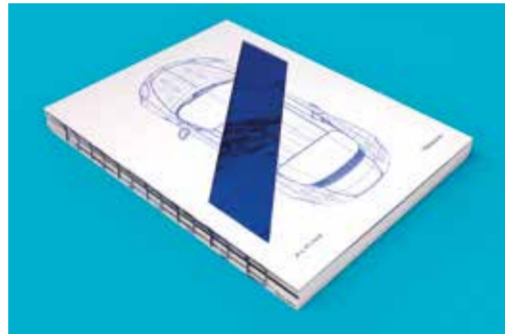


# ABM Studio

Le studio dédie cette exposition à Pascal Béjean qui nous a quittés prématurément il y a déjà un an. Il nous manque, même si sa présence et son influence restent toujours actives. Sans son amour et son militantisme pour la reconnaissance du graphisme nous ne serions certainement pas là aujourd'hui. Il ne ratait jamais Une Saison Graphique et c'est grâce à lui que nous avons rencontré le sémillant Pierre-Yves Cachard, avec qui nous avons partagé cette intense aventure et au-delà – une forme d'engagement et une passion pour les musiques extrêmes. Cette exposition nous a permis de faire le point sur qui nous sommes à un moment important dans notre histoire. Nous sommes déjà ailleurs, tant mieux.



Alpine. La quête de l'agilité absolue, Flammarion, 2017

**ABM Studio agrège des parcours individuels dans différents collectifs. Pouvez-vous présenter la genèse d'ABM Studio et les différentes compétences associées ?**

Le studio s'est construit par l'hybridation de PBNL (Pascal Béjean, Olivier Körner et Nicolas Ledoux – ex Labomatic & Ultralab™) et L775 (Jean-Luc Lemaire et David Longuein) et plus récemment de Vincent Piccolo, avec qui le studio a créé Art Book Magazine (Librairie numérique éponyme sur iPad spécialisée en arts et cultures contemporaines ; activités de conseils et ingénieries web) et qui pilote ABM Distribution. Nous faisons appel à des freelances en fonction des projets : aujourd'hui Carole Amrane, Fanny Bisiaux et Nolwenn Turlin. Notre ami et designer Philippe Savoir occupe un bureau chez nous et participe de la dynamique, parfois nous travaillons ensemble. L'équipe est composée de graphistes, d'un architecte-plasticien et d'un ingénieur qui partagent des valeurs communes d'engagement, d'amitié, de références artistiques, musicales, sociales et politiques. Notre structure ressemblerait à un groupe de rock ou à une compagnie de danse plutôt qu'à une agence de communication, mais sans leader ni hiérarchie. Nous avons mis en place une gouvernance collective qui repose sur la coresponsabilité et le respect des compétences et des envies de chacun – cela nécessite beaucoup d'attention et de dialogue, une prise de risque aussi mais c'est ce qui fait notre force.



Louis Vuitton City Guide, Louis Vuitton Edition, application iPad, iPhone et Apple tv



Art Book Magazine, application iPad, depuis 2011 Librairie, bibliothèque, lecteur de livres numériques spécialisés en art contemporain et alentours

**Quels sont vos principaux domaines d'intervention, qui sont vos commanditaires aujourd'hui, et comment se caractérise votre relation ?**

Nous sommes spécialisés dans la réponse à des sujets complexes : de la stratégie de marque et la création d'identités visuelles et leurs déclinaisons aussi bien print, signalétique et web (site internet et applications mobile), à l'édition imprimée ou numérique de beaux livres ou de revues et de collections d'essais. Notre domaine de prédilection est celui de la culture – au sens large – mais nous intervenons aussi dans celui du luxe et du corporate. Ainsi, nous assurons toute la direction artistique et les déclinaisons des Rencontres de la Photographie d'Arles et de l'Opéra de Lyon ; nous réalisons la version mobile de l'application des City Guides pour les éditions Louis Vuitton, des applications de défilé pour Dior ; nous sommes aussi associés à la collection d'essais *Perspectives inactuelles* et à la revue et au label Optical Sound. Nous aimons passer d'un site pour les archives Yves Klein à un cahier inspirationnel, dont nous assurons la conception, la rédaction, et la recherche iconographique, pour les différentes marques luxe des hôtels Accor. Nous sommes les designers attirés du FIPA (Festival international de la production audiovisuelle), du Cube et de l'Espace de l'Art Concret. Nous réalisons des livres pour les éditions Flammarion, Actes Sud, Gründ...

