

Jean Widmer, c'est



l'homme qui révolutionna  
les concepts du graphisme



1929 - 1950

## Formation



Formation dans une école  
d'Arts appliqués à Zurich  
sous la direction de  
Johannes Itten du Bauhaus

1955 - 1969

## Directeur artistique



1959 - 1961  
Galeries Lafayette

1955 - 1959  
SNIP

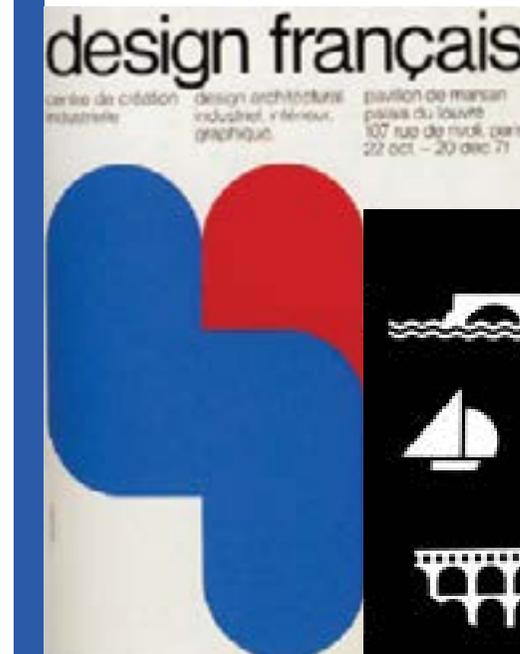


1961 - 1969  
Le jardin des modes  
magazine français

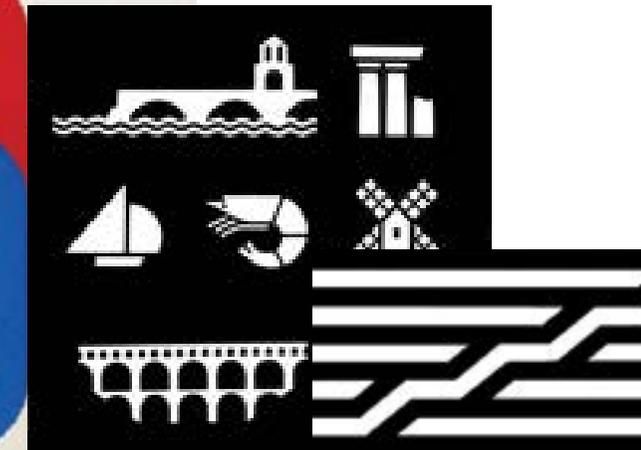
1960  
Enseignant  
à l'ENSAD

1969 - 2015

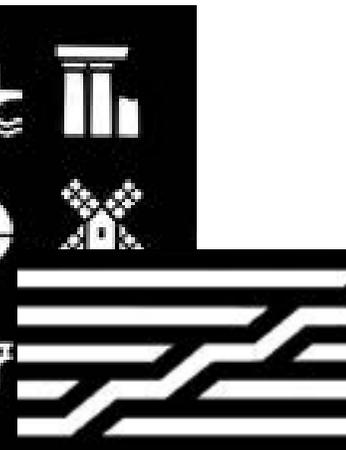
## Agence Visuel Design



1969, 1985  
Série d'affiches  
Identité visuelle du  
Centre de Création  
Industrielle (CCI)



1972 - 1978  
animation touristique  
des autoroutes  
du sud de la France



1977  
Identité visuelle  
Centre Georges Pompidou



1990  
Président  
de l'AGI

1994  
Signalétique  
aéroports  
de Paris

Jean Widmer a d'abord été influencé par ses professeurs. Walter Binder, qui apprenait à ses élèves à dessiner de mémoire et Hans Falk, qui lui a appris à observer les animaux du zoo. D'autres ont compté, comme Otto Morach, un peintre qui lui a fait comprendre combien l'inspiration comptait plus que la réalité des choses, comme Walter Käch, pour la qualité de ses cours de calligraphie et de dessin de lettres, ou Ernst Keller qui gravait ses affiches sur du Lino en direct. Apollinaire, les constructivistes russes ou les dadaïstes font également partie de ses influences.

L'école suisse qui s'inspire des théories du Bauhaus, démarre avec Johannes Itten. Celui-ci incitait les élèves à penser par eux-mêmes en rejetant routine et préjugés.

“ Ce sont toutes ces impressions qui m'ont donné le désir de créer pour la vie de tous les jours ”



1955 - 1959

DIRECTEUR ARTISTIQUE SNIP

En 1955, Jean Widmer prend la direction artistique de la Société Nouvelle d'Information et de Publicité. Jacques de Pindray défend avec enthousiasme une démarche créative et audacieuse. La SNIP est alors une véritable ruche où s'active la nouvelle génération. Jean Widmer jouit alors d'une importante liberté de création dont il use en se servant de la typographie Helvetica, héritage de son enseignement à Zurich.

