

la Fondation Slive  
présente

# **NORD** ***italique***

**ROGER EXCOFFON**

L'HOMME DE LA GRIFFE ET DU PARAPHE

JEAN-PHILIPPE BRETIN

de P. Excoffon



ROGER EXCOFFON  
L'HOMME DE LA GRIFFE ET DU PARAPHE

JEAN-PHILIPPE BRETIN

## SOMMAIRE

|    |   |
|----|---|
| 07 | L'HOMME   |
| 9  | Parcours  |
| 10 | L'après guerre et les débuts dans le métier           |
| 10 | Son expérience publicitaire                           |
| 11 | L'homme   |
| 12 | Son entourage, sa place dans la typographie française |

|    |  |
|----|--|
| 16 | LA FONDERIE OLIVE ET LES GRANDE CRÉATIONS TYPOGRAPHIQUES |
| 16 | Chambord   |
| 18 | Vendôme  |
| 24 | Banco  |
| 24 | Mistral  |
| 29 | Choc   |
| 35 | Diane  |
| 38 | Calypso  |
| 40 | Antique Olive  |
| 49 | LE DERNIER GRAND CRÉATEUR FRANÇAIS ?                     |
| 51 | Air France   |
| 53 | Les JO de Grenoble                                       |
| 54 | L'abstraction lyrique                                    |
| 54 | Affichiste, typographe et visualiste                     |
| 56 | Quels héritiers pour Excoffon                            |
| 60 | CONCLUSION &   |
| 62 | REPÈRES BIBLIOGRAPHIQUES                                 |

L'Histoire

de l'art

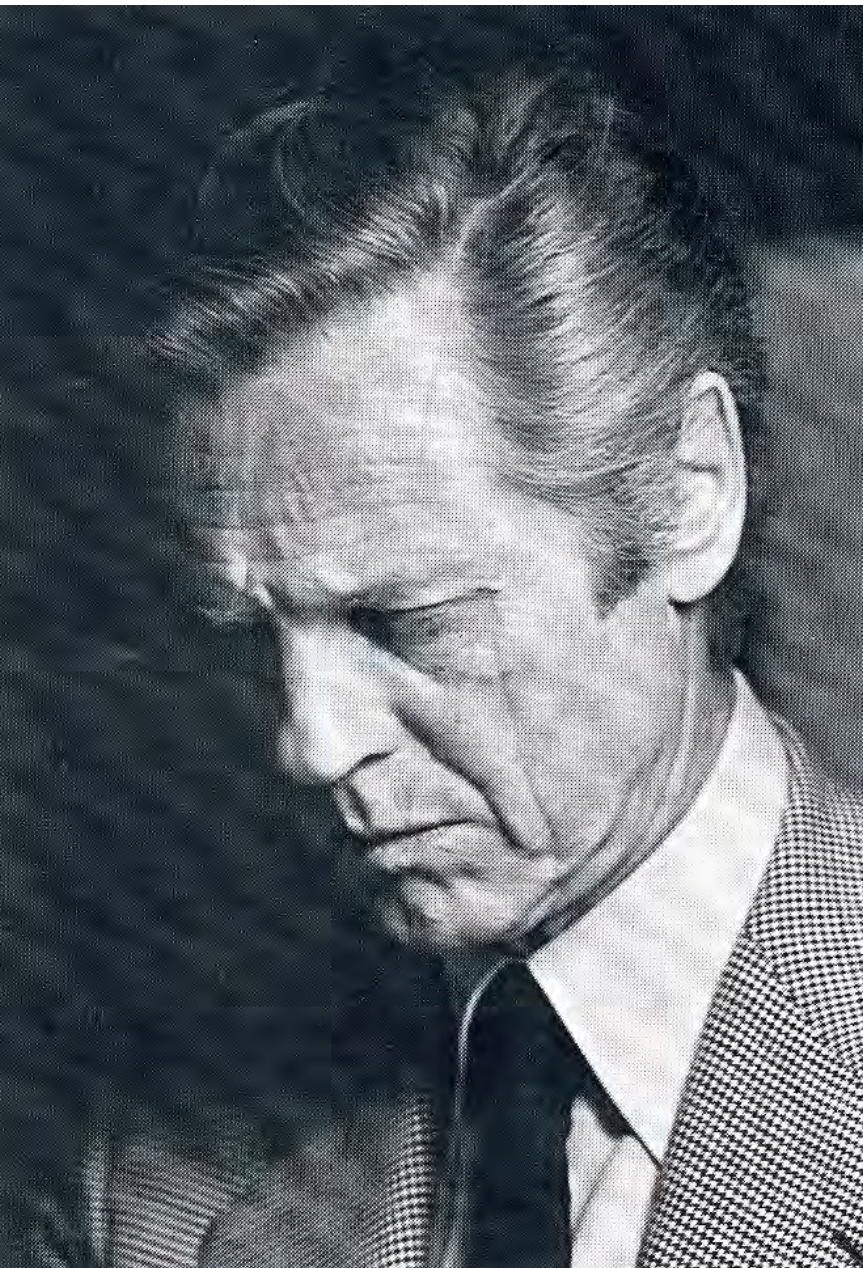
c'est l'histoire

de ce qui n'est

plus à faire.

## Introduction

Selon le créateur de caractères hollandais Gerard Unger, Roger Excoffon est responsable de l'identité graphique de la France. Ce terme vient du fait que lorsqu'Unger traversait la France étant enfant dans les années 1950, il voyait partout les formes typographiques que l'on croise encore aussi sur nos devantures de magasins, de boulangerie, de charcuteries, de bar- tabacs ou sur les caquettes des marchés. Ces caractères comme le Banco, le Choc où le Mistral sont en effet omniprésents dans le paysage français et sont l'œuvre d'un typographe hors-norme. Dans la lignée des créateurs comme Cassandre qui dessinaient des caractères et pratiquaient l'art de l'affiche, Roger Excoffon fait partie de ces derniers représentants d'une période où la publicité et le graphisme faisaient encore « bon ménage ». Son éducation à la création de caractères s'est « faite sur le tas », à la suite d'études artistiques mais son talent fut assez vite reconnu. Nous verrons donc le parcours et les créations d'un des grands personnages de la typographie française, tout en nous demandant quels échos ont pu générer sa démarche, son style, ses engagements.







*L'homme*



### Parcours

Roger Excoffon est né en 1910 à Marseille dans une famille de minotiers et de magistrats du Dauphiné. Conseillé par sa famille, il quitte Marseille pour étudier le droit à l'université d'Aix-en-Provence, mais il s'y sent comme dans un carcan. Il décide alors d'avouer à sa famille, sa véritable passion : la peinture. Il s'éloigne alors, à l'âge de 19 ans de sa région natale pour rejoindre Paris. Son père, qui s'essaya dans sa jeunesse à l'écriture de pièces de théâtre, encourage son fils dans cette direction, opérant une sorte de transfert.

Il étudie donc la peinture aux beaux-arts et le dessin dans diverses académies de Paris, conservant toujours une certaine distance vis-à-vis de l'enseignement. Selon sa femme, Il craignait les écoles et ne voulait s'embarrasser d'aucun enseignement didactique afin de préserver son « moi », sans influence. « Toute formation (était pour lui), une déformation ».

Il cite à propos de sa peinture : « *je ne cherche que la perfection, mais quelle souffrance* ». Il ne restera rien des peintures de cette époque, qui ont été détruites, mais ce sont probablement ces années de peinture, d'apprentissage du regard, de travail du geste qui ont apporté à Excoffon les qualités et la précision de son travail.

En dehors de son apprentissage artistique, il fréquente les cours de philosophie de la Sorbonne et restera très attentif à la réflexion théorique, côtoyant plus tard dans sa vie Jacques Bertin dont il estime le livre *La Sémiologie graphique*, mais aussi Roland Barthes, rencontré dans un groupe de travail sur la signalisation dans les aéroports.



Roger Excoffon en 1962

☛ *Angoisse*, top zéro  
date inconnue

ci dessous, dessins  
dates inconnues



### *L'après-guerre et les débuts dans le métier*

Après la Seconde Guerre mondiale, où il passe quelques mois sans galons, ni affrontements sanglants, il rejoint la fonderie Olive, détenue par son beau-frère, Marcel Olive et y devient directeur artistique. Puis il s'occupe de promouvoir les caractères de la fonderie et son succès dans ce domaine lui permet de découvrir son talent publicitaire. Il apprend alors les techniques du dessin de caractère et commence à dessiner ses premières fontes, destinées aux caractères en plomb.

Il débute alors sa carrière dans la création de caractères avec le Chambord en 1945 dessiné pour concurrencer le Touraine (issu du Peignot) de la fonderie concurrente Deberny et Peignot. Sa seconde création fut le Banco en 1951, puis viennent le Mistral en 1953, le Choc en 1955, le Diane en 1956, le Calypso en 1958 et enfin la série Antique Olive qui débuta avec l'Antique Olive Nord en 1959.

