



EXPOSITION D'AUTOCOLLANTS POLITIQUES

2.03 > 27.03 2011

Vernissage le 2 mars à 18h

En partenariat avec



LES ÉDITIONS **E** LIBERTAIRES

LA LUTTE DES SIGNES, 100 ANS D'AUTOCOLLANTS POLITIQUES

Ces sales petits papiers collants sont partout : murs, mobilier urbain, Atribus, couloirs du métro, ils nous harcèlent et ne nous laissent aucun répit. Si la rue est le royaume des signes, l'autocollant en est tout à la fois le troubadour et le bouffon. Son objectif, capter l'attention. Une fois le regard attrapé, il tente de nous enrôler.

Pouvons-nous imaginer nos rues sans autocollants ? Nous qui sommes habitués à cette transpiration des murs, ne ressentirions-nous pas un manque, une sensation de vide ? Une ville sans autocollants est une ville morte, pauvre et sans identité, privée de cette agitation de la pensée si nécessaire aux sociétés vivantes.

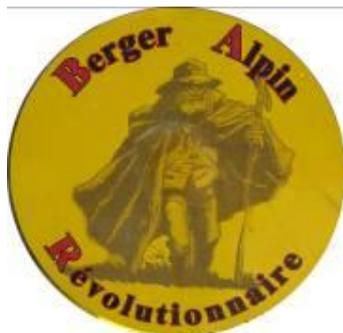
L'exposition, bâtie autour du livre : *La Lutte des signes*, vous embarque pour un centre du monde discret, mais captivant, de l'autocollant politique. Celui des grandes organisations, conçu et fabriqué par les directions centrales, mais surtout celui issu de ces myriades de collectifs, de groupes locaux qui donnent une visibilité à la vie citoyenne de nos villes et nos campagnes. Véritables boutons de fièvre d'une activité de fourmis d'où sortent des «objets graphiques» de qualité très inégale. Tant d'individus, non prédestinés à jouer les artistes, se révèlent faiseurs d'images. Le créateur de signes est donc un artiste populaire. On peut aller plus loin en affirmant que l'autocollant politique ou social est un élément de la culture populaire, une culture de masse, faite par et pour le plus grand nombre.

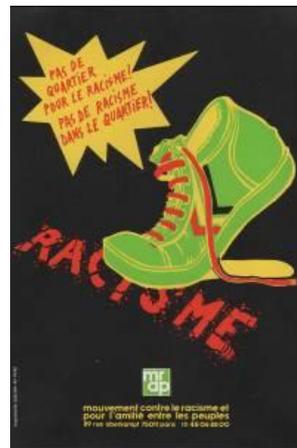
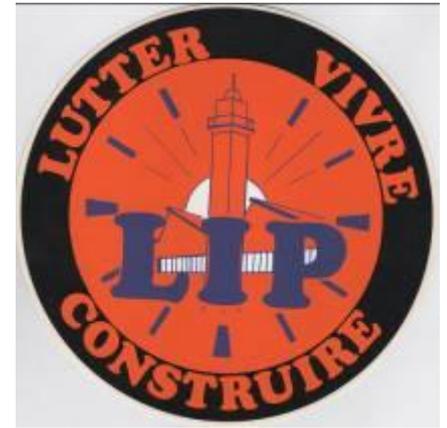
Pour connaître la situation sociale d'un quartier, d'une ville, d'un pays, il suffit, paraît-il, de regarder ce que racontent ses murs. Nous vous proposons une balade de cent ans sur les murs des villes et des campagnes françaises.

Bienvenue dans le monde de la lutte... des signes

Zvonimir Novak, Wally Rosell

Une exposition qui regroupe plus de 600 autocollants de 1880 à 2010





AUTOCOLLANT ? « SE DIT D'UNE IMAGE QUI ADHÈRE SANS ETRE HUMECTÉE »

L'outil « autocollant » est récent. A partir des années 1970, il remplace le « papillon » et autres « vignettes » qui furent ses ancêtres propagandistes. Depuis, il retrace la vie sociale et politique, en direct, par les principaux acteurs du terrain : les militants.

