'art et la culture en général peuvent-ils constituer des armes contre la guerre?
"Ce ne sont pas les artistes qui vont empêcher la guerre. Sinon, cela se saurait! Je parle en tant qu'être humain, en tant qu'homo sapiens. C'est cela qui m'intéresse et ce que j'attends de chacun. Je voudrais que chacun de nous, que nous soyons artiste,

plombier ou médecin, puissions rendre compte de notre position dans ce monde, dans un monde qui est violent et qui l'a toujours été. C'est ma réponse en tant qu'artiste. J'ai la chance de pouvoir m'exprimer et montrer que c'est intolérable. Intolérable pour nous tous. Ce n'est pas l'artiste qu'on sollicite, c'est l'être humain. Il ne faut pas compter sur l'artiste pour résoudre les problèmes du monde. Bien sûr que non. Simplement, ce qu'il exprime, c'est un être humain qui l'exprime et il faut le prendre comme tel."

Comment voyez-vous la publication de ce livre à côté de votre œuvre et qu'est-ce qui vous plaît dans celui-ci?

"C'est un témoignage, un mot qui est simple mais qui dit bien ce qu'il veut dire. Je témoigne, si vous voulez. Je réagis à la violence du monde en tant qu'être humain et aussi en tant qu'artiste, par la même occasion, puisque c'est la seule chose que je sais faire. Ce qui me plaît dans ce livre, c'est que je le trouve quand même très personnalisé. Avec Baudouin Jannink, qui lui aussi est un homme passionné, nous avons mis nos réflexions en commun pour réaliser cet ouvrage. Personnellement, je trouve que c'est un livre qui est engagé, dans le bon sens du terme et qui montre, un peu aussi à travers nous, ce que nous sommes", conclut Jean Pierre Raynaud.

Remerciements à nos mécènes

Cet ouvrage est divisé en deux parties – l'une est consacrée au *Guernica* de Picasso et l'autre à l'œuvre de Jean Pierre Raynaud – est préfacé par le discours du Président Zelensky à la Biennale de Venise en avril 2022 et s'achève par des images de la cérémonie d'inauguration à la Sorbonne. Le projet, de la création de l'œuvre à la commercialisation du livre, en passant par l'exposition à La Sorbonne ou la remise du tout premier exemplaire du livre à l'ambassadeur d'Ukraine que représente le Président Zelensky, a été initié par Baudouin Jannink des éditions éponymes. "Tout le projet a pu être mené à bien grâce au soutien de Picasso Administration qui gère les droits des œuvres du peintre espagnol, et de nombreux mécènes, dont certains comme l'artiste ou le fabricant de papier, ont contribué pleinement, tandis que d'autres comme Graphius ont participé partiellement à l'impression", explique Baudouin Jannink.

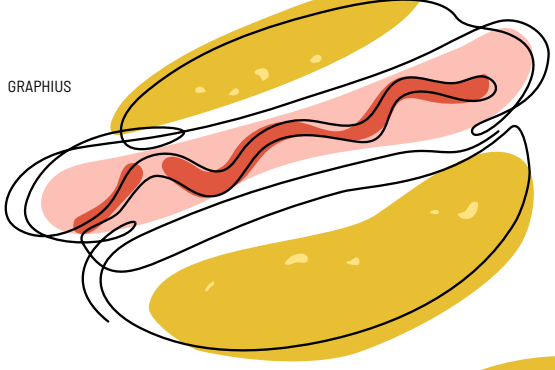
Un instrument de guerre

"Outre la cinquantaine d'exemplaires qui seront remis à des bibliothèques publiques et universitaires ukrainiennes, toutes les recettes des ventes seront reversées à l'Ukraine. Ce livre, destiné à tous les amateurs d'art, doit être considéré comme un instrument de guerre. Il s'agit d'un livre historique et artistique, mais il vise avant tout à militer et à influencer les gens, ce qui le distingue des autres ouvrages consacrés à l'art. Outre l'équilibre entre Picasso et Raynaud, la principale complexité résidait dans la couverture cartonnée, qui rappelait l'emballage du matériel guerre – un risque en termes d'esthétique et de transport."

