DI02 :
Jean Widmer dans les années 60
Les galeries Lafayette & Le jardin des modes

Fabien PFAENDER

automne 2004

Chapitre 1

introduction

Jean Widmer est un graphiste qui a beaucoup marqué le paysage graphique français depuis les années 60 jusqu'a nos jours. Sa modernité et la rigueur de ses compositions sont reconnu des tous ses collaborateurs. Travaillant tour à tour pour la publicité, pour des magazines et plus tard pour les autoroutes de France et des institutions publiques comme le centre Pompidou dont il a conçu le logotype, Jean Widmer a un parcour très riche. Les années 60 marquant le début et le tournant de son parcours professionnel, nous avons choisi d'y consacrer le présent exposé. Directeur artistique aux "galeries Lafayette" durant deux ans (1959-1961) puis au "jardin des modes" pendant 9 ans (1961-1970), son travail est rigoureux et fait appel à tous les arts graphiques, que ce soit la photographie, la peinture, le cinéma ou la typographie. Ce travail marque aussi son époque et accompagne l'émergence d'une culture de la consommation et notamment de la mode tournée vers l'atmosphère plutôt que le produit.

Table des matières

1 introduction **1**

2 Les galeries Lafayette **3**
2.1 L'atmosphère dans les années 60 3
2.2 Images atmosphériques 4
2.3 Trois exemples 5
2.3.1 Premier exemple : Calligramme Apollinaire 5
2.3.2 Second exemple : Publi communiqué 7
2.3.3 Troisième exemple : Annonce Presse 10

3 le jardin des modes **13**
3.1 Une référence 13
3.2 Analyse de visuels 14
3.2.1 Robe YSL, photo de J. Widmer 14
3.2.2 Comparatif de robes 19

4 Conclusion **21**

Chapitre 2

Les galeries Lafayette

2.1 L'atmosphère dans les années 60

Les galeries Lafayette sont une institution parisienne depuis fort longtemps. Fort de ce statut enviable, elles vendent des produits textiles et des accessoires et ce de façon fort conventionelle. Les catalogues sont des étagères certes blanches mais bien rangées dans lesquelles les produits ne sont pas proposés mais référencés. Différence de taille en ce qui concerne leur acquisition futur. Pour être proposés, il faut que ces produits tentent plutôt que d'attendre sagement. Pour ce faire il existe plusieurs solutions dont deux relativement opposées qui sont :

- Mettre en valeur chacun des produits de manière unique avec un univers particulier.
- Créer un univers commun à tous les produits dont chacun tirera un bénéfice.

Économiquement parlant la seconde solution paraît plus raisonnable mais encore faut-il arriver à créer et communiquer cette univers, conformément aux aspirations des galeries Lafayette. C'est ce travail que réalisera J. Widmer en tant que directeur artistique.

Cette démarche nous paraît aujourd'hui en 2004 relativement évidente tant les marques communiquent sur des images plutôt que sur des produits. Il n'y a qu'a prendre pour exemple le dernier spot publicitaire de Chanel qui figure l'arrivée d'une star à une cérémonie, véritable mini-film qui ne présente aucun produit en particulier mais développe l'imaginaire Chanel. C'était loin d'être le cas dans les années 60 en France ou le pragmatisme commercial fait régner classicisme et austérité. La démarche de J. Widmer au sein des galeries Lafayette est donc une entreprise osée et moderne devenue aujourd'hui pratique courante.

Certes cette idée n'est pas de Widmer seul car elle est déjà en vogue aux États-Unis mais Widmer est parmis les premiers à la concrétiser en France.

Les produits de mode (vêtements, accessoires de modes, etc.) que vendent les galeries lafayette créent de plus un contexte privilégié car il est possible avec ces derniers de créer des atmosphères vivantes et de les mettre en scène au travers notamment de photographies. Ce que J. Widmer ne se passera pas de faire comme nous allons le voir dans la section suivante.

2.2 Images atmosphériques

Les galeries Lafayette vont donc sous l'impulsion de J. Widmer axer leur communication graphique sur une atmosphère plutôt que sur un produit. Le choix de l'atmosphère en question est double et porte à la fois sur le lieu de consommation et ce que l'on y trouvera. Il faut donner une image des galeries comme d'un lieu où se fait la mode ce qui ne manquera pas d'attirer les consommateurs et surtout les consommatrices mais aussi tenter des les intriguer en ne présentant pas les vêtements. D'où un paradoxe qui consiste à montrer que les galeries font la mode sans montrer la dite mode.