Ne croyez pas que l'autocollant marque les débuts de la propagande de rue, ni celle de l'utilisation massive des petits papiers collés sur les murs. Ces petits tracts illustrés sont présents dès la Révolution française. Au milieu du XIXe siècle, son prédécesseur assuré est la vignette, généralement décrite comme un petit papier illustré au recto et gommé au verso, que l'on humidifiait avec la langue (ou une éponge) pour le coller.

A ses débuts, la vignette politique est la réplique parfaite du timbre-poste, sa différence provient de son émission privée et non de celle de l'Etat. La méprise est totale car les premières vignettes étaient dentelées et possédaient même une valeur. Celles-ci servaient à propager les idées, mais aussi à financer l'action des organisations politiques et syndicales naissantes, en récoltant de l'argent.

Tous les événements sociaux et politiques français feront l'objet d'une irruption de vignettes gommées : naissance du syndicalisme, affaire Dreyfus, guerre de 1914, entre-deux guerres avec l'apparition du Parti communiste et du fascisme, le Front populaire, la Libération, les « trente glorieuses, » les diverses élections présidentielles, les grands mouvements sociaux (1986, 1995, 2003, 2005, 2010), etc. Seule exception : Mai 68 et ses affiches sérigraphiées.

L'autocollant (dans sa forme actuelle) apparaît au début des années 1960 aux Etats-Unis, lors de la campagne présidentielle de J.F. Kennedy. Ses qualités pratiques remarquées, il deviendra vite l'outil privilégié des mouvements contestataires américains.

Sa première apparition française se situe en 1968 à l'ORTF (occupée par les grévistes). Sa généralisation a lieu dans le climat post-soixante-huit avec l'avènement des nouvelles pratiques militantes, d'avancées technologiques (micro-ordinateurs, PAO et papier adapté) et de nouveaux thèmes : féminisme, écologie, antimilitarisme, luttes urbaines.

Il est séditieux, de nature libertaire, issu de groupes souvent rétifs aux structures partidaires. Il doit aussi son succès à sa facilité de fabrication et de pose. L'affiche reste coincée dans le cadre étroit du rectangle, l'autocollant adopte - au contraire - les figures les plus variées, du cercle au triangle en passant par toutes les formes découpées comme la main, le cœur, la bulle de BD ou encore le pied. Il peut se porter comme signe de reconnaissance et se distribue comme un tract.

Contrairement à ce que l'on peut croire, la présence visuelle du politique a reculé, les affiches et graffitis politiques se sont raréfiés. Comme il n'y a plus de murs à prendre, les bancs publics, les panneaux de signalisation, le mobilier urbain et les manifestants deviennent le terrain de prédilection de l'autocollant.

Si les murs de nos villes n'appartiennent pas aux propriétaires mais aux passants qui les regardent, à qui appartiennent les autocollants ? A ceux qui les produisent ou à ceux qui les regardent ?

L'AUTOCOLLANT EST-IL UNE PETITE AFFICHE ?

Les deux supports sont certes très proches par leurs codes graphiques, mais différents, car l'autocollant remplit d'autres fonctions. L'affiche, pour employer une formule imagée est l'artillerie lourde de la propagande et l'autocollant son arme légère, adaptée à la guérilla des signes. Sans aucun doute, il est devenu un média indépendant de l'affiche politique et s'est émancipé grâce à de nouvelles formes artistiques.

QUELLES SONT LES FONCTIONS QUI LUI SONT GÉNÉRALEMENT DÉVOLUES ?

L'appartenance : les manifestations fournissent un bon exemple de cette fonction d'appartenance où les responsables politiques et syndicaux, regroupés en tête de cortège, arborent l'autocollant de leurs organisations respectives. Une technique d'identification médiatique, pour se faire reconnaître devant les caméras de télévision et les photographes de presse.

L'actualité : il répond rapidement à un événement précis et réagit à chaud à l'actualité. Il est rare, car distribué lors d'une manifestation spontanée. Si on n'y est pas, il vous échappe. C'est le document de l'histoire en mouvement qui s'accélère. Les tracts et les affiches remplissent aussi ce rôle de porte-voix. Il est facile de l'identifier grâce à son inscription, sa date et le lieu.

La promotion : son objectif est de faire connaître un média ou du matériel politique, pour nous inciter à le consommer et, hormis Internet, c'est l'unique moyen d'effectuer cette promotion. Finalement, c'est de la publicité clandestine tolérée, largement utilisée par les milieux du rap et du rock alternatif.

