

# Esthétique de la lettre et publicité

Autor(en): **Moulin, Raoul-Jean**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Le messenger suisse de France : revue mensuelle de la Colonie suisse de France**

Band (Jahr): **8 (1962)**

Heft 9

PDF erstellt am: **11.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-849101>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# ESTHÉTIQUE DE LA LETTRE ET PUBLICITÉ

Les expositions d'agences de publicité qu'on a pu voir jusqu'à présent à Paris — elles sont rarissimes et d'une qualité médiocre — ne visaient qu'au « prestige » : elles cherchaient plus à flatter le client qu'à ouvrir des voies nouvelles au graphisme français. Il s'agissait bien entendu d'agences ; c'est-à-dire d'intermédiaires plus ou moins compétents entre le client et le technicien chargé de résoudre le problème posé par ce dernier. Mais cette situation fautive semble n'avoir que trop duré. Les graphistes de Paris, de plus en plus conscients du rôle qu'ils ont à jouer en tant qu'artistes et techniciens de l'imprimé, s'organisent pour faire respecter leur création comme leur travail par les clients et les agences dont ils dépendent bien souvent. Les Suisses installés à Paris ne sont pas étrangers à cette prise de conscience ; en s'intégrant, ils ont bouleversé un certain nombre d'habitudes et forcé la nouvelle génération à réagir, à se définir.

L'un d'entre eux, Albert Hollenstein, a exposé récemment les productions de son atelier et dressé un bilan. Il a réussi à réunir autour de lui une équipe de collaborateurs homogène et active, qui œuvre depuis 1959 pour la promotion d'un graphisme publicitaire réellement moderne, affranchi de toute concession au goût du jour. Les nombreuses campagnes réalisées pour *Synergie* et les différentes annonces, les brochures pour la publicité particulière de cette agence, attestent non seulement la qualité esthétique et technique du travail de l'atelier Hollenstein, mais aussi un esprit de recherche et d'invention que l'on rencontre rarement à Paris.

Cette efficacité dans la création, présente dans toute étude de marque et toute tête de lettre, que l'on retrouve dans le moindre encart de la presse hebdomadaire, dans de nombreuses couvertures de revues, ce style, qui particularise et signale tout ce qu'il présente, est le fruit d'une organisation à la fois rigoureuse et souple, où chaque valeur individuelle tient sa place pour mieux pouvoir répondre à l'envergure de la tâche. Ils sont maintenant plus de quatre-vingts, répartis entre le département artistique, les services d'exécution, de fabrication, de composition typographique, d'administration, le laboratoire photo, le studio de prise de vue... Ils prouvent qu'une équipe commercialement valable peut rester humaine, amicale, tout en étant créatrice.

Utilisant de plus en plus fréquemment les ressources graphiques de la photo, Hollenstein a su s'entourer de

photographes comme Herman Stahli, Edi Vogt, Yves Jannès, dont l'art ne s'arrête pas au cadrage mais découvre des valeurs, un espace où l'effet perspectif disparaît. Il a su également harmoniser, sans jamais la neutraliser, la personnalité de graphistes comme André Chante, Guido Weber, Robert Amschwand, Hans Mauli, qui forment le groupe de création et se servent tout autant de la typo, de l'illustration que de la photo — Martin Gemperle et Edouard Nicolas étant plus spécialement axés sur la construction typographique pure. Il faut signaler aussi ces alphabets pour Renault et ce nouveau caractère, *l'Eras*, dessinés à la fonderie Deberny-Peignot.

Mais Hollenstein n'entend pas limiter son action au présent. Il a organisé cette année un cycle de conférences sur la typographie, dans la cave de son atelier, pour susciter une émulation dans sa propre équipe et perfectionner ceux qui débutent dans le métier. Sélectionnés d'après leur dossier, une dizaine de jeunes graphistes ont pu ainsi profiter d'un enseignement dont l'essentiel est basé sur une expérience personnelle : établissement de proportions dans un format par des lignes, partage d'un format en une structure pour du texte, études des blancs intérieurs de la lettre, couverture basée sur le rythme de la lettre, mélange de caractères, rythme de catalogue, exercice de typo animée...

A l'échelle où se développe son *Atelier Technique d'Édition et de Publicité*, Albert Hollenstein a créé un précédent, dont par Albert Boton, un ancien collaborateur d'Adrian Frutiger l'exemple ne manquera pas d'influer de tout son poids sur les milieux graphiques de Paris, tout en soulignant indirectement les carences relatives à la formation de nouveaux graphistes. Hollenstein dresse le bilan des activités de son équipe ; il affirme un style et ouvre une voie sur l'avenir en voulant participer toujours plus à l'élaboration de notre climat visuel de chaque jour.

Raoul-Jean MOULIN.

## PEINTURES RECENTES - VERNISSAGE

Yvone Guinchard-Duruz, Fribourgeoise, exposera galerie Motte, rue Bonaparte, 22.

Vernissage : vendredi 19 octobre, 17 heures.

## TOULOUSE

Le dimanche 17 juin était le jour fixé par la Société helvétique de Bienfaisance de Toulouse pour sa traditionnelle Sortie de printemps.

Le temps, bien incertain, des jours précédents, n'avait cependant pas arrêté les intrépides promeneurs et ceux-ci furent récompensés de leur optimisme par un soleil magnifique qui brilla tout au long de cette journée.

Le départ de Toulouse, vers 8 h., nous amena le long de l'Ariège, puis du Grand-Hers, et permit d'admirer la jolie vallée du Doudouyre. Une halte rafraîchissante eut lieu près de la ravissante cascade de la Turasse et après avoir traversé, entre autres, la charmante cité

## Société Helvétique de Bienfaisance

de Pamiers, nous arrivâmes à Escosse, chez nos amis Schmutz, qui nous y avaient cordialement invités, vers 12 h. 30, comme prévu.

Là, le meilleur accueil était réservé par ces compatriotes aux pique-niqueurs, qui n'eurent que l'embarras du choix pour trouver l'emplacement idéal dans le magnifique parc de la propriété de nos amis Schmutz, afin d'y déjeuner d'un solide appétit, aiguisé par cette promenade matinale.

Dans l'après-midi, jeux, sports, danses, promenades... et conversations occupèrent des heures qui parurent

(Suite page 22).