Nous restons un studio de création qui a en permanence besoin de se remettre en question et de se confronter à de nouveaux projets, de tester sa capacité à inventer et innover et ce pour de petites structures indépendantes comme pour de grandes marques. Il est nécessaire alors de créer une véritable collaboration avec nos commanditaires, plus qu'une simple relation prestataire / client. Cela demande beaucoup d'agilité, de compréhension réciproque, de dialogue et de s'appuyer sur de solides références culturelles et de bonnes compétences de designer et développeur mais aussi d'éditeur et de producteur de contenus, nos engagements politiques et sociaux nous poussent à expérimenter et travailler sur ces nouveaux territoires. Les interfaces sont le reflet de la

**Comment caractérisez-vous votre pratique ?**

Dans une discipline – la direction artistique et le design graphique – où la forme est reine, nous essayons de lui donner du sens, une fonction, un usage. Nous privilégions le contexte au style même si, avec le temps, nous nous rendons compte que le studio a un style. Nous recherchons l'économie des moyens liée à une efficacité maximum – d'où notre prédilection pour une approche souvent minimale, quasi conceptuelle dans la volonté d'être le plus clair et tranchant dans la relation délicate entre forme et message. Nous aimons les process et nous imaginons des systèmes qui s'appuient souvent sur un jeu formel ou un effet (graphique, visuel) et un parti-pris typographique. Ces « systèmes graphiques » sont pensés pour l'imprimé et le web, donc nécessairement modulaires, élastiques et en mouvement. Nous sommes aussi très sensibles aux déclinaisons : le design ne s'accomplit que dans les détails et la répétition : nous insistons donc pour réaliser la totalité des documents pour chacun de nos projets. Cela permet de tester nos hypothèses, mais aussi de les faire évoluer – nos réalisations sont des organismes vivants même si elles sont souvent régies par des chartes que nous essayons de rédiger avec le moins de contraintes possible. Nous sommes de plus en plus sollicités pour des missions de conseil et d'accompagnement : cela nous intéresse beaucoup et nous permet de poser la question du design en amont, dès les phases de positionnement et de stratégie de communication. Nous sommes toujours en veille, qu'elle soit technologique ou artistique – c'est à la fois nécessaire mais c'est aussi et surtout un plaisir et un moteur : le sujet d'interminables discussions. Nous avons la chance d'occuper un grand local qui sert souvent de lieu de réunions, de passages, de connexions avec d'autres créateurs, développeurs, éditeurs, clients. Ils viennent nous voir, travaillent sur place, nous parlent de leurs projets, partagent leurs réseaux. Nous initions des rencontres, imaginons des croisements, mettons en contact, ne résistons pas à la tentation de nous engager auprès d'un artiste, d'un lieu alternatif, d'une revue...

**Votre pratique s'attache autant au print qu'au numérique. Mais l'une de vos spécificités est sans doute aujourd'hui d'appliquer une démarche de designers visuels à la conception d'interface et à la structuration des flux d'information. Quels sont ces enjeux pour vous ?**

Aujourd'hui, print et web ne forment qu'un en matière de communication et de circulation des idées et des formes. Nous pensons même que le digital a pris le dessus. Nous assistons à un émiettement des flux et à la création de systèmes de diffusion et d'informations hégémoniques, très complexes à infiltrer et à déjouer. Nous nous sommes intéressés à ces problématiques et stratégies dès l'apparition d'internet et avons immédiatement milité pour un design multimédia et multi-supports, mobile et fluide. Nous étions fascinés par le potentiel du web, des jeux vidéo, comme nous le sommes aujourd'hui avec les applications et l'édition numérique. Nos multiples compétences de designer et développeur mais aussi d'éditeur et de producteur de contenus, nos engagements politiques et sociaux nous poussent à expérimenter et travailler sur ces nouveaux territoires. Les interfaces sont le reflet de la

manière dont la société communique. Elles symbolisent la relation entre l'émetteur et le récepteur – trop souvent le consommateur. Elles caractérisent les nouveaux usages et dépendances, instruisent les rapports de force – visibles ou invisibles – contaminent et manipulent. La question du design est donc essentielle, au cœur de ces matrices, et pourtant elle n'est que très peu débattue, ni même anticipée – pensée, souvent reléguée en fin de projet, mécaniquement dupliquée. Sans doute parce que éminemment subjective et sensible, la question du design est potentiellement à haut risque et expliquerait cet appauvrissement et cette standardisation générale du monde des signes, des identités visuelles et des interfaces, en particulier dans celui, virtuel, qui doit résister aux aléas de l'hyper-vitesse, de la globalisation et des réseaux sociaux. On assiste à un lissage régressif, qui fait qu'une grande marque de la consommation, un parti politique, un média généraliste, un club de football ou un musée utilisent la même typographie fine et sans caractère, le même duo de couleur et la même manière d'apparaître et de circuler – orchestré par des agences de publicité aux concepts mondialisés et déclinés à l'infini, quel que soit le sujet. Nous défendons bien entendu des positions radicalement opposées, appelons à la différence, à la singularité, à la prise de risque et au débordement.