La visibilité : c'est la quintessence de l'autocollant. On pourrait l'appeler aussi autocollant de reconnaissance ou de promotion. Car c'est bien là sa finalité même: faire connaître une organisation politique, nous la présenter, lui donner un visage, pour l'imprimer dans notre univers mental. L'organisation politique cherche à se projeter visuellement, et pour ce faire, elle utilise les trois ingrédients de base de l'autocollant : l'image, le sigle et le slogan.

L'expression libre : l'autocollant est atypique, unique et a pour particularité d'être conçu par une personne ou un groupe restreint. Son objectif : manifester, extérioriser et libérer la pensée individuelle. Il évoque un cri de colère, de désespoir ou un fantôme guidé par l'irrésistible besoin de s'exprimer. Ce désir est parfois si convulsif que ces autocollants se montrent injurieux, incompréhensibles et hors la loi tant ils sont passionnels. L'autocollant est un outil bien adapté à cette boulimie d'expression. Il se fait graffiti, en moins spontané, mais tout aussi rageur et libérateur.



INTERVIEWS DE CONCEPTEURS D'AUTOCOLLANTS

Frédéric SPEELMAN, milite au NPA. Il a travaillé plus de dix ans comme graphiste pour la LCR et a commencé son activité durant l'élection présidentielle de 1995.

Zvonimir Novak : autocollant / affiche, comment choisis-tu ?

Frédéric Speelman : l'autocollant est surtout conçu pour les manifestations, le tirage dépend de l'ampleur de la manif' et de l'outil utilisé, photocopieuse ou imprimerie. Il a différentes fonctions, il remplace le badge en le collant sur les vêtements. Le badge est payant, alors que l'autocollant est rapide à réaliser et gratuit. On peut aussi plaquer des autocollants sur le parcours de la manifestation pour qu'ils restent. Je me souviens d'une manif de soutien aux Michelin où une Porsche 911 avait été entièrement recouverte de centaines d'autocollants... Une voiture qui coûte l'équivalent de vingt ans d'un salaire ouvrier, ça énerve forcément.

Z.N. : comment s'élaborent tes idées ?

F.S. : cela dépend du sujet ! Pour la campagne de Besancenot en 2007, j'ai cherché à marquer la différence avec les autres en prenant le contre-pied d'une campagne dont les slogans étaient particulièrement creux. J'ai proposé l'explicatif, une question posée avec beaucoup de texte. En posant une question, le lecteur s'interroge !

Sur la série des municipales de mars 2001, c'était la première fois que l'on faisait des tirages en quadrichromie. L'idée était de réaliser une sorte de bande dessinée au graphisme simple : une série d'une dizaine de motifs et de thèmes différents lisibles à la même hauteur. J'ai créé moi-même les dessins.

La principale difficulté pour trouver des idées, c'est le temps : si je passe une journée à chercher, le résultat sera meilleur que si les autocollants sont pensés dans l'agitation.

Mathieu COLLOGHAN a en charge la production graphique du mouvement « Alternatifs » et se définit comme « salarié tous corps d'image. »

Zvonimir Novak : quel est ton processus de travail ?

Mathieu Colloghan : j'essaie de ne pas répondre totalement à la commande pour ne pas me laisser emprisonner. Je démarre soit par une formule, soit par un visuel mais dans le traitement je privilégie toujours le visuel au texte. Je ne recherche pas le choc des images mais plutôt l'empathie. Je vérifie toujours qu'il n'y a pas une double entrée, c'est-à-dire un autre sens en prenant le temps d'une seconde lecture pour éviter les contresens.

Z.N. : que penses-tu des lois restrictives sur l'affichage public comme celle de 1979 ? Est-ce que l'argument de pollution visuelle est acceptable ?

M.C. : en l'absence d'affichage organisé, l'interdiction est bien sûr un étouffement de la démocratie, car nombreux sont ceux qui n'ont pas accès aux grands médias. S'il y a un vrai problème, c'est bien l'affichage commercial. Un mouvement antipub comme les Déboulonneurs s'attaque à l'affichage publicitaire, mais une partie d'entre eux ne fait pas la distinction entre image commerciale et image de propagande. Cela revient à demander l'interdiction des images. C'est dangereux.