Son travail, profondément inscrit dans son époque, s'enrichit non seulement des progrès techniques mais aussi des influences artistiques d'alors, notamment en photographie, où succèdent aux poses figées des années précédentes, de véritables plans séquences, les mannequins évoluant dans des poses en harmonie avec le fond abstrait.



1959 - 1961

DIRECTEUR ARTISTIQUE GALERIES LAFAYETTE

Succédant à Peter Knapp comme directeur artistique des ateliers de publicité, Jean Widmer poursuit son œuvre en rompant avec la communication d'annonces aux meilleurs prix et avec la tradition des catalogues aux articles sagement référencés. Il suggère la notion de collection plutôt que d'aligner des articles et propose une politique de communication imaginative. Il conçoit des présentations insolites et des jeux typographiques rappelant les calligrammes dadaïstes et les collages avant-gardistes. Ce sont des nouveaux codes visuels que Jean Widmer introduit dans la publicité où la composition de l'image dépend à la fois de la photo et de la lettre, qui perd son rôle accessoire habituel.



1969 - 1975

CENTRE DE CRÉATION INDUSTRIELLE

Premier Centre de design français, François Barré, alors directeur adjoint demande à Jean Widmer de créer l'identité visuelle du Centre de Création Industrielle, ainsi que les affiches accompagnant les expositions.

Les affiches sont conçues à partir d'un même concept : un jeu de formes fondamentales (carré, cercle, triangle) et d'assemblage, une gamme de couleurs franches, contrastées et volontairement répétitives, une utilisation exclusive de l'Helvetica.

En adoptant un graphisme minimaliste, sans anecdote, et en refusant toute représentation de l'objet exposé, Jean Widmer a fait de ces affiches un manifeste pour le graphisme contemporain.



En 1972 les sociétés d'autoroute commandent à Jean Widmer, une signalétique culturelle pour les autoroutes du sud de la France pour rompre la monotonie des trajets en voitures tout en suscitant la curiosité de l'automobiliste pour l'espace naturel, le patrimoine artistique, architectural et urbain des régions traversées.

Pour cela il fallait créer un langage universel, permettre une lecture rapide, définir des messages distincts de la signalisation routière réglementaire et enfin rechercher un système ludique. Jean Widmer s'inspire des hiéroglyphes égyptiens et fait des pictogrammes qui évoquent le patrimoine régional et culturel et qui sont réduits à l'essence même de leur forme et de leur signification. Ainsi le message est perçu instantanément et la lecture se présente comme un jeu.



1974 - 1977

CENTRE GEORGES POMPIDOU

En 1977, Jean Widmer conçoit l'identité visuelle du nouveau Centre Georges Pompidou à Paris.

Le centre regroupe des activités pluridisciplinaires : la peinture, la sculpture, l'architecture, le design, la littérature et la musique. Pour s'adapter à la pluridisciplinarité des domaines et à la complexité de l'architecture il fallait une typographie originale et une signalétique adaptée.

La signalétique est verticale car Widmer voulait l'intégrer à l'architecture, ne pas encombrer l'espace et informer un maximum sans gêner la vision et attirer l'attention du public en rompant avec ses habitudes. Il y a un code coloré qui répond à un besoin fonctionnel d'identification et pas un désir décoratif. Chaque département possède une couleur qui en permet la reconnaissance. Widmer a choisi les couleurs selon leur symbolique.

Créé en 1978, le logo, toujours en usage aujourd'hui, est devenu un repère dans l'histoire du design graphique récent.

“ Je cherche à être simple et direct. Mon but n'est pas de faire du graphisme spectaculaire ”



Jean Widmer et **Bruno Monguzzi** ont été choisis pour concevoir la signalétique du musée d'Orsay, à l'issue d'un concours international, en 1983. Cette même équipe a été chargée ensuite de travailler l'identité visuelle et des documents administratifs.

Les graphistes ont dû analyser les problèmes d'orientation induits par la variété des espaces et des itinéraires. Les panneaux d'orientations sont écrits en quatre langues. Le dispositif signalétique d'orientation joue un rôle de médiation entre le très grand nombre d'œuvres et la surface imposante des lieux.

Deux gammes de couleurs sont employées : l'une monochrome, à base de noir, de blanc et gris pour l'image institutionnelle, l'autre, qui utilise le noir, blanc, gris, rouge, brun et vert pour la signalétique.

Cette ligne graphique d'une très grande élégance, est d'ores et déjà considérée comme une référence et a obtenu le Janus de l'Institut français du design industriel.

M  
O



1987

THÉÂTRE NATIONAL DE LA COLLINE

L'identité visuelle de ce nouveau théâtre, construit par Jean Perrottet et Valentin Fabre et situé au cœur de Paris, a fait l'objet de candidatures restreint sur présentation de dossier. Le logotype, décliné sur l'ensemble des supports de communication, s'inspire de l'architecture de la salle et reprend la symbolique de l'amphithéâtre. Il suggère le dessin des gradins et le mouvement du regard des spectateurs vers la scène.