Une œuvre nomade

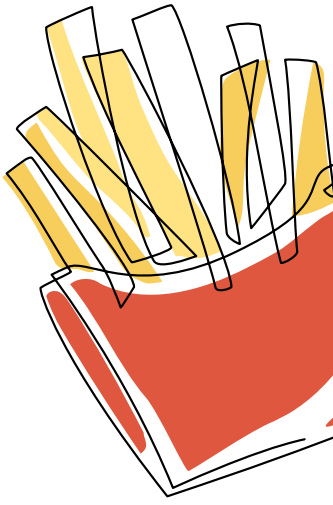
Pas de panique si vous avez manquez la présentation de l'œuvre à la Sorbonne… "En effet, à l'image de *Guernica* qui a voyagé jusqu'au MoMA à New-York en attendant la fin de la Seconde Guerre Mondiale, les deux toiles seront visibles à ST-ART, la Foire d'Art Contemporain de Strasbourg, fin novembre puis à Barcelone. Des négociations sont aussi en cours avec d'autres villes et pays. En attendant, j'invite bien sur les amateurs d'art à découvrir le livre…", conclut Baudouin Jannink. ■

GUERNICA / UKRAINE
- Editions Jannink
- Paris
- 295 x 295 mm
- 76 p
- Arena Smooth White 250 g/m²



Burger King choisit la voie durable

Burger King agit pour plus de durabilité, en remplaçant les jouets en plastique par des livres dans ses menus pour enfants. Cette décision reflète une tendance croissante parmi les chaînes de fast food en Europe, les livres étant de plus en plus considérés comme une alternative écologique aux jouets en plastique que l'on trouve souvent dans les menus pour enfants.



Un mouvement qui se généralise, déclenché à l'origine par une pétition lancée en 2019 par deux jeunes filles au Royaume-Uni et en Irlande. Cette pétition, qui a récolté 500.000 signatures, demandait à Burger King, entre autres, de ne plus offrir de jouets en plastique avec ses menus pour enfants.

Sensible à cet appel, Burger King a finalement décidé de supprimer totalement ces jouets dans ses menus King Jr . Cette stratégie a non seulement contribué à réduire les déchets plastiques, mais a également permis d'économiser 320 tonnes de plastique par an, rien qu'au Royaume-Uni et en Irlande.

Burger King a en outre décidé de ne pas s'en tenir à cette seule initiative et d'étendre ses efforts à d'autres pays européens. En juin 2021, l'enseigne a notamment lancé une campagne en Suède et au Danemark, remplaçant les jouets en plastique par des livres pour enfants de la série "Peppy Pals". La prochaine phase de la campagne, prévue plus tard dans l'année, comprend des livres de coloriage et de bricolage, ainsi que des livres destinés aux enfants jusqu'à 12 ans. Pour mener à bien cette campagne ambitieuse, Burger King a fait appel à la société Toy Promotion, spécialisée dans les articles promotionnels pour enfants. Celle-ci a développé deux projets, rassemblés sous le nom de PromoBooks: un livre avec couverture rigide pour les histoires pour enfants et une édition avec couverture souple pour les livres de coloriage et de bricolage. Grâce à cette approche innovante, Burger King confirme son engagement en faveur du développement durable et contribue également à promouvoir le plaisir de la lecture et de la créativité auprès du jeune public. ■

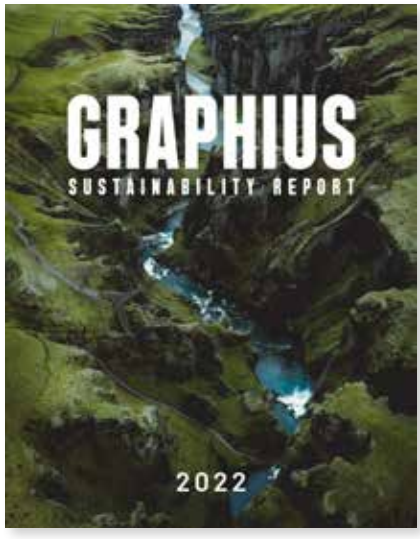
CO_2 RÉDUIRE LE EN CINQ ÉTAPES

Chez Graphius Group, le développement durable est depuis longtemps une priorité. Nos efforts pour accroitre notre impact positif sur l'environnement et les personnes tout en réduisant notre impact négatif sont communiqués chaque année par le biais de notre rapport de durabilité. Dans le but de professionnaliser ces efforts, nous nous orientons sur la mesure active des émissions de carbone de l'ensemble du Graphius Group, et sur l'élaboration d'un plan visant à réduire ces émissions au fil des ans. Dirk Van Eynde, notre coordinateur en matière de développement durable, vous en dit plus.

"En 2020, nos émissions de CO_2 se montaient à 918,84 tonnes mais, en raison de la croissance de notre entreprise, ce chiffre a atteint 3113,44 tonnes en 2022. Pour faire une comparaison réaliste, nous introduisons une nouvelle unité de mesure: les émissions de CO_2 pour 1000 feuilles de papier et de carton. Notre objectif est de diminuer ces émissions en valeur relative, donc quelle que soit notre croissance future."