La solution retenue par J. Widmer consiste alors à mettre en scène un modèle mais sans qu'il présente un vêtement. Dans les visuels cet effet peut être obtenu en introduisant un biais qui déplace le sujet de la communication visuelle du modèle et donc du vêtement vers un message "atmosphérique" mais où bien évidemment le modèle est toujours présent. On retrouve cet effet dans les trois figures qui illustrent cette section et ce chaque fois d'une façon différente :

1. Dans la figure 2.1 p6 le modèle est en bas à gauche. Le centre de l'image est occupé par des lignes obliques faites de caractères qui composent un poème. Le titre se situe en haut à droite et l'opposé du modèle mettant un peu plus l'accent sur les lignes. le fait que les lignes soient obliques est en soit un effet qui a pour but de les rendre importantes car elles ne sont plus structurelles comme peuvent l'être des lignes horizontales ou verticales mais bien partie du visuel. De plus le modèle lui-même tient un squelette de parapluie qui forme une flèche vers les caractères tombant en pluie. Ici le modèle est atténué par la raison graphique de la page.
2. Dans la figure 2.2 p8 les deux modèles sont au centre mais seules. A gauche des modèles se trouve le titre de la page dans une typographie originale qui attire l'oeil. De plus le haut de la page respecte des standards de presse quotidienne. Or dans les journaux les titres sont plus significatifs que les images qui ne font qu'illustrer et l'atmosphère de la page se déplace des modèles vers le gros titre qui est "ici NEW YORK" et met donc l'accent sur les ´États-Unis en général que les modèles en tenu "américaine" illustrent. Le modèle est ici atténué par la mise en page caractéristique de l'édition journalistique en tenant compte cette fois de la sémantique.

3. Dans la figure 2.3 p11 le modèle est au centre de l'image mais un jeu typographique lui vole la vedette. En effet se trouve collé sur le modèle des types d'accessoires de mode dans des polices différentes et dans des agencements spécifiques qui mettent l'accent sur le texte. De plus si le mannequin porte des accessoire il manque le vêtement principal, caché par un tissus blanc sans forme sur lequel prend place le logogramme des galeries Lafayette. Le tout nous guide vers l'inscription "demain..." écrit dans le jeu de caractère le plus grand de la page. Ici le modèle est présent mais voilé et le sujet de déplace vers les textes et en particulier le message "demain..." grâce au jeu de la typographie.

Nous avons donc trois façons différentes de créer cette atmosphère qui sont l'agencement graphique de la page, puis le choix éditorial proche d'un genre connu et enfin un jeu typographique soutenu.

Il est intéressant de constater que dans les trois exemples, pourtant bien différents, on retrouve une identité visuelle. Bien sûr on retrouve le logogramme "galeries Lafayette" sur tous les visuels mais d'autres constantes sont discernables : les images en noir et blanc (contrainte d'édition de l'époque aidant), des typographies soignées et variées, la présence des modèles présentés sans décors sur un fond blanc (ou gris clair), un jeu de mise en page original et précis, géométrique, et une raison graphique rigoureuse où rien n'est laissé au hasard.

2.3 Trois exemples

Nous allons maintenant nous intéresser à ces trois annonces et voir avec chacune d'elle ce qui fait sa force et ce à l'aide de la grille d'analyse énoncé ci-avant. Ces trois exemples sont différents dans leur esprit et c'est ce qui nous pousse à les choisir aujourd'hui

2.3.1 Premier exemple : Calligramme Apollinaire

Le calligramme d'apollinaire est un poème qui tire son appellation de calligramme de ce qu'il a été pensé par son auteur non pas comme un texte mais comme un graphique. Apollinaire imprimait lui-même sur une presse à bras un certain nombre de ses poèmes et mettait à profit ses connaissances de typographe pour réaliser des poèmes originaux dont le sens s'échappe du texte pour aller vers le graphique. Jean Widmer n'a rien modifié dans la disposition graphique originale du calligramme où cinq lignes semblent tomber du ciel et où les lettres forment des gouttelettes. Il a simplement ajouté dans l'espace disponible en bas à gauche un logogramme des galeries Lafayette et un modèle féminin vêtu d'un imperméable et d'un squelette de

FIG. 2.1 – Annonce presse sans suite, Calligramme Apollinaire, Photo jean Widmer

parapluie.

Cette annonce presse n'a pas connu de suite et il est relativement facile d'imaginer pourquoi. D'abord le texte du poème est assez sombre (retranscrit ligne par ligne de gauche à droite pour respecter le sens classique de lecture) :

> Il pleut des voix de femmes comme si elles étaient mortes même dans le souvenir
> c'est vous aussi qu'il pleut merveilleuses rencontres de ma vie ô gouttelettes
> et ces nuages cabrés se prennent à hennir tout un univers de villes aurieulaires
> écoute tomber les liens qui te retiennent en haut et en bas

On imagine aisément que dans le début des années 1960, ce texte ne colle pas à l'image que les Galeries Lafayette donnaient d'elles-mêmes, texte qui aujourd'hui serait peut être accepté. L'ambiance sombre est renforcé par le parapluie qui n'est qu'un squelette de parapluie, comme s'il ne pouvait arrêter les mots. le choix de la pluie en lui même avec cette ambiance noir et blanc rend une atmosphère mélancolique. Le modèle féminin par contre casse cette mélancolie. Il lie le logogramme des Galeries avec le poème car la tête du modèle repose sur ce dernier tandis que son bras tient le parapluie qui est pointé vers la droite c'est à dire vers la pluie de mots étant donné qu'il n'y a rien d'autre dans la page. Cette disposition inscrit également le logotype dans la page comme un élément de l'espace sur lequel il est possible de se reposer. Cela contribue à donner à la scène une tangibilité et une féminité qui contraste avec l'aspect à la fois éthéré et massif de la pluie de lettre.