### *Son expérience publicitaire*

En parallèle à ses créations de caractères, il fonde son agence publicitaire U&O (pour Urbi et Orbi) en 1956 qu'il dirigea jusqu'en 1971. Un de ses travaux les plus marquants de l'époque fut la direction artistique de la compagnie Air France.

Il faut voir qu'à cette époque, on se situe en plein dans les Trente glorieuses, période d'essor économique qui suit la guerre et où se développe une société de consommation allant de pair avec l'essor de la publicité.

En 1971, il fonde sa propre agence *Excoffon Conseil*, agence publicitaire qui s'occupe de la conception et la gestion publicitaire, l'étude d'image de marque mais aussi d'affiche, d'édition et de packaging. Son agence existera jusqu'à sa mort en 1983.



*Vœux de Maximilien Vox, composés en Mistral et Choc dans le Caractère Noël de 1957*



Étude d'un monogramme pour l'agence U&O

☞ publicité et logos réalisés au sein de cette agence

**ENDRE UJOURD'HUI**



### L'homme

Roger Excoffon est décrit par Maximilien Vox comme « *Un marseillais qui ressemble à un Anglais, un Britannique d'apparence qui aurait l'âme janséniste et romantique...* ». Ceux qui l'ont côtoyé lui reconnaissent beaucoup de qualités faites de contradictions, désinvolte et attentif, superficiel et profond, secret et exubérant. Excoffon a également une réputation d'oisif, de contemplatif qu'il défend comme une position indispensable pour arriver à l'état de grâce, déclic de la créativité. Graphiste et publicitaire très reconnu à son époque, il faisait partie d'une certaine classe, avec une allure qui pouvait paraître hautaine et froide. Il semble en tous cas que sa personnalité ne laissait personne indifférent, et qu'il n'est pas le genre de créateur à rester dans son atelier, mais bien un personnage qui s'investit dans sa profession et la reconnaissance de sa pratique.



### *Son entourage, sa place dans la typographie française*

C'est Maximilien Vox qui a présenté José Mendoza à Excoffon le 22 septembre 1954, lui confiant alors que ce jeune dessinateur de caractères était talentueux. Excoffon propose de l'engager dans son atelier : « *Si vous voulez, vous entrez chez moi dès demain à la fonderie Olive.* » Il était évident qu'une occasion de travailler à l'époque avec Excoffon ne se refusait pas. Mendoza accepte et restera cinq ans à ses côtés à l'atelier de la fonderie Olive de Paris. Il participe alors à l'exécution de plusieurs polices. Mendoza commença à travailler pour le Diane, puis sur le Calypso. L'impressionnant travail d'exécution de la trame du Calypso à la main par Mendoza reste une anecdote célèbre de cette période légendaire.

Maximilien Vox, un des acteurs majeurs de la typographie française du XX<sup>e</sup> siècle, écrivain, graphiste, illustrateur, typographe, éditeur et journaliste, crée l'association des Compagnons de Lure en 1952 après une visite du village en ruine en 1951. Son objectif était de réunir des typographes, écrivains, graphistes, et professionnels de l'image chaque année dans le village de Lurs en Provence afin de réfléchir sur des sujets communs.

Maximilien Vox est alors en pleine réflexion sur plusieurs thèmes, le premier est la classification des caractères, qui aboutira en 1953 à ce que l'on appelle la classification Vox et qui est une des plus utilisées et reconnues dans le monde. Son second sujet de réflexion est développé dans un article-manifeste intitulé « *Pour une graphie latine* », se basant sur les prises de positions de Paul Iribe dans les années 1930 à propos de « *l'arabesque France* ».

Il publie alors dans *Caractère Noël* un article fustigeant le style international et son emploi immodéré des linéales. Vox souhaite contrer ce courant en trouvant un créateur capable d'incarner la « graphie latine », il voit alors en Enric Crous-Vidal l'incarnation de ce créateur.

Crous-Vidal est un typographe d'origine espagnole établi en France qui travailla pour Draeger et fonda ensuite son propre atelier. Ses productions furent éditées chez Deberny & Peignot et la FTF. Il incarna un temps le rôle que voulait lui donner Vox, avec son caractère le Paris, ancré dans « la tradition latine » et est désigné chef de file de la « Nouvelle école graphique de Paris » que cherche à valoriser la FTF. Puis, se tournant de

*Paul Iribe, né en 1883 à Angoulême et mort en 1935 à Roquebrune, est un dessinateur et décorateur français. Il est considéré comme un des précurseurs de « l'art déco ». Il lança dès les années 1930 un appel aux créateurs, pour défendre « l'arabesque France » contre « le cube Europe ».*

plus en plus vers la décoration et la mode, il quitte progressivement le monde de la typographie. Vox réalise alors que Roger Excoffon est bien plus à même d'incarner ce rôle. « *La conjonction de Roger Excoffon avec la fonderie Olive a doté la France d'un interprète de la lettre, entièrement, foncièrement, intensément français* ».

Excoffon a ensuite tenu le rôle de président de ce qu'il fait nommer les Rencontres de Lure de 1963 à 1968. Il contribue à faire en sorte que les Rencontres de Lure aient un niveau de réflexion plus élevé en faisant appel à des intervenants de haut niveau. Excoffon a également cherché à élargir les centres d'intérêt des Rencontres de Lure, fidèle à son concept de visualisme (terme français d'Excoffon pour qualifier le design), invitant ainsi des architectes d'avant-garde, des peintres-graphistes (comme Vasarely), de designers, des musiciens avant-gardistes ainsi que des écrivains comme Ionesco.

L'investissement d'Excoffon dans l'univers de la typographie est remarquable. En plus d'assurer sa fonction de président des Rencontres de Lure, il a été membre de l'Icograda (Le Conseil International des Associations de Design Graphique) et membre de l'ATyPi depuis sa fondation en 1957 et a assuré la présidence du SNGP (le Syndicat National des Graphistes Publicitaires) de 1965 à 1967, année où il fonde l'Union des Visualistes Publicitaires indépendants, qu'il préside jusqu'en 1972. Il fut également élu membre puis secrétaire général et vice-président de l'AGI, l'Alliance Graphique Internationale. Mais la liste des associations, conseils, comités, et instituts pour lequel il fut membre ou président est extrêmement longue et prouve à elle seul son attachement pour la promotion de ce que l'on appelle aujourd'hui le design.


***Mal enseignée, mal pratiquée, mal appréciée, la profession du visualiste ne présente rien de solide sur aucun plan ; et cette situation deviendra chaque année plus tragique si nous n'en prenons pas très vivement conscience et si, imprégnés de ces notions fausses que traduisent les mots « art publicitaire » (l'art n'a rien à voir avec notre profession — le mot « publicitaire » est généralement méprisé) les pouvoirs publics continuent de l'ignorer. Ces problèmes ont été fort bien compris et réglés, depuis quelques années déjà, dans la plupart des pays étrangers, il faut qu'ils le soient en France très rapidement.***

**Texte d'Excoffon pour le groupe éthique de la Confédération de la Publicité Française, juillet 1969**









**La fonderie Olive et  
les grandes créations  
typographiques**

ABCDE  
FGHIJKM  
NOPQRSTU  
VWXYZ  
abcdefghijkl  
MNOPQRSTU  
vwxyz

Fonte Peignot  
Fonderie Deberny et Peignot  
1937

### *La fonderie Olive*

Basée à Marseille, la fonderie Olive est une entreprise assez modeste avant la Seconde Guerre mondiale. Elle connut son expansion durant le conflit, se trouvant en zone libre, contrairement à la principale fonderie de l'époque, Deberny et Peignot, qui siégeait dans le Paris occupé. Contrairement à celle-ci qui travaillait avec les plus grandes maisons d'édition, la fonderie Olive proposait ses caractères aux petits imprimeurs et éditeurs de province. Cette politique fut tout à leur avantage puisque les petits imprimeurs continuaient à composer manuellement avec des caractères en plomb alors que les plus gros avaient les moyens de s'offrir les nouvelles machines de composition mécanique. Il semble également, selon Gérard Blanchard, que les agents commerciaux de chez Olive étaient alors très vifs et compétents, mais ce sont surtout les caractères d'Excoffon qui firent le succès de la fonderie dès la sortie de la guerre.

Deberny & Peignot, qui sera ici souvent évoquée, a été fondée en 1923 à la suite de la réunion de l'importante fonderie Peignot avec Girard et Cie. Ces deux fonderies réunies possédaient alors un stock très conséquent de fontes disponible. Maximilien Vox créa les *Divertissements typographiques*, une publication présentant des compositions au graphisme novateur, composées avec des fontes ancienne et nouvelles. La fonderie s'affirmera définitivement en proposant à Cassandre de travailler sur des fontes audacieuses pour l'époque comme le Bifur (1927) ou le Peignot (1937).