Cédric BIAGINI est graphiste, éditeur et militant libertaire

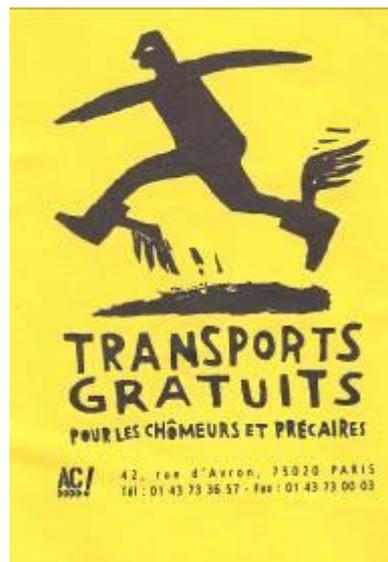
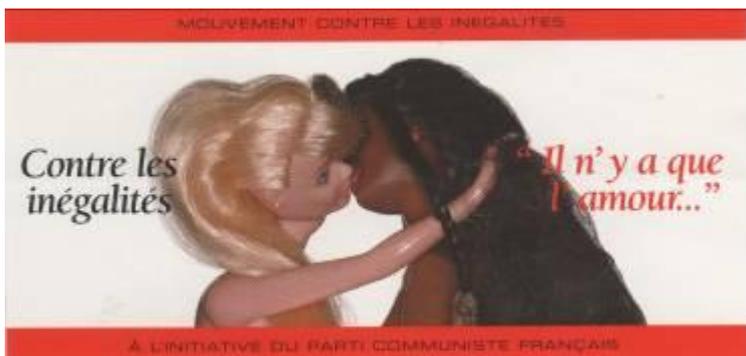
Zvonimir Novak : que penses-tu de l'autocollant ?

Cédric Biagini : l'autocollant, qu'il soit politique ou non, est un support qui colle bien à son époque. Il se transporte facilement et peut se produire en grande quantité. N'importe qui peut l'apposer n'importe où et en peu de temps, contrairement à l'affiche qui nécessite une certaine organisation. Il revêt une forme individualiste et nomade bien dans l'air du temps, c'est son côté conformiste. Mais il permet aussi de se réapproprier un espace public de plus en plus privatisé et aseptisé, c'est son côté rebelle.

Z.N. : je constate que le graphiste politique joue un rôle de plus en plus fondamental au sein des organisations, es-tu d'accord ?

C.B. : depuis les années 1980, la société de la communication a tout investi. Internet a démultiplié la diffusion d'images, nous baignons dans une immense vidéosphère dans laquelle nous nous repérons difficilement. Pour un «groupe d'opinion», créer des images est donc devenu un enjeu crucial.

Malgré cet impératif et la massification des outils informatiques, la qualité graphique est plutôt médiocre et conformiste. La rencontre entre les structures politiques et les ateliers de graphisme possédant un véritable savoir-faire et une culture de métier n'a pas encore eu lieu.



Zvonimir Novak est professeur d'arts appliqués. Dans les années 1970, il participe à de nombreuses luttes et mouvements sociaux. C'est en 1978 qu'il commence à collecter les autocollants « politiques » sous toutes ses formes, aujourd'hui, sa collection en compte près de 20 000 exemplaires. Il participe à un réseau européen de passionnés échangeant informations, études et autocollants. En 2009, après de nombreux articles sur le graphisme politique, Zvonimir Novak publie *La Lutte des signes, 40 ans d'autocollants politique*, seule étude connue sur ce sujet. Aujourd'hui, il rédige une suite sur la propagande graphique de droite et d'extrême droite.

Wally Rosell est lycéen quand il participe au printemps Rouge et Noir de Mai 1968. Depuis, son engagement militant n'a pas cessé. En 1981, il contribue à la fondation de Radio libertaire où il sera plusieurs fois « mandaté ». Entre 1990 (la première guerre du golf) et 2003 (le Forum social libertaire), il sera en charge des « relations extérieures » (la propagande) au sein de la Fédération anarchiste. En 2005-2007, il publie une analyse des affiches de la guerre d'Espagne en deux tomes: *Les Affiches des combattant-e-s de la liberté*. En 2009, il participe activement à l'édition de l'ouvrage de Zvonimir Novak.



Matraque • Charter • Kärcher

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