Tout dans cette composition trouve donc sa place et les effets contrastent les uns avec les autres. Citons enfin le jeu typographique qui est le choix d'Apollinaire et non de Jean Widmer mais qui contribue à densifier et séparer les lettres de cette pluie. La typographie tient une place importante dans les compositions de Jean Widmer comme on peut le voir sur les deux compositions suivantes.

2.3.2 Second exemple : Publi communiqué

Le visuel 2.2 p8 est un publi communiqué et est donc destiné à être publié dans un quotidien ou un magazine. Les références du ou des magazines dans lequel ce communiqué a paru étant inconnues, il n'est pas possible de tirer des conclusions quant à la mise en page pour savoir comment elle s'articule avec le reste. Nous nous centrerons donc sur les impressions laissées par ce visuel qui est divisé grossièrement en trois parties. ou n deux parties dont l'une se décompose en fait en deux, ce qui revient au même. Ces trois parties sont le **titre**, le **visuel central** et le **texte** sur 5/6 colonnes.

FIG. 2.2 – Annonce presse, Photo Jean Widmer

première partie : le titre

Le titre de ce communiqué n'est pas situé là où on l'attendrait c'est à dire en haut de la page et centré mais il se trouve au milieu sur la gauche. Cela permet de donner moins d'importance au texte en colonnes qui constitue le haut de la page et au contraire donner de l'importance à l'ensemble de l'espace de la page et en particulier au visuel central qui présente les vêtements à vendre. Le fait qu'il soit relativement dégagé du reste des points saillants de la page permet de communiquer un message valable pour l'ensemble de la dite page à savoir :

ici NEW YORK

. On sait donc tout de suite que toute la page présente des choses qui viennent des États-Unis. Autre point remarquable de ce titre, sa typographie et sa casse. Il est écrit en haut de casse dans une police qui rappelle beaucoup les polices utilisées aux États-Unis au milieu du siècle dernier. De plus les lettres sont grasses pour renforcer leur impact visuel et l'aspect compact du titre. Elles possèdent de plus un jambage important qui leur donne de la hauteur. Hauteur des lettres différentes suivant les lettres qui donne une impression unique de découpe de ville, et l'on peut presque y voir New York et ses gratte-ciel. Le titre lui-même fait donc voyager et donne une ambiance. Deux éléments viennent parfaire cette ambiance, et le premier d'entre-eux est le texte.

Texte

Conformément à la mise des journaux, le texte se trouve sur plusieurs colonnes, entre 5 et 6 dans le cas présent et est agrémenté de visuels, tous en rapport avec un paragraphe situé à côté ou au dessus. Dans la mesure ou ceci est un publi communiqué et donc de la publicité, les textes ne sont pas importants et pas forcément à lire même s'ils signifient quelque chose si l'on pousse dans le détail. Les petits visuels par contre parce qu'elles sont rapidement assimilés participent avec le titre général à l'ambiance de la page tout en dispensant de lire le texte. Seules elles seraient déplacés, mais avec un texte, elles participent d'un tout cohérent tant dans sa mise en page que dans leur imaginaire. On retrouve d'ailleurs des visuels stéréotypiques de Amérique : un gentleman à la Lincoln, la diligence du far-west et l'aigle surmonté de l'étoile de marshall ou shérif. Même, et c'est là toute l'ingéniosité de Widmer, le logogramme des galeries lafayette à l'air de faire partie de toute cette composition. Il profite en quelques sortes des autres éléments et y est assimilés alors qu'il n'a pas vraiment d'imaginaire américain en lui-même. Les polices ne sont pas les mêmes sur les 5 colonnes de sorte que le rythme massif de la mise en page journal est cassé pour devenir plus décomposé, plus aérien (c'est une impression personnel).

Visuel central

C'est le point culminant de la page. De part sa position central d'une part, de part la place qu'il occupe dans la page et enfin par le vide laissé autour de lui qui montre bien que c'est là le message essentiel. Véritable éponge de l'ambiance générale, ces vêtements donnent l'impression de venir tout droit des ´États-Unis, renforcé en cela par tous les éléments qui l'entoure dont nous avons parlé et même par le visuel lui-même car le modèle masculin tient un revolver et porte un chapeau, véritable icône du far-west. Et tant pis s'il n'est pas habillé exactement comme un cow-boy, c'est détail que l'on ne remarque pas, nouvelle preuve que l'ensemble est habilement construit. Enfin figure en dernier lieu le prix, seul, en bas de la page à droite et donc dernier endroit où l'on va lire qui conclut, si tout va bien par un achat, cette brillante composition graphique.

Nous allons maintenant nous intéresser à une annonce presse qui contrairement au calligramme d'Apollinaire n'a pas été sans suite mais publiée.