### *Le Chambord (1945)*

La première création sur laquelle a travaillé Excoffon est le Chambord, créé avec l'intention de concurrencer le Touraine, édité par la fonderie Deberny & Peignot qui était une version plus large du Peignot, avec des bas de casse ajoutés. Le Chambord s'inspirait lui aussi de l'esprit du Peignot, uniquement dans les capitales. Lorsque l'on voit le Chambord seul, il se révèle en effet assez proche du Peignot, la chasse des lettres semble identique et le rapport entre pleins et déliés est également très prononcé. C'est ce que reproche alors Charles Peignot à Excoffon, et le lui fera savoir. Excoffon se défend alors de copier le Peignot, assurant qu'en effet il garda à l'esprit ce caractère, allant même jusqu'à l'afficher dans son atelier, mais dans le but de s'assurer qu'il n'en copiait aucune lettre. Ce caractère fit la renommée d'Olive à la sortie de la guerre et connut un grand succès, contrairement au Touraine qui ne sortit finalement qu'en 1947 et qui n'a pas réussi à avoir une reconnaissance

suffisante. Le succès du Chambord et des autres fontes d'Excoffon vient également de la reconnaissance de l'importance de la publicité des caractères. En effet, la fonderie Olive a compris l'importance des spécimens de caractères présentant des exemples de publicités jeunes et nouvelles pour démarcher les petits imprimeurs. La partie de leur travail qui nécessitait le plus ce type de caractères était ce que l'on appelait à l'époque des travaux de ville et qui correspond à une forme de publicité locale (pour petits commerces et services).

Le Chambord est décliné en demi-gras la même année, en 1945, puis dans une version gras en 1947. Le Chambord étroit et le Chambord italique sont sortis respectivement en 1949 et 1951.

## CHAMBORD MAIGRE

ABCDEFGHIJKLMNO

PQRSTUVWXYZ

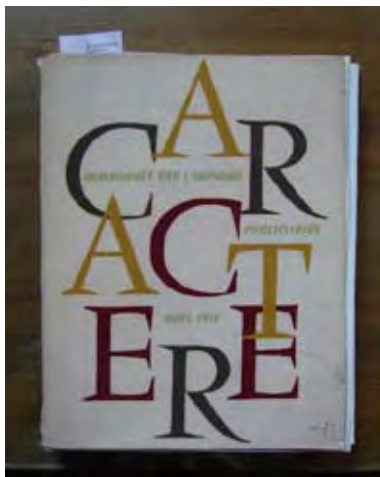
abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ITALIQUE DEMI-GRAS **GRAS** ÉTROIT

☛ *Chambord Maigre*

*Excoffon au travail sur le Chambord*





Couverture du Caractère Noël de 1951

**Par ses caractéristiques, le Vendôme me semble être très français : une sorte d'équivalent typographique des gestes que l'on fait pour accompagner une discussion, de l'ail et son odeur et des autres herbes que l'on met dans la cuisine...**

**Vendôme représente pour moi le standard français, l'anti-thèse de la vision de Stanley Morison formulée dans ses Premiers principes de la typographie : « un bon créateur de caractères sait que pour qu'un nouveau caractère soit réussi, il doit être si parfait que seulement très peu de gens perçoivent sa nouveauté. »**

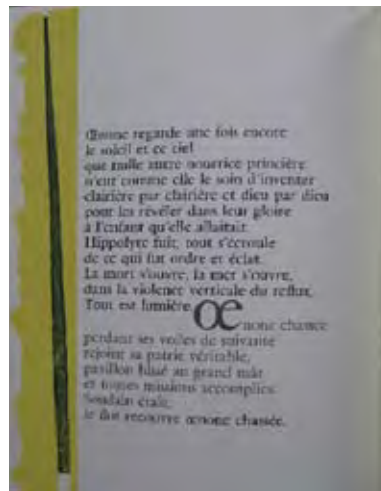
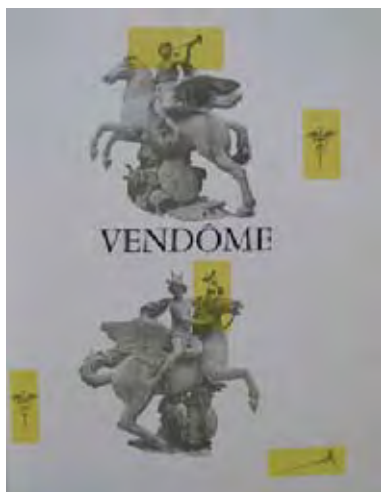
**Gerard Unger, « La frontière de la bière & du vin » Lettres françaises, 1998**

### *Le Vendôme (1951)*

La seconde fonte sortie des ateliers Olive alors qu'Excoffon y travaille est le Vendôme. Elle est signée François Ganeau, nom de celui qui a commencé ce caractère. Ganeau est né en 1912 à Paris. Peintre, sculpteur, graphiste et scénographe, il travaille dans les années 1970 pour des mises en scène de spectacles joués dans les plus grands festivals internationaux. Il est également un ami de Maurice Olive, alors propriétaire de la fonderie marseillaise. Ce caractère est pourtant très souvent attribué à Excoffon : en effet, Ganeau est alors employé par la fonderie Olive, mais possède très peu d'expérience dans le dessin de lettre, il commence donc les dessins d'essais de cette fonte, mais ce qui est remarquable dans ce caractère est en réalité le fruit du travail de direction d'Excoffon.

Selon José Mendoza, «*Tout, ou presque, de ce qui fit l'originalité du Vendôme, y compris une agressivité désirée, est dû à la patte d'Excoffon, au jeu subtil auquel il se livra avec les formes, les schémas, les habitudes, les conventions. Très dynamique, (trop) très nouveau, neuf et acharné, le Vendôme est un caractère de combat plus que de calme, mais quelle réussite !* ».

L'objectif de départ du Vendôme est de créer un caractère de type classique mais moderne, un Garamond rajeuni. On retrouve donc dans ce caractère une architecture classique, un squelette proche des galades, un axe oblique et des empattements triangulaires, qui sont ici très affinés, quasi caricaturaux, très larges et effilés sur les bas de casse et complètement acérés, pointus sur certaines capitales avec des longueurs proches des didones. Il est reconnaissable à ses empattements triangulaires très prononcés sur les C, F et G. Une des autres caractéristiques est l'aspect italique du romain. Autant certains fûts verticaux comme ceux du T, R et D les sont nettement alors que d'autres, comme le N et U sont inclinés. Cette caractéristique est d'autant plus visible sur les bas de casses, qui sont construits sur un axe légèrement incliné. Cet effet d'inclinaison est d'autant plus étonnant sur le romain que certains empattements sont vraiment inclinés comme sur le S, T et Z. « *un peu comme si un vent fou avait soufflé sur une vieille dame de la typographie française.* » (Yannis Haralambous). L'italique se distingue peu : c'est un romain penché géométriquement. Les formes du a, f et x changent assez peu de celles du



Mises en situation du Vendôme dans le Caractère Noël de 1951

↪ Enseigne réalisée en Vendôme

Pages suivantes, Spécimen du Vendôme dans le Caractère Noël de 1951

Bas de casse de la version numérique du Vendôme

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



O

S

B

P

G

R

N

Ce qui nous bloque : le respect  
inconscient des règles édictées  
par la Grèce et la renaissance...  
Ou la soumission  
Dans le confort de l'académisme  
Un « truc », le prendre en horreur.  
Si le nez de la Venus de Milo  
avait été retroussé, tout le visuel  
du monde en eu été changé...

*Excoffon à propos de l'académisme,  
texte composé en Vendôme*

romain comme c'est généralement le cas sur une italique. On pourrait croire à une version penchée géométriquement, mais il est plus calligraphique et certaines variations dans les tracés et les empattements le confirme. La jambe droite du K se prolonge de manière calligraphique, descendant sous la ligne de base. L'empattement du fût gauche du A est tronqué sur sa partie extérieure. Excoffon propose donc un caractère inspiré d'une forme française classique mais joue avec les conventions de celle ci.

Cette fonte fut reconnues comme une réussite commerciale, son influence garalde lui permettait d'être utilisée pour du texte courant, comme ce fut le cas dans les années 1960 dans de nombreuses revues ou livres édités par des petits éditeurs. Mais sa destination première était le titrage, et même la signalétique. Le Vendôme fut donc très utilisé dans des affiches, des étiquettes de produits, des marques de réfrigérateurs, des publicités mais aussi des devantures de magasins et en notamment des tabacs semble-t-il. Les exemples d'utilisation que propose Maximilien Vox dans *Caractère Noël*, en sont la preuve. La publicité pour ce caractère promet même que « *Dans la typographie commerciale et publicitaire, le Vendôme s'est révélé le plus efficace traducteur de la notion de qualité.* »

Il semble que c'est la fonderie Mannesmann Scangraphic à Hambourg qui a numérisé les six variantes du Vendôme. Numérisé en 1994 avec le système Ikarus, qui ne permettait sans doute pas de manipuler les hints (fonctionnalité permettant à une police un affichage optimum à l'écran), son affichage sur écran n'est pas des plus satisfaisants, cela pourrait expliquer pourquoi le Vendôme est peu utilisé par des graphistes actuels, contrairement aux autres fontes d'Excoffon qui continuent à être largement diffusées. Une version compress, en plus de la version condensed originale, à été dessinée en 1993 par Achaz Reuss. La version numérisée du Vendome n'est pas tout à fait la même que la version plomb qui a supprimé la ligature QU et Qu où le Q avait une queue démesurée, débordant après le U. Cette fonte est disponible dans le catalogue de fonte URW, qui vendait également diverses machines destinées à la découpe des lettres dans des matériaux comme le fer ou le plastique, ce qui explique pourquoi il est encore utilisé pour des enseignes de magasins.