**La musique revêt une dimension particulière dans votre univers. Quelle est la place du label et du magazine Optical Sound dans votre production ?**

Le studio vit et travaille en musique : nous avons même installé un système multidiffusion pour inonder tous les espaces. Nous alternons les programmations, nos goûts sont très proches et nous avons évolué ensemble, partagé d'étranges passions pour des groupes obscurs comme The Legendary Pink Dots ou plus inavouables comme The Alan Parsons Project. Joy Division, Plastikman et Nicolas Jaar sont les trois épacentres de notre paysage sonore, avec quelques satellites : Sonic Youth, The Flaming Lips, The Beastie Boys. C'est à la fois une manière d'être ensemble et de s'isoler, avec quelques rituels : Olivier, par exemple, le vendredi, sonne l'arrivée du week-end par un mix décalé dont il a le secret... Cela occasionne de fines tractations de la part des freelances pour éviter du drone ou du métal... La musique est un des socles du studio, un matériau de travail pour caractériser une approche, pour exprimer une direction artistique, mais aussi se donner de l'énergie et se retrouver. Nous sommes amis avec des musiciens, des artistes et des labels avec lesquels nous travaillons régulièrement, dont Optical Sound pour qui nous assurons toute la création graphique mais aussi la coédition de la revue du même nom. Pierre Belouin, qui dirige le label, est un ami et fait un peu partie du studio : il a sa réplique à échelle un près de notre bibliothèque et une partie de son stock dans nos réserves.



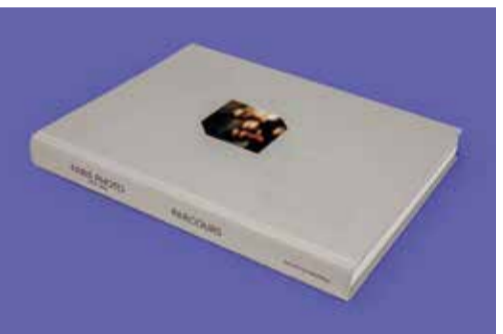
Nemo, typographie, 2013

**Si vous étiez une musique, quelle serait la bande son idéale d'ABM Studio ?**

Il nous faudrait donner des centaines de morceaux et couvrir l'ensemble de cette double page alors voilà quelques titres...  
**Joy Division**  
Shadowplay / Unknown Pleasure  
**Plastikman** :  
Cor Ten / Consumed  
**Valérie Dore**  
The Night / The Night  
**Pink Floyd**  
Welcome To The Machine / Wish You Were Here  
**BlackNox**  
We Don't Believe In Heaven / We Don't Believe In Heaven  
**Radiomentale**  
Beyond Hypothermia / The Cut-Up Scenario  
**Nicolas Jaar**  
XLR8R Podcast  
**Queen**  
Flash / Flash Gordon  
**Pessimist**  
Bloom / Pessimist  
**Mark Pritchard**  
Give It Your Choir / Under The Sun  
**The Stooges**  
No Fun / The Stooges  
**The Alan Parsons Project**  
I Robot / I Robot  
**Theo Teardo & Blixa Bargeld**  
Nirgendheim / Nerissimo  
**Richard Hawley**  
I Still Want You / Hollow Meadows  
**Mondkopf**  
Vivere, Partie IV / They Fall But You Don't  
**Davy Jones Locker**  
Troops / Davy Jones Locker  
**Sonic Youth**  
Starpower / Evol  
**Beastie Boys**  
Looking Down The Barrel Of A Gun / Paul's Boutique  
**Sunns**  
Mortise and Tenon / Hold/Still  
**PJ Harvey**  
Angelene / Is This Desire?



Alex Augier, Germination, Dac records, 2018  
Vinyles et Pochettes



Paris Photo 1997-2016. Parcours, Éditions Xavier Barral, 2016

## INFORMATIONS

### PRATIQUES :

Exposition du 14 mai au 29 juin à la Bibliothèque Universitaire du Havre - 25, rue Philippe Lebon  
Entrée libre du lundi au vendredi de 8h30 à 19h et le samedi de 10h à 18h  
fermeture exceptionnelle le samedi 23 juin.  
Visites commentées et renseignements : 02 32 74 44 14 - bu@univ-lehavre.fr

**LUNDI 14 MAI :**  
**18h :** Conférence de ABM Studio  
**Maison de l'étudiant.** Entrée libre.  
**19h30 :** Vernissage ABM Studio  
à la Bibliothèque Universitaire



Ce document est imprimé sur le Munken Lynx 90 g/m<sup>2</sup>, fabriqué par Arctic Paper Munkedals.  
www.articpaper.com



Les Rencontres de la Photographie d'Arles, affiche, 2018, 2017, 2016



**Une saison graphique 18**  
Parcours de design graphique contemporain.  
Expositions, conférences, événements.  
Du 14 mai au 9 juin - 10<sup>e</sup> édition.

**ABM Studio** Bibliothèque universitaire, Marlon Bataille Bibliothèques O. Niemeyer & A. Salacrou, Raphaël Garnier ESADHaR & Maison de l'Étudiant, MOREPublishers invité par le Frac Normandie Rouen / Artothèque ESADHaR, Baldinger - Vu-Huu Le Portique, R2 Design Carré du THV, Abracadabra • École supérieure d'art et de design d'Amiens Le Tétris, Une Kermesse Graphique Fort!, Valentin Daniel La Consigne

ETAPES: KIBLIND  
www.unesaisongraphique.fr