2.3.3 Troisième exemple : Annonce Presse

Le point remarquable de cette annonce est bien sûr la typographie et la mise en page des différentes informations sur la page. Pour commencer, la construction de l'ensemble de la composition est relativement simple. Elle présente un mannequin habillé (on le suppose) complètement mais dont une partie est occultée par un drap blanc. Étant donné l'esthétique et la sophistication de l'ensemble de la page, on comprend que ce drap en est bien un et pas une robe des galeries Lafayette bien que le logotype apparaisse dessus. Ce mannequin occupe presque la totalité de la page en hauteur et ses vêtements sont mis en parallèle avec des mots typographiés et orientés de manière différente.

Le parallèle tient autant à la disposition des mots, situé à droite et à même hauteur que le mannequin qu'à la signification de ces mêmes mots qui désignent les éléments vestimentaires à leurs côtés. Afin d'éviter les surcharges et les effets de liste, les mots ont été orientés soit horizontalement soit verticalement ou bien, quand cela n'était pas possible décalés les uns par rapport aux autres avec un espace important. La hauteur des lettres pour chaque mot diffère elle aussi, donnant à l'ensemble une impression de structure compact mais hétérogène, conforme aux différentes accessoires vestimentaires censés composer le mannequin eux-aussi hétérogène. Le choix des police tient bien sûr une grande importance dans l'impression générale de parallèle entre les mots et leur homologue vestimentaire. La police choisit pour le mot **fourrure** est très ronde dans ses formes avec des empattements ronds eux aussi, conformément à la douceur de la fourrure et à son aspect flou. Pour les **bijoux** par contre, la police est plus sophistiqué, en bâton et jouant sur l'épaisseur tantôt fin, tantôt épais. Dernier exemple avec les

FIG. 2.3 – Annonce presse, Photo Beni Trutmann

deux polices pour **ceintures** et **manteaux** sont très américaines et évoque l'univers du far-west, déjà évoqué dans la composition précédente. En effet ces deux polices font appel à un imaginaire issue de films, journaux ou publicités avec leur double trait en haut de casse ou bien l'épaisseur augmenté en haut et bas de la lettre seulement.

Le mannequin a été choisi en plastique pour rappeler les devantures de magasins mais s'ils sont d'ordinaire habillés (voire nu lorsque la période des soldes arrivent...) celui-ci est en partie masqué. Cela enjoint donc le consommateur à se rendre aux galeries pour découvrir ce qui se trame derrière cet innocent voile blanc. Mystère en partie levé par les mots typographiés qui ne sont eux pas masqué. Autre message dans cette image d'ambiance, le futur. Le titre de la composition est **demain. . .** et cela implique deux choses : que le consommateur découvrira *demain* ce qui se trouve de si important aux galeries Lafayette et que les galeries pensent déjà au futur donne ainsi à peu de frais une image avant-gardiste. Et pour finir de décider le lecteur à se déplacer aux galeries, le mannequin esquisse un mouvement qui la fait quitter son piedestale donnant une sorte d'élan qui conforme à l'idée de futur et donne le mouvement pour aller aux galeries.

On constate au travers de ces trois images que chacune propose une ambiance au lecteur dont profite l'ensemble des produits des galeries Lafayette. On peut aussi voir au travers de ces compositions graphiques que chaque élément à sa place et que rien n'est placé au hasard. Les textes et les typographies comme les images sont soigneusement choisis et placé géométriquement à une place bien précise. Le travail de Widmer est dans ce sens particulièrement enrichissant à observer. Rien n'est surfait, la proportion noir/blanc est parfaitement maîtrisé et l'esprit de la composition saisi instantanément. Pourtant le travail de Widmer aux galeries Lafayette est encore trop contraint par les impératifs de la publicité et souhaitant être libre de créer des compositions plus audacieuse, il quitte les galeries Lafayette et rejoint le journal *le jardin des modes* comme directeur artistique, nouvelle aventure dont nous allons dire quelques mots dès à présent.

Chapitre 3

le jardin des modes

3.1 Une référence

Le jardin des modes est comme son nom l'indique un journal de mode qui présente des vêtements essentiellement de haute couture. Conformément à l'esprit des années 6à dont nous avons dit quelques mots dans la partie précédente, il s'agit là encore de faire parler des images pour donner une atmosphère. La différence avec les galeries Lafayette est qu'ici les impératifs et seuil d'acceptabilité des compositions sont beaucoup plus lâche et la démarche artistique s'en voit grandement amélioré.

Le travail de Jean Widmer ne fait pas exception et les compositions sont plus audacieuses mais conserve toujours cette robustesse structurelle caractéristique. Widmer travaille alors beaucoup sur la photographie comme on peut le voir sur la photo pour la robe Yves Saint Laurent (fig 3.2) à la page 15. Il ne met pas de côté pour autant ses compétences de typographe qu'il mettra à l'oeuvre dès son arrivée au journal pour en refaire le logogramme et le faire coller au nouvel esprit du journal.