✎ publicité pour le *Banco* dans  
Caractère Noël



un caractère de la fonderie olive

**BANCO**



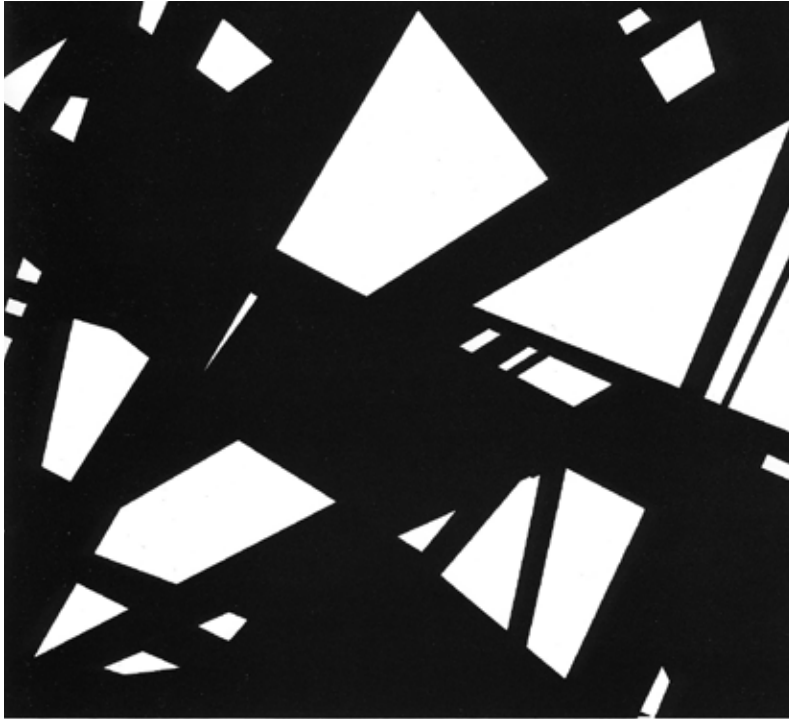
dessiné par roger excoffon

### *Le Banco (1951)*

En parallèle au travail de supervision du Vendôme, Excoffon travaille sur le Banco, un caractère qui est certainement un de ses plus reconnaissables et les plus populaires. Le nom est une référence à un terme utilisé par les joueurs de baccarat. Dans ce caractère, seules les capitales et les chiffres ont été dessinés, preuve qu'il est entièrement destiné au titrage et en particulier à la publicité. Il apparaît comme une rupture dans les productions de la fonderie, un caractère résolument nouveau qui ne se situe pas dans la continuité du Chambord et du Vendôme. On peut trouver une antériorité à ce style de forme dans le Neuland de Rudolf Koch, sorti en 1923. On dit que pour ce caractère, Koch grava directement le poinçon, sans réaliser le dessin à l'avance, ce qui donnait cet aspect si particulier de courbes brisées, d'angles prononcés, de fûts concaves et d'une graisse très épaisse. Cette graisse très prononcée lui permit d'être très populaire pour la publicité, où l'idée très courante que plus le nom est composé en gros et gras, plus il sera visible et efficace.

Le Banco possède donc également certains de ces traits, en particulier dans la forme de certaines courbes et dans la structure de certaines lettres comme le S, R ou U. Le Neuland possède également certains fûts verticaux qui sont plus larges en haut qu'en bas. Ce dernier point est vraiment ce qui fait la particularité du Banco. Excoffon travaille particulièrement la partie supérieure des lettres. Dans cette partie, les signes ne reposent pas sur une même hauteur alors qu'ils sont tous bien posés sur la ligne de base. De plus, au sein d'un même signe, les hauteurs de traits varient, cela est très visible dans le A, H, K en particulier. Les courbes et les droites d'un même signe ne se touchent pas sur certains (B, P, D, S, R) accentuant encore ce côté brisé. Il possède également une légère inclinaison qui contribue à donner du mouvement à ce caractère. Le Banco semble dessiné avec rapidité et puissance avec un outil acéré. Il possède un aspect calligraphique dans sa construction sans toutefois faire de référence directe à une forme calligraphique historique. On retrouvera ce type de formes dans le Ritmo d'Aldo Novarese qui sort en 1955 et qui comporte des bas de casse.

Le Banco est certainement un des caractères d'Excoffon les plus utilisés et visibles aujourd'hui encore dans les rues. Il a servi de modèle à de très nombreux peintres en lettres qui recopiaient le dessin de manière plus ou moins fidèle. On retrouve de nombreuses copies et interprétations du Banco, en France mais aussi à l'étranger.



**METAL CONSCIENT DES MOTS BANCO DONNE AU VERBE LE POIDS DE L'ACTUEL**  
**LANGUE DE L'ENERGIE**  
**DES FORCES ASSEMBLEES DANS LE CONFLIT DES MARCHES ET DES MACHINES**  
**TRANSCRIPTION ORGANIQUE ET NECESSAIRE**  
**BANCO IMPRIME AU STYLE LA VIOLENCE DU PRESENT**

Publicité pour le Banco  
 Caractère Noël, 1957



Publicités pour le Ritmo d'Aldo Novarese  
 Caractère Noël, 1957

↳ Neuland de Rudolf Koch, 1923

Pages suivantes, spécimen du Banco

**OHAMBURG**

**DANS TOUTE CONSTRUCTION**

**ET POUR TOUT AGENCEMENT**

**EQUIPEMENT NEON ASTRAL**

A B C D E F G

H I J K L M N O P

**BANCO**

Q R S T U V W

X Y Z Æ œ Ć Ē Ē Ē Ē

«:?, R. !;»

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**



Enseignes, carte postale et pancartes utilisant différentes copies du Banco.  
La dernière ayant été prise en Pologne.

➤ Modèle pour peintres en lettres respectant lui aussi plus ou moins l'original.

### Le Mistral (1953)

L'histoire du Mistral débute par la volonté d'Excoffon de créer l'écriture qui retranscrirait la personnalité de l'homme de cette moitié de XX<sup>e</sup> siècle. Pour réussir cette entreprise, il consulte des manuscrits de centaines d'hommes qu'il jugeait important, dans le but de relever les qualités de leurs écriture. Il s'est associé également avec des graphologues qui lui ont finalement expliqué que leur pratique était analytique et ne pourrait l'aider à synthétiser ou recréer des qualités particulières nécessaires à son ambition.

Il lui fallait alors se résigner à utiliser sa propre écriture. Selon José Mendoza (à qui Excoffon n'aurait apparemment pas reconnu avoir utilisé son écriture comme modèle), « Certe, Excoffon avait une écriture assez illisible qu'on n'imaginait pas à l'origine du Mistral. Et pourtant ! Les directions multiples des hampes, certaines finales, l'antisystème, le désordre vif et spontané, la vigueur, les raccourcis de l'écriture d'Excoffon peuvent être décelés dans ce caractère. »

L'adaptation d'une écriture scripte ligaturée à une typographie suppose de nombreux problèmes dans les typographies numériques mais dans le cas des caractères en plomb à l'époque, il s'agit d'un véritable défi technique.



Spécimen du Mistral  
Caractère Noël

Je souhaiterais vivement vous rencontrer à LURS à la fin de ce mois. J'espère que vous trouveriez un intérêt à cette rencontre; le notre serait sensiblement augmenté par votre présence

Je souhaiterais vivement vous rencontrer à LURS à la fin de ce mois. J'espère que vous trouveriez un intérêt à cette rencontre; le notre serait sensiblement augmenté

Extrait d'une lettre d'Excoffon à John Dreyfus que celui-ci fit composer en Mistral pour l'édition 1956 du Penrose Annual. La composition anglaise ne tenait pas compte ici des accents français.