Depuis les études graphiques et la création de l'alphabet Roissy par Adrian Frutiger au début des années soixante-dix, une évolution s'imposait, et les Aéroports de Paris souhaitent adapter la signalétique aux nouvelles architectures. L'analyse de l'agence Visuel Design a mis en lumière les difficultés de lecture des installations en place et, par suite, les difficultés d'appréhension de l'espace. Les nouvelles règles graphiques ont été définies de manière à intégrer les besoins futurs. Les premières applications ont été réalisées au module d'échange de Charles-de-Gaulle 2 et à Orly-Ouest, hall 1.

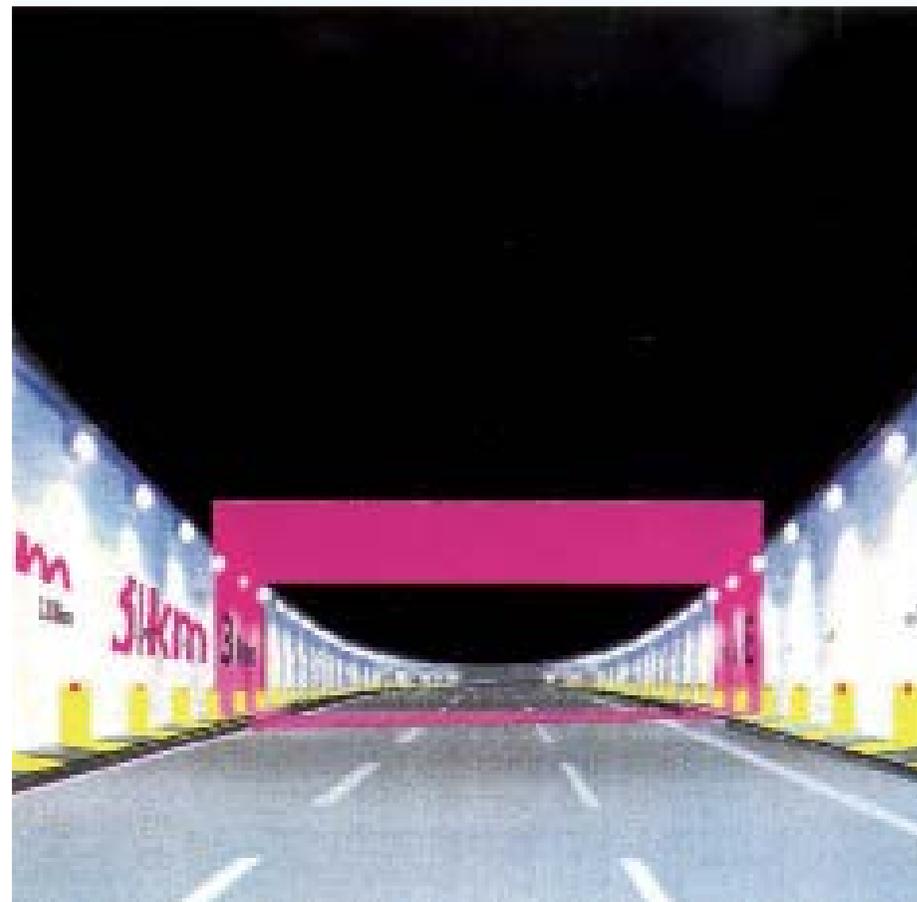
La collaboration entre les Aéroports de Paris et Visuel Design s'est poursuivie à travers le traitement des informations sur moniteur et la stylisation des plans et sites.



1994

## AMBIANCE DU TUNNEL A14 - LA DÉFENSE

Les tunnels, mis en service en 1996, sont longs de quatre kilomètres. L'agence Visuel Design et l'**agence d'architecture Roux-Alba** ont été consultées à la suite d'un concours, afin d'apporter un confort psychologique aux automobilistes et de réduire la sensation de longueur du trajet. Le projet privilégie la visualisation permanente et la distance à parcourir tout au long des tunnels. Pour ce faire, la progression de l'automobiliste est rythmée par des « points kilométriques » situés sur les parois gauches, et une animation visuelle consistant en un jeu de typographie et de couleurs.



# Crédits

## Sitographie :

<https://designerdesign.wordpress.com/2010/12/11/signalisation-routiere-de-direction/>

<http://indexgrafik.fr/jean-widmer/>

<http://www.lemodalogue.fr/site3/jean-widmer-un-graphiste-a-la-mode/>

<http://www.cig-chaumont.com/en/cig/page/international-poster-and-graphic-design-festival/exhibitions/19-posters-since-1990>

[http://www.designculture.it/jean-widmer\\_fra.html#start](http://www.designculture.it/jean-widmer_fra.html#start)

## Bibliographie :

*Jean Widmer, graphiste, un écologiste de l'image* - Éditions du Centre Georges Pompidou, Paris, 1995