Ce nouvel esprit est celui de la mode qui se démocratise et qui même sans être forcément accessible aux classes les moins aisés de la population donne un ton général de ce qui est en vogue. Le jardin des modes aura alors pour credo de mettre cette mode en scène et nourrir ainsi l'imaginaire collectif. Le journal est un biais de rapprochement pour faire sortir la mode de l'esprit élitiste dans lequel elle est plongé. Widmer inscrira le journal dans son temps en y faisant référence à tous les domaines artistiques de l'époque : on retrouve notamment la sculptures avec Bontecou (fig 3.4 p18), la peinture avec l'évocation de Kandinsky (fig 3.5 p19) et même la musique avec le peigne, alors figure des Beatles qui triomphent à l'époque (fig 3.1 p14). Cet ensemble de références associé aux photographies de mode font du magazine LA référence de l'époque en matière de mode.

Nous allons maintenant détailler deux visuels du jardin des modes dont Widmer est à l'origine afin d'illustrer les points abordés ci-avant. Ces deux

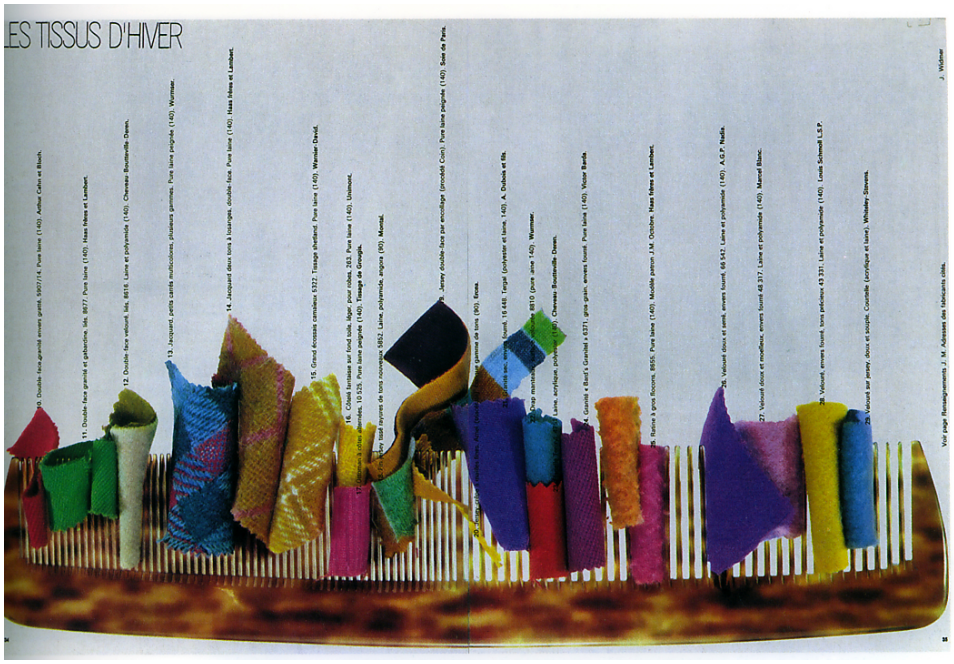

FIG. 3.1 – peigne

visuels sont d'une part la photo d'une robe Yves Saint Laurent et d'autre part, une page présentant deux robes aux motifs géométriques.

3.2 Analyse de visuels

3.2.1 Robe YSL, photo de J. Widmer

Ce premier visuel présente donc une robe pop-art dessiné par Yves Saint Laurent, alors valeur montante et participant actif du renouveau de la mode France. Ce visuel n'est qu'une photographie et ne présente aucun texte. Elle a été choisi pour l'impression de rigueur qui s'en dégage, propre au travail de Jean Widmer et que nous allons détailler maintenant.

Cette photographie présente une femme accoudé sur l'arrière d'une voiture. Nous distinguerons 4 points dans cette composition : le jeu de contrastes avec le noir et blanc, la construction de l'espace, le scénario de lecture avec les visages, et enfin l'influence américaine. Même si ces points sont abordés séparément pour structure ce rapport, ils sont intrinsèquement liés dans l'image et c'est ce qui fait sa grande force.

FIG. 3.2 – robe pop art

contraste noir et blanc

La composition graphique proposée est en noir et blanc. Il faut tout de suite préciser que ceci n'est pas lié aux contraintes d'édition de l'époque car le journal paraissait en couleur. On mettra de côté le prix de la couleur par rapport au noir dans le choix de ce visuel car il n'est, par intuition, pas pertinent ici. Le choix du noir et blanc tient plutôt au fait que la robe présenté n'utilise que du noir et du blanc sans gris et si la page avait été en couleur, elle serait ressorti toute seule tout de suite. Judicieusement, Widmer a choisi de la plonger dans un contexte lui même noir et blanc de sorte qu'il est possible de construire un structure graphique complexe sans qu'aucun des éléments ne prenne le dessus sur les autres via la couleur.