«-,:? (°)!' ; :»

A B C D E F G H I J K L M N O

P Q R S T U V W X Y Z Æ OE

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

TOURISME

TOURISME

TOURISME

TOURISME

TOURISME

TOURISME

TOURISME

TOURISME

TOURISME

TOURISME

a b c d e f g h i j k l m

n o p q r s t u v

w x y z æ œ

h ll gu st

ou ll

é

distinguée

distinguée

distinguée

distinguée

distinguée

distinguée

distinguée

distinguée

distinguée

distinguée

distinguée



D'autant plus qu'Excoffon souhaitait donner les mêmes caractéristiques que l'écriture manuscrite que sont l'absence d'alignement, l'infinité de variation dans les ligatures entre chaque lettre et les variantes de formes pour une même lettre. L'objectif étant de faire rentrer ces critères dans le module rectangulaire du caractère mobile. Aidé par des relevés effectués par des cryptographes sur la fréquence des juxtapositions de lettres dans la langue française, il réussit à simuler des alignements irréguliers naturels, les mots ne semblent alors pas figés sur une ligne de base. Le problème des ligatures entre les lettres qui risquaient d'être irrégulières est rendu moins visible par un « grain » dans le trait qui en plus apporte une vibration supplémentaire au tracé. Seuls, les caractères sont parfois réduits à des formes méconnaissables, si bien que dans la casse, la lettre correspondante est inscrite en linéale sur la surface non imprimable du caractère afin que le compositeur puisse reconnaître la lettre qu'il compose.

La tâche ne fut pas aisée et Excoffon reconnaît que vouloir conserver toute la liberté et la spontanéité de l'écriture avec les contraintes du plomb lui a longtemps paru une cause perdue.

Le Mistral eut un succès quasi immédiat en France et fut très largement distribué. La fonderie Olive avait un contrat avec un distributeur, Amsterdam Continental à New York qui lui permit sa distribution outre-Atlantique. Il fut ensuite numérisé en 1989 et ainsi encore plus largement distribué. Curieux de voir l'omniprésence de ce caractère à Montréal, au Canada, Matt Soar, y a consacré un site web, ainsi qu'un article paru dans le magazine *Eye* où il tente de trouver des raisons à cette omniprésence. Les liens culturels et surtout linguistiques sont un premier élément de réponse, d'autant que le Mistral est « optimisé » pour la langue française. Il est également très présent dans le milieu nautique, utilisé pour inscrire les noms de bateaux, des enseignes de magasins de planche à voile. L'explication de cette présence réside dans le nom même du caractère qui parle directement aux amateurs de sports nautiques. Le caractère est également présent dans tous les packs de fontes bon marché destinés aux entreprises et aux créateurs d'enseignes.

Publié en 1942, La Brush Script de Robert E. Smith pour l'American Type Foundry est certainement le caractère qui s'approche le plus du Mistral, il possède des pleins et déliés bien plus contrastés et une plus grande régularité qui retranscrit moins bien la vigueur de l'écriture manuscrite.



Utilisations du Mistral sur les enseignes à Montréal, photos de Matt Soar.

☞ Spécimen du Mistral

En 1997, Phill Grimshaw apporte une version light ainsi que des petites

capitales au Mistral pour ITC, afin certainement de répondre à la norme des polices commerciales actuelles qui se doivent de comporter plusieurs graisses.