En collaboration avec un partenaire externe, Graphius Group travaille actuellement sur un plan en cinq étapes. Dirk explique: "Nous commençons par une mesure approfondie de notre empreinte carbone. Il est essentiel de comprendre nos émissions de CO_2, l'impact sur notre produit et les risques climatique éventuels avant de pouvoir aller de l'avant. Ensuite, à la deuxième étape, nous élaborons une stratégie claire avec des objectifs mesurables et une feuille de route. Dans un troisième temps, nous travaillons à la réduction de notre empreinte carbone, en améliorant notre efficacité, en investissant davantage dans les énergies renouvelables et en œuvrant à une chaîne d'approvisionnement à faibles émissions carbone. Dans un quatrième temps, nous combinons ces efforts avec des programmes de compensation de CO_2, grâce auxquels nous agissons activement contre les émissions liées à notre production."

La cinquième et dernière étape consiste à associer en permanence nos parties prenantes à cette recherche de durabilité. Nous continuons à communiquer de manière transparente sur nos efforts et nos résultats dans notre rapport sur le développement durable. Nous reconnaissons que la réduction de notre empreinte carbone reste un effort commun, et nous soulignons l'importance d'une communication et d'une collaboration permanentes avec nos partenaires, nos clients et les autres parties concernées. *Stay tuned!* ■



GRAPHIUS NOUVELLES

YOUCA Action Day

Le 19 octobre 2023 se déroulait le YOUCA Action Day et comme chaque année, Graphius était de la partie. Durant cette journée, plus de 15.000 jeunes de Flandre et de Bruxelles se mobilisent pour différentes bonnes causes. Pour ce faire, ils travaillent pendant une journée au sein d'une entreprise participante et grâce à leurs revenus, ils soutiennent les projets pour la jeunesse de Plan International au Sénégal et d'autres initiatives internationales. C'est ainsi que Cyriel est venu passer une journée chez nous. Unissons-nous pour créer un impact positif.

Franc succès pour l'atelier GSE

Fin septembre, Graphius a organisé un intéressant atelier GSE, qui s'est avéré être un grand succès!

Chez Graphius, nous croyons au partage des connaissances et des expériences pour inspirer et informer au mieux notre entourage. Nous avons donc pris l'initiative d'organiser un atelier GSE, qui a été chaleureusement accueilli par tous les participants.

Pendant l'atelier, nous avons approfondi les principes essentiels de la GSE et nous ne nous sommes pas contentés d'informer et d'inspirer – nous avons décidé d'agir! Les participants ont échangé leurs idées et leurs expériences, et chacun(e) a ainsi pu repartir avec suffisamment de matière pour amorcer des changements positifs.

Après l'atelier, les participants ont pu visiter notre site de Gand, une expérience instructive qui leur a beaucoup plu. Un grand merci à tous les participants pour leur enthousiasme!

Nouveau système de ventilation

Nous avons récemment fait installer un nouveau système de ventilation sur notre machine Sitma. Ce système a été conçu pour éliminer les éventuelles odeurs désagréables provenant du processus de reliure par collage et d'impression. Cette amélioration reflète de manière concrète notre volonté constante d'amélioration au sein de l'environnement de travail. L'implémentation de ce système vient améliorer le confort mais aussi souligner l'importance que nous accordons au bien-être de collaborateurs dévoués, qui restent une de nos principales priorités.

On a de la visite!

70 élèves de quatrième primaire de l'école Sint-Jozef ont récemment visité notre imprimerie à Gand. L'ambiance était excellente et les enfants ont rapidement été fascinés par le processus d'impression. Qui sait, cette journée aura peut-être inspiré quelques futures vocations parmi ce groupe de charmants petits visiteurs. Un grand merci pour votre passage! C'est toujours un plaisir de voir un tel enthousiasme.

THE COLORS OF SUCCESS

La nouvelle Speedmaster XL 106 de la génération 2020 est la Speedmaster la plus intelligente qui ait jamais existé. Découvrez la solution innovante destinée à l'impression commerciale, d'étiquettes et d'emballages. Faites l'expérience de performances encore jamais atteintes grâce à des assistants intelligents, une automatisation continue et des processus.

Jugez-en par vous-même.
heidelberg.com/XL106

HEIDELBERG

Heidelberg Benelux sa
info.bnl@heidelberg.com
www.heidelberg.com/bnl

Des impressions de qualité monumentale.

Commandez vos imprimés en ligne
www.belprinto.be