Cette composition frappe par les violents contrastes qu'elle met en jeu. La noir en elle même avec sa bichromie est déjà fortement contrasté mais Widmer en ajoute avec son modèle féminin qui a la peau qui ressort très blanche alors que ses cheveux sont noir. La voiture sur laquelle s'accoude la jeune femme est elle aussi un parfait générateur de contraste car elle est chromé avec une peinture métallisé foncé. Le ciel lui est gris très clair. la composition joue donc un double jeu : celui de la bichromie manichéenne sur le modèle et un jeu plus subtil de nuances de gris et de reflets sur la voiture. Pour autant l'équilibre entre les parties sombres et les parties claires est très bien réalisé. On n'a ni l'impression que l'image soit particulièrement sombre ni qu'elle soit très clair. Ceci est confirmé si l'on fait un histogramme (fig 3.3 p16) de répartition des niveaux de gris dans l'image : On constate sur ce

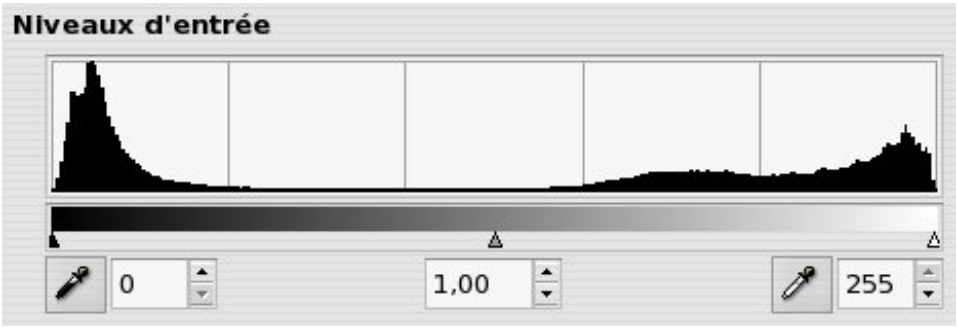

FIG. 3.3 – Histogramme de répartition des niveaux de gris dans la figure 3.2 p15

dernier qu'il y a en gros deux zones, l'une proche de 0 qui correspond au noir et l'autre proche de 255 qui correspond au blanc. L'impression de bichromie assez franche au premier coup d'oeil est donc confirmé par cet histogramme. Ces deux possède d'ailleurs à peu de choses près le même nombre de pixel, ce qui là encore confirme la première impression. Reste enfin une distribution de gris assez clair qui vient pimenter la visualisation, particulièrement dans la

zone de l'image qui contient la voiture. Les contrastes étant mis en évidence, il faut maintenant construire l'espace de la scène, ce que nous allons voir dans le paragraphe suivant.

Construction de l'espace

L'espace de ce visuel est conçu de tel sorte que tous les éléments sont en équilibre les uns par rapport aux autres. L'image est construite autour du visage féminin qui forme une diagonale. Au dessus de cette diagonale se trouve le visage du modèle et l'oeil qui figure sur la robe, ainsi que le fond clair de l'image. de l'autre côté, se trouve la voiture, elle-même aux formes sculpturales et pouvus de nombreux accessoires graphiques comme les feux arrière situés en hauteur et l'aileron. En fait cet aileron soutient la femme qui se trouve en déséquilibre. Elle semble accoudé mais ne repose pas son coude. Elle appuie sur la voiture, et concentre la tension vers l'aileron qui la soutient. De la sorte on peut suivre la diagonale de la robe qui nous guide vers la voiture et inversement. Cet espace très bien rempli est aussi ludique comme nous allons le voir maintenant.

Scénario de lecture

Ce visuel présente une robe sur laquelle se trouve une tête blanche dont la bouche est ouverte. Widmer fait coïncider la bouche ouverte avec les feux arrière de la voiture. On a donc l'impression que ce visage s'apprête à croquer la voiture. Le deuxième visage est celui du modèle qui porte la robe qui se trouve dans le même profil que le visage sur sa robe mais cette fois sa bouche clairement fermée, mis en évidence par ses cheveux qui la recouvre. Sa robe croque et son visage non, sorte de tension introverti et l'autre non. En regardant attentivement et en ayant au préalable regardé un peu le travail de Bontecou, on trouve un troisième visage et ce sur la voiture. C'est une conjoncture et l'on ne sait pas si c'est voulu mais connaissant un peu le travail de Widmer, il est fort possible que cela soit fait exprès. Le feu arrière qui va se faire manger sont les yeux et le gros feu ovoïdal en dessous la bouche. le nez est symbolisé par l'arrête chromé vertical. Et pour couronner le tout, le dernier visage semble étonné, ce qui colle à la situation. On peut donc s'amuser à voir dans cette image trois visages tous les trois avec une expression différente mais qui rende cette photographie très ludique avec plusieurs niveaux de lecture. Reste que l'ambiance dans cette photo est très américaine et ce pour plusieurs raisons que nous allons voir maintenant.