*Brush Script de Robert E Smith pour  
l'American Type Foundry en 1946 :*

*ABCDEFGHIJKLMNO*

*PQRSTUVWXYZ &*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy*

*1234567890(\$£.,!?)*

*ABCDEFGHIJKLMNO*

*PQRSTUVWXYZÄÅËÏ*

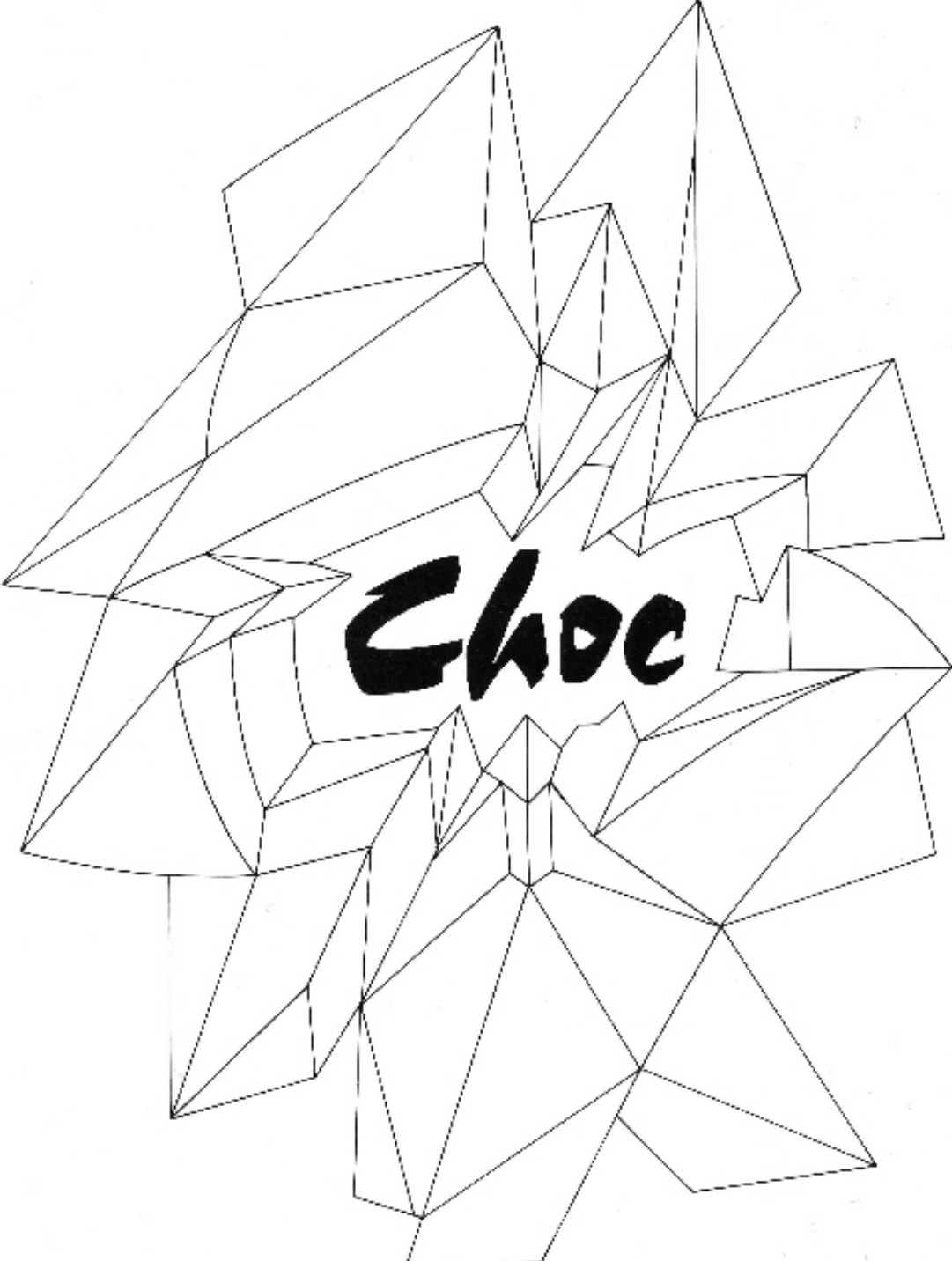
*ŒÜabcdefghijklmnopq*

*rstuvwxyzäåëïöü&*

*1234567890(\$£.,!?)* <sup>58</sup>

*Mistral Light de Phil Grimshaw pour ITC, 1997*

*dessin publicitaire ✎*



**Choe**

A B C D E F  
a b c d e f

G H I J K L  
g h i j k l

M N O P Q  
m n o p q

R S T U V  
r s t u v

W X Y Z  
w x y z



*spécimens du Choc*  
Caractère Noël

### *Le Choc (1955)*

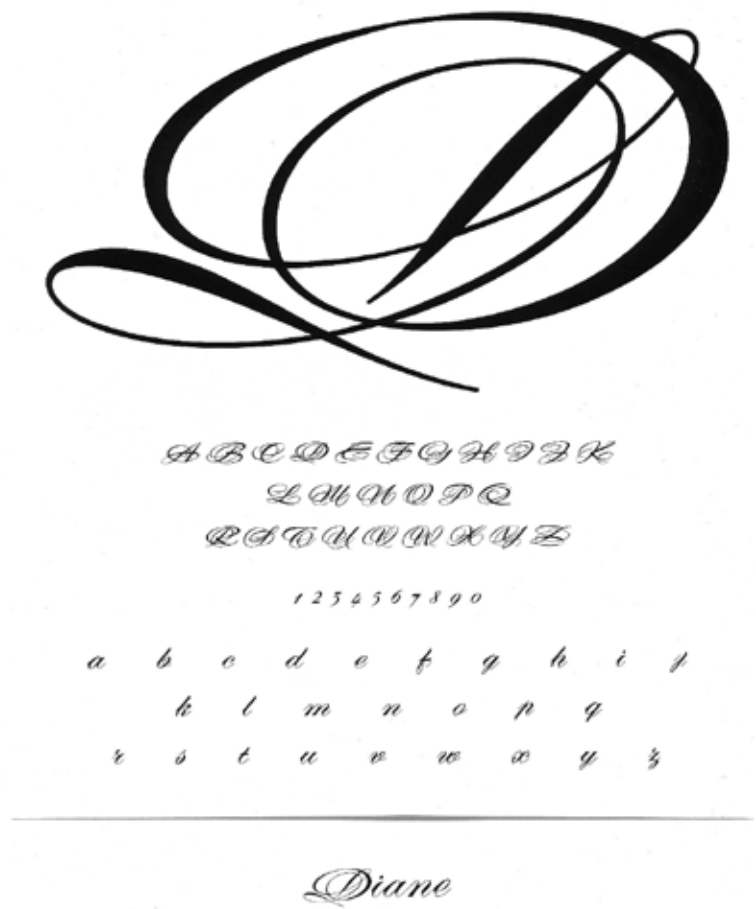
Le caractère Choc s'inspire du Mistral sorti deux ans avant, c'est un autre caractère scripte mais qui n'est pas ligaturé et bien plus gras. Il est dans l'esprit des écritures à la brosse, inspiré par la calligraphie au pinceau, vigoureuse et précise. Il se destine au titrage et tout particulièrement à la publicité. Dès sa sortie, il est auréolé du prestige de jeunesse et vigueur de la Fonderie Olive. Il connut un succès comparable à celui du Mistral. Le Choc conserve de nombreuses caractéristiques des coups de brosse vifs de l'écriture manuscrite. Les entrées et sortie de lettres sont très prononcés et on lit le geste calligraphique et le ductus dans chaque signe. Comme sur le Banco ou le Mistral, les hauteurs de lettres sont variables mais fonctionnent en parfaite harmonie. Les bas de casses sont très gras eux aussi et, prises individuellement certaines lettres sont illisibles. La filiation avec le Banco est également présente et en comparant les deux, on peut y voir un Banco calligraphique, plus « souple ».



*Titrage pour Caractère Noël composé en Diane et Antique Olive Nord, 1962*

### *Le Diane (1956)*

Le Diane, sorti en 1956, s'inspire de l'écriture anglaise. Les formes, les attaches et les hampes sortaient pourtant des conventions de cette forme calligraphique. Tout comme pour le Mistral, il fallait résoudre des contraintes techniques, en particulier celle du crénage pour des traits si fins. Le crénage est, sur les caractères en plomb, la partie de la gravure qui dépasse des bords du type. Dans le cas du Diane, ce sont les attaches, qui lient les lettres entre elles. Elles sont généralement très fines, il fallait donc pouvoir conserver une certaine solidité tout en gardant la finesse du trait. Mais l'expérience de la fonderie Olive permit de résoudre ce problème de gravure, qui imposait tout de même certaines contraintes aux dessinateurs de



*Spécimen du Diane  
Caractère Noël, 1957*



Spécimen du Diane  
Caractère Noël, 1957

caractères. Le plus célèbre des assistants d'Excoffon, José Mendoza, a débuté à la fonderie Olive sur cette fonte. Il a déclaré à propos de son travail sous la direction d'Excoffon que « *Le perfectionnisme d'Excoffon se définirait ainsi : le soin qu'il avait de porter à la perfection, sa perfection ; telle courbe ou telle épaisseur nous conduisait à refaire, à repréciser, retoucher des lettres des journées entières. Dessinées, elles étaient affichées au mur et alignées côte à côte pour en juger le poids, l'harmonie, les rapports entre elles* »

Deux jeux de capitales furent dessinés pour le Diane, un premier, très orné, chassant énormément « *avec beaucoup de fions* » (dixit Mendoza) fut gravé, mais ne plaisait pas à une partie de la clientèle, car trop ornées. Il y en eut donc d'autres de dessinées, plus traditionnelles mais, selon Mendoza, les imprimeurs revinrent vers les premières.

Sur ce caractère, Excoffon et Mendoza avaient certaines divergences, en particulier sur la forme des courbes, Mendoza les préférait elliptiques tandis qu'Excoffon ne jurait que par les courbes spiraliqes.

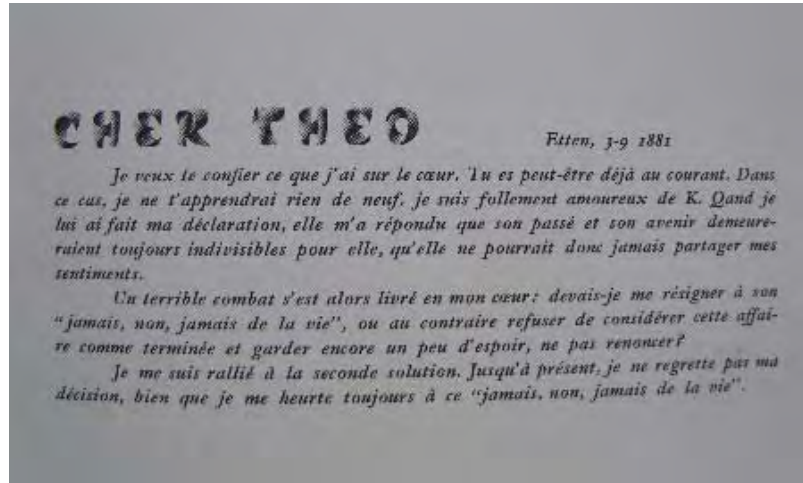
### *Le Calypso (1958)*

Sortie en 1958, le Calypso est la dernière fonte de tirage dessinée par Excoffon et certainement sa plus étonnante. Passionné par les jeux de trames, c'est en voyant l'agrandissement d'un élément de décor pris dans un simili de la revue *Graphis* qu'il a l'idée de développer un caractère tramé. Le principe sur lequel il travaille est celui d'une feuille métallique courbée dont les plis et découpes formeraient des lettres. La trame permettant de retranscrire la courbe et les ombres. Il dessina alors les formes sur calque et un exécutant effectuait les dégradés à l'aérographe, point par point, au balustré. Cet effet et cette précision n'aurait pu, selon Mendoza, être obtenu avec une trame mécanique. Ayant participé à ce long travail d'exécution, il raconte, amusé, qu'ils ont effectué trois essais de « trames » distinctes avant d'en trouver une satisfaisante.

La fonte était destinée à des travaux de tirage, des mots courts ou des letrines. Elle eut un certain succès et était même utilisée pour composer des faire-parts de mariage ! Elle possède également des ornements basés sur ce même principe.



Specimen du caractère  
Caractère Noël



Exemple d'utilisation en tirage  
Caractère Noël

Spécimen du Calypso





**CALYPSO**

**A B C D E F G H I J K L M N O**

**P Q R S T U V W X Y Z**



### *L'Antique Olive (1956)*

L'histoire de l'Antique Olive commence, une fois n'est pas coutume, par le dessin de la graisse la plus importante, l'Antique Olive Nord qu'on appellerait *black* aujourd'hui. Le dessin de ce caractère était destiné au logo de la compagnie Air France, pour laquelle Excoffon était directeur artistique en 1956. Epaulé par José Mendoza, qui exécute le logo sur carte à gratter, ils dessinent une linéale extrêmement grasse comportant de fortes variations dans les graisses. Excoffon se base pourtant sur l'antique à graisse unique mais choisit de « la faire vivre » en jouant sur les graisses au sein même de la lettre. Il emploie donc des « graisses déplacées » pour souligner le point significatif de la lettre, sans tenir compte de la tradition dans ce domaine, tradition des nuances qu'il juge peu sensible au profane. Cette démarche se place dans une optique fonctionnelle et efficace. Chaque lettre étant caractérisée, le mot est mieux construit et plus lisible.

Pour affirmer ceci, il se base sur certains constats présents dans les écrits d'Emile Javal qui sont redécouverts à cette époque et dont il demande à Gérard Blanchard, qui travaillait avec lui, d'aller consulter les écrits à la Bibliothèque nationale. Il s'agit du concept de la lecture globale, lecture de la silhouette du mot. Le but du dessinateur de caractères est alors d'éliminer toute ambiguïté entre les lettres d'un même mot, afin qu'elles se différencient efficacement. Il donne comme exemple ce qu'il considère comme une erreur de dessin de lettre, le e et le c Didot ou Bodoni bas de casse. « *Ces deux lettres sont différenciées par la barre médiane du e. Or celle ci se trouve amenuisée à son minimum dans le ces des didones alors que c'est dans cette horizontale médiane que réside l'essentiel caractérisant la dominante du e.* »

✎ Exécution du logo Air France signée par José Mendoza



Il met donc ce principe en application, au début de manière ponctuelle dans le logo d'air France, puis dans sa déclinaison en fonte complète dans le Nord et l'Antique Olive.

« Toutes les fois qu'il a été possible, lorsqu'une graisse s'affirmait par le haut, je l'ai accentuée de 1/10 e environ. Lorsque cet engraissement s'est manifesté par le bas de la lettre, j'ai eu tendance à le diminuer de 1/10° en raison de la lecture par le haut ».