Influence américaine

L'influence d'outre-atlantique essentiellement de la voiture. Il est certain que ce modèle de voiture semble tout droit venir des États-Unis. Les chromes à l'arrière, la forme des feux et la taille que l'on devine particulièrement

imposante sont autant d'indice compris par le lecteur de cette photo. Cela place la robe et son modèle dans une ambiance particulière qui tranche avec notre ambiance à la française, tout de suite la robe prend de la dimension, elle est porté par cette grosse cylindrée. La deuxième référence est artistique avec le gros ovale de l'un des feux arrière qui évoque une sculpture de Lee Bontecou dont vous trouverez dans la figure 3.4 p18 un exemple. Cette artiste

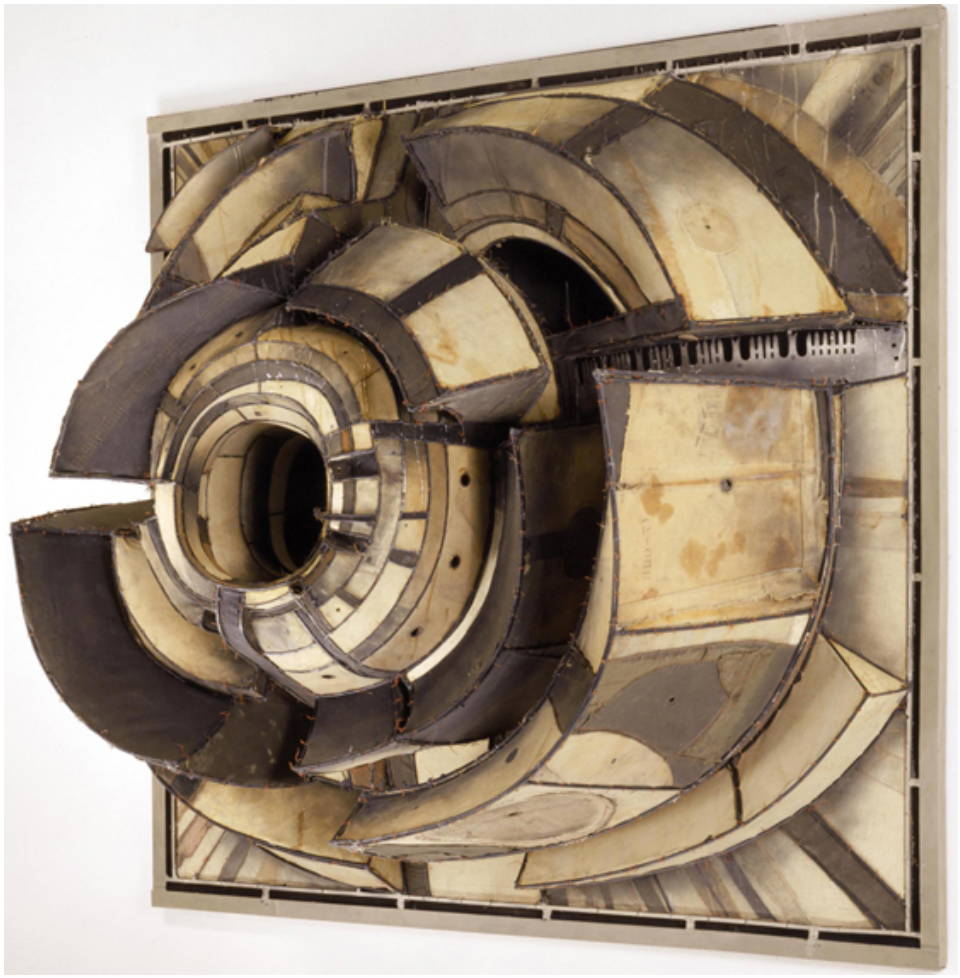

FIG. 3.4 – Sculpture de Lee Bontecou

New Yorkaise a eu beaucoup de succès à la fin des années 50 et a produit de nombreuses oeuvres qui ont souvent cette forme. Widmer a fait un séjour au tout début des années 60 à New York et a ramené comme on l'a vu déjà dans les annonces presses des galeries Lafayette un imaginaire américain riche dont il s'inspire dans ses créations. C'en est là un exemple. Utiliser ainsi une forme d'une artiste connue et reconnue à l'époque contribue aussi

à la notoriété en matière de référence du jardin des modes qui véritablement donne le ton en agrégeant tous les domaines artistiques contemporains au service de la mode.

Dernière remarque sur cette photo, le fait que l'on ne voit pas le photographe. En effet, l'arrière de la voiture est chromé et reflète donc ce qui se trouve face à elle, or on ne voit pas Widmer derrière son objectif. Cela paraît peut important aujourd'hui car l'on peut facilement corriger les images en numérique mais cela devait être plus difficile dans les années 60 et accentue encore la qualité de cette composition.