Par exemple, dans les trois barres du E aucune n'a la même graisse, celle du haut est plus grasse, celle du milieu la plus fine, les contrastes sont ainsi accentués tout en étant très gras.

# Helvetica

## Univers

### Antique Olive

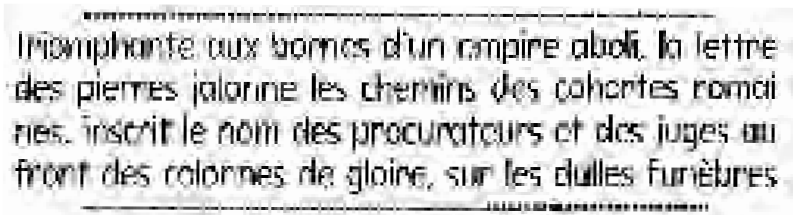
Pour comprendre la naissance d'une telle linéale, il faut situer le contexte typographique de l'époque. La plus importante création de l'époque fut l'Univers, du Suisse Adrian Frutiger, pour la fonderie Deberny et Peignot. Cette linéale destinée à la photocomposition était disponible dans une police complète de chasses et de graisses la portant à 21 variantes. En Suisse naissait au même moment (1957) la Neue Haas Grotesque, plus connue sous le nom d'Helvetica, de Max Miedinger, pour la fonderie Haas. Dans une époque dominée par le style international, ces polices offraient la possibilité d'être utilisées autant pour le texte que pour l'affichage et la signalétique. Ce type de fonte était également une bonne occasion pour les imprimeurs de renouveler leur stocks. La mode étant aux linéales, chaque fonderie proposait la sienne, suivant une architecture assez identique, il était sûrement impossible pour le profane de les différencier. Excoffon et Marcel Olive décidèrent eux aussi de se lancer dans l'aventure. Mais avec Excoffon aux commandes, elle ne pouvait qu'être différente. Il sortirent donc la version Nord en premier puisque celle-ci était déjà bien travaillée grâce au logo d'Air France. Spécialisée dans les caractères de titrage, il n'est pas si étonnant que la première linéale de la fonderie Olive ne soit destinée qu'à cet usage. Dès sa sortie, elle connut un grand succès chez les imprimeurs. Mais Excoffon voulait aussi travailler sur un caractère de lecture et c'est ce qu'il fera en poursuivant son travail sur l'Antique Olive.

Il fallait donc alléger le Nord pour le rendre lisible en texte courant, tout en gardant les principes de variations de graisses qu'Excoffon décida pour ce caractère. Les premiers essais donnèrent un caractère appelé le Catsilou (de la rencontre fortuite des quelques premières lettres dessinées disposés



*Schéma tirée du spécimen de l'Antique Olive*

sur le tableau de l'atelier). Dans cette fonte d'essai, l'atelier exagéra toutes les structures significatives, diminuant au maximum les hampes supérieures et inférieures, modifiant les rapports de plein et de déliés traditionnels (voir O en particulier !). Cette fonte très caricaturale permis de voir « *là où l'on peut aller trop loin* », raconte Mendoza.



Dans une sorte de manifeste qu'il rédige à propos de ce caractère, il revendique: « *Je ne veux pas que le Catsilou ait d'autre style que celui d'être vrai, ressemblant à cette idée, la partie serait gagnée s'il paraissait totalement incolore et impersonnel.* ». Ce « manifeste » rédigé en 1956 à Lurs, donc aux prémices de l'Antique Olive, est assez étonnant quand on connaît le résultat qui est tout sauf incolore et impersonnel, mais paraissait un peu attendu quand on sait qu'il n'appréciait pas l'Univers et la construction géométrique des typographes Suisse.

Il va également refuser de faire un caractère décoratif et revendiquer vraiment l'idée que c'est la lisibilité qui prime pour ce caractère, s'intéressant en particulier à la lecture en petits corps, celle qui demande le plus d'exigence.

L'Antique Olive dans sa version finale comporte 9 variantes de graisses et deux italiques (qui ne sont pas vraiment des italiques mais plutôt des romains penchés). L'idée d'affirmer surtout la partie supérieure des lettres à été conservée, elle se retrouve donc plus grasse, et les « raccords » entre une courbe et un fût (comme dans b, d, g, h, m, n, p, r) sont renforcés par un délié très fin au début de la courbe. Ces formes sont éloignées de celle du geste écrit, et sur ce point José Mendoza fut une fois de plus en désaccord avec Excoffon.

A B

la Grande Olive  
noël

a b c d e

C

D

M. R. Boffin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

*Spécimen du Nord*  
Caractère Noël

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

*Antique Olive light, roman, roman italic*  
et bold

SÉRIE MAIGRE

SÉRIE NORMALE

SÉRIE DEMI-GRASSE

SÉRIE ITALIQUE

SÉRIE LARGE

SÉRIE ÉTROITE

SÉRIE ÉTROITE GRASSE

SÉRIE GRASSE

SÉRIE COMPACT

SÉRIE NORD

SÉRIE NORD  
ITALIQUE

Il est nécessaire de placer la graisse, le poids de la lettre à l'endroit qui la signifie qui la dessine qui la marque qui la caractérise cela est logique, c'est l'idée du caractère, sa base, l'idée du "portrait" de la lettre puisque le but essentiel que nous recherchons est la lisibilité, une lisibilité idéalement immédiate. Chaque lettre doit être plus vraie que les autres répondant à l'idée inconsciente "totale" que nous nous faisons de chaque lettre de l'alphabet. Je ne veux pas que le Catsilou\* ait d'autre style que celui d'être vrai, ressemblant à cette idée, la partie serait gagnée s'il paraissait totalement incolore et impersonnel.

Je reconnais à quiconque le droit de dire que ce portrait est mauvais mais je refuse le droit de faire "pour un caractère fonctionnel" un caractère d'esprit décoratif. Cela ne nie ni le droit de faire mieux pour un caractère lisible ni celui, pour la décoration, de continuer à faire décoration.

C'est dans les mauvais imprimés courants, le journal, qu'il faut aller chercher et analyser les lettres que notre œil connaît.

Surveillez celui qui lit, voyez sa hâte, son impatience à solliciter le caractère.

Avec une sûreté somnambulique, l'œil se déplace au fil des lignes.

Il réduit les mots en silhouettes, les groupes de lettres en points d'émission, en repères, c'est beaucoup plus une divination des phrases à partir de coagulations syllabiques familières au regard, qu'une exploration attentive des signes.

La lettre est lue sans avoir été vue.

Nous nous devons donc de dessiner le mot, de là l'importance de la typo dans la marque.

Pour la lecture générale il faudrait étudier tous les mots (?). Par la cryptographie étudier les bigrammes, les trigrammes, les alliances les plus fréquentes.

Dans les gros corps

où la lecture devient plus aisée normalement, le Catsilou a été dessiné pour modeler le mot.

Dans le petit corps

où le problème de la lisibilité est capital, le Catsilou caractérise la phrase.

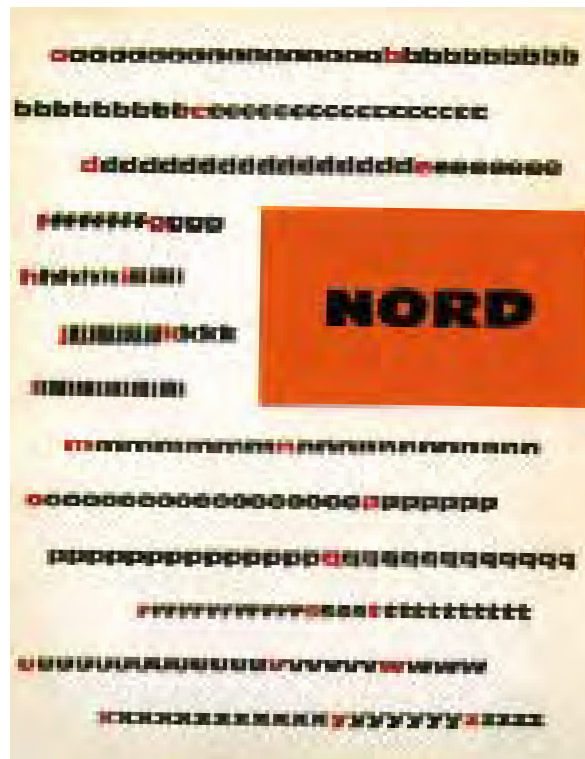
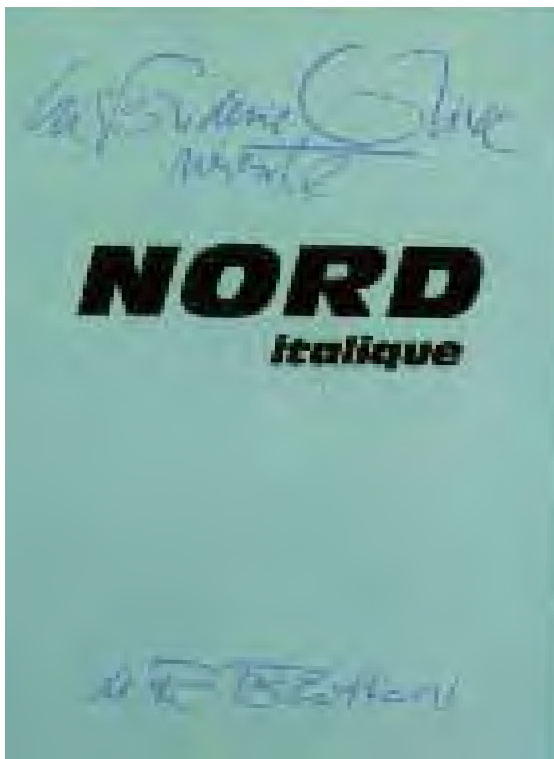
Lurs 1956