3.2.2 Comparatif de robes

Nous allons maintenant dire deux mots avant de conclure d'un comparatif de robe paru lui aussi dans le *jardin des modes* qui montre la complémentarité de l'approche de Widmer : Cette composition présente deux robes l'une à

FIG. 3.5 – comparatif des robes

gauche et l'autre à droite sur lesquelles se trouve des motifs géométriques. Le plus surprenant sur cette image est la tache qui prend presque toute la place au centre et donne l'impression de repousser les deux mannequins sur ses extrémités. D'autant plus surprenant que la forme/tache présenté ne représente rien de particulier. Pourtant, situé au centre avec une grande part du noir de la page, c'est elle qui constitue le plus important dans la page. Encore une fois ici, l'important a été mis sur l'ambiance et non sur une

comparaison classique de robe. Cette forme non géométrique tranche avec les deux robes qui elles ont des motifs géométriques sous forme de lignes. Le titre de la page (en gras) lui aussi est à demi obscur avec son "ligne tache pois". L'effet conjugué de la tâche centrale et de ce titre font que toute l'attention du lecteur est porté sur lesmotifs des robes. Motifs qu'il était d'autant plus important de séparé qu'ils sont différents. Placés côte à côte, les motifs de deux robes se seraient gênés mais ici, séparés comme ils le sont par une forme non géométrique, ils attirent l'attention. La construction graphique est donc tout à fait opportune et pertinente.

Ensuite du point de vue de la mise en page des textes, rien d'extraordinaire mais du du très bien pensé, qui mérite qu'on le signale. en effet, au lieu de référer aux robes en plaçant des indices dans le texte ou en dénaturant le visuel avec des flèches ou autre artifice graphique attirant l'attention, les deux paragraphes pour les deux robes sont placé l'un à côté de l'autre tout en respectant leur agencement spatial et en les démarquant du reste du texte. Le texte commun aux deux robes est sur une colonne alors que celui des caractéristiques/comparatif est en deux colonnes, à gauche pour la robe de gauche et à droite pour la robe de droite. On comprend ainsi instinctivement et de suite quel texte parle de quoi. Enfin le titre est placé en bas du texte, ce qui en plus d'être assez original évite l'effet institutionnel du journal classique et au contraire jour sur la sophistication.

Dernier point sur lequel on peut s'attarder l'espace de quelques phrases : la notion de "ligne tache pois" du titre. Ceci est une référence directe, dans sa formulation au titre d'un livre de Kandinsky qui s'intitule point etlignee sur plan. Kandinsky est un artiste très connu à l'époque qui se distingue par ses tableaux abstraits qui reviennent aux fondementaux du graphique, à savoir le point et la ligne (auquel s'ajoute la zone ou tache) sur un plan (bidimensionnelle). Cette référence en plus de placer le journal dans lequel paraît l'article dans une dynamique artistique que nous avons déjà montré, contribue un peu plus à l'ambiance de la composition graphique et sert les robes présentés pour inciter le lecteur à comprendre qu'elles sont aussi une forme d'art. Le fait que Widmer fait référence à kandinsky n'est pas un hasard et s'explique par le fait que Kandinsky a beaucoup participé au mouvement du Bauhaus. Or l'école suisse de Widmer participe à ce mouvement, sous l'impulsion notamment de son directeur de l'époque Itten qui lui aussi contribue beaucoup au Bauhaus.

Véritable condensé de la mode et des avancés du graphisme en France, le jardin des modes a donc sous l'impulsion de Widmer et de ses successeurs acquit une renommée et un statut enviable de référence tant dans la mode que le graphisme, photographie, etc. Véritable laboratoire de design dont nous venons de voir quelques aspects avec la présentation de ces deux visuels. Place maintenant à la conclusion.

Chapitre 4

Conclusion

Nous avons vu au cours de ce rapport l'apport de Widmer dans les années 60 pour la graphique en France. D'abord aux galeries Lafayette qui changent leur façon de communiquer et passe de produits à une image. c'est la notion d'image atmosphérique que Widmer met en images en jouant de tous les ressorts graphiques que les galeries lui permettent de mettre oeuvre. Mais ce cadre contraint ne convient pas à Widmer qui quitte les galeries pour le jardin des modes qui va devenir un journal de référence. Widmer s'yprêtee à la photographie avec talent mais n'oublie la typographie et le graphisme.

On a pu constater dans l'ensemble des visuels proposés qu'ils sont tous relativement riche et que l'on peut en dire beaucoup de choses. Si cela est possible c'est avant tout parce que les images parlent et pas n'importe comment. La façon dont chaque élément est intégrer à la page donne l'impression d'une grande précision dans les choix graphiques et la disposition des éléments. On peut donc en parlant en s'appuyant sur le fait que les images signifient quelque chose, ce qui plaisant quand on compare avec lematraquagee visuel de basse qualité dont nous sommes l'objet de nos jours. Cette rigueur au service de l'image est la caractéristique de Widmer et nous avons pu la mettre en évidence dans l'ensemble des visuels présentés. Cette raison graphique forte, qui porte souvent des scénarios sert à communiquer un message de la meilleur façon possible. Ce n'est bien entendu pas la seule mais elle est adapter à son sujet. D'autres communications visuelles demanderont plus de flou et de liberté laissé au lecteur mais il s'agit là bel et bien d'un choix de conception. Quoi qu'il en soit, dans les messages précis et rigoureux, Widmer fait référence, ce qui n'a pas échappé aux nombreux commanditaires des projets suivants auquel il a participé. Car l'oeuvre de J. Widmer ne s'arrête pas aux années 60 bien entendu, mais nous nous en tiendrons là pour le présent rapport !