\*Catsilou : première appellation de l'Antique Olive



Agence Air France à Genève  
 décorateur : Pierre Gautier-Delays  
 Années 1960

Spécimens du Nord











*Le dernier grand  
créateur français ?*

JACQUES NAHMAS

LOTÉRIE INTERNATIONALE

Grandes Gains

www.loterieinternationale.com

CERISE

by Ash

EMOTIONAL SCIENCE

THE SCIENCE OF THE MIND

Outpost

À partir du moment où l'on prête attention à la présence des créations typographiques de Roger Excoffon dans son quotidien, elle apparaissent omniprésentes, en particulier là où on les attend le moins. On ne compte plus le nombre de boulangeries, boucheries, bars, pressings, quincailleries aux enseignes composés en Banco, Choc ou Mistral, tous ces petits commerces ont eu recours aux caractères d'Excoffon proposés par des peintres en lettres ou de lettres adhésives et en reliefs.

Pour les dessinateurs de caractères français ou étrangers, Excoffon incarne la typographie française, il est considéré comme un des derniers grands créateurs français de caractères du XX<sup>e</sup> siècle avec Cassandre qui, comme lui, dessina des caractères et travailla dans la publicité. Il incarne une certaine façon d'envisager la typographie, de manière gestuelle, vigoureuse, à l'opposé du style international qui tend vers la neutralité et une soit disant universalité, avec comme plus grande représentante l'Helvetica.

Pourtant, il semble que les caractères d'Excoffon ont été, et sont toujours, employés dans une grande partie du monde occidental sans jamais être attaché à une quelconque volonté de « faire Français ». Possèderaient-ils une portée universelle eux aussi ?



Bob Marley and the Wailers, Natty Dread, 1973



N.W.A, Straight outta Compton, 1988

Un des exemples amusant est l'utilisation du Banco en 1974 pour la sortie de l'album *Natty Dread* de Bob Marley and the Wailers. Pour les amateurs de reggae, cette fonte fut donc associée à ce courant musical, à l'opposé de l'image qu'on lui connaît en France. Dans un autre registre musical, on retrouve le Mistral employé pour la pochette du groupe NWA, *Niggaz With Attitude*, (hip hop américain du début des années 1990). Le choix peut paraître étonnant pour un caractère qui souhaitait retranscrire l'esprit des grands hommes de son siècle de voir son utilisation ici dans un contexte violent et provocateur. Pourtant, le caractère, légèrement étiré et coloré en rouge prend ici une aspect très griffé, rappelant plus l'imagerie des films d'horreur que la danse du manuscrit que recherchait Excoffon. Ce type de décalage culturel n'aurait certainement pas eu lieu sans la photocomposition et surtout la typographie numérique qui à aboli toutes les frontières et permis la distribution à l'échelle mondiale des fontes, diluant ainsi les spécificités régionales.

Excoffon est certainement un des derniers créateurs typographiques à incarner un esprit français de la lettre comme le souhaitait Maximilien Vox. Si Excoffon incarne cet esprit dans son travail, ce serait dans la volonté de laisser le geste s'exprimer dans la lettre, y donner des indices du tracé, mais surtout en ce qui le concerne une couleur très affirmée à chaque caractère, créer des systèmes rigoureux de construction comme pourrait le faire les typographes suisses mais avec la volonté d'avoir énormément de liberté, de place pour donner un mouvement à la lettre, les faire vibrer. Cet aspect est très présent dans des créations comme le Mistral, qui répond à des impératifs techniques très rigoureux et qui pourtant déborde d'énergie. Une des autres caractéristiques se trouve dans l'audace qu'a su prendre Excoffon pour des créations comme l'Antique Olive en s'éloignant des emplacements traditionnels donnés aux poids de chaque lettre, et donc de l'influence calligraphique, tout en conservant des pleins et déliés très marqués pour une linéale.

Le travail d'Excoffon en tant que créateur de caractères ou de publicitaire était déjà très reconnu à l'époque. Il faisait partie d'une sphère de gens important dans le métier et était reconnu par se pairs. Dans les spécimens de la fonderie Olive son nom est mis en avant comme un gage de qualité. Sur celui du Nord, il signe même sa création, preuve que la « patte Excoffon » est un argument supplémentaire. À partir des années 1960, son investissement dans la création typographique diminue, chose logique puisque dans le même temps, toutes les grandes fonderies françaises mettent la clé sous la porte, n'ayant pas su anticiper l'arrivée de la photocomposition. A cette

période, il est plus impliqué dans la création publicitaire et travaille à la direction d'un studio qui signe les campagnes et identité de prestigieuses maisons.



*Affiche Concorde, 1965*

### *Air France*

La plus célèbre est Air France pour qui il sera directeur artistique pendant une quinzaine d'années. La compagnie a toujours fait appel à des créateurs reconnus dans leur discipline. Les hôtesse de l'air portaient des vêtements dessinés par Dior ou Balenciaga, le mobilier était confié à Charlotte Perriand. Dans les années 1960-70, Air France se crée une identité autour de « l'esthétisme, de la création et du bon goût français. Elle prône le meilleur de la France dans le monde ». C'est à cette période que Roger Excoffon en est le directeur artistique, succédant à Jean Carlu qui permit à des affichistes comme Villemot, Savignac ou Nathan de signer des affiches invitant aux voyages dans des pays lointains. Sous la direction d'Excoffon, les visuels sont signés par des artistes du domaine des arts plastiques. Parmi ces artistes figurent des personnes dont le lien avec le travail d'Excoffon est évident tels Hartung, Mathieu ou Soulages, mais aussi Sonia Delauny, Vasarely, Alechinski, Soto, Zao Wou Ki, Buren...

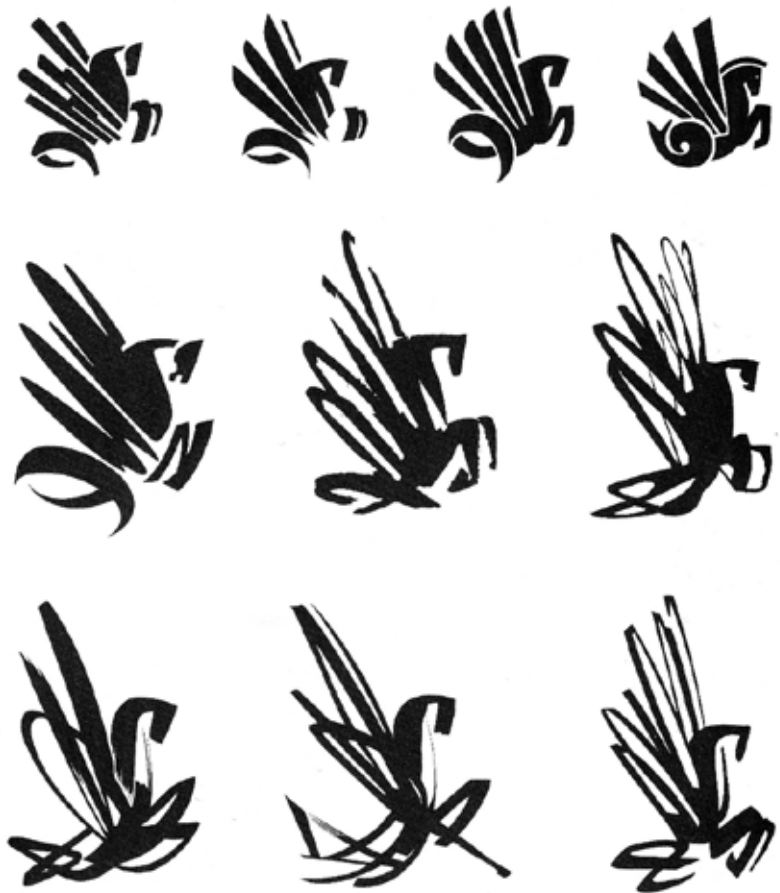
Parmi les affiches que signe Excoffon pour Air France, la plus connue est celle pour le Concorde. Celle-ci ose un format à l'italienne, permettant à l'avion de se déployer dans tout l'espace du format. Le traitement au



*Étude pour le renouvellement de l'image de marque d'Air France (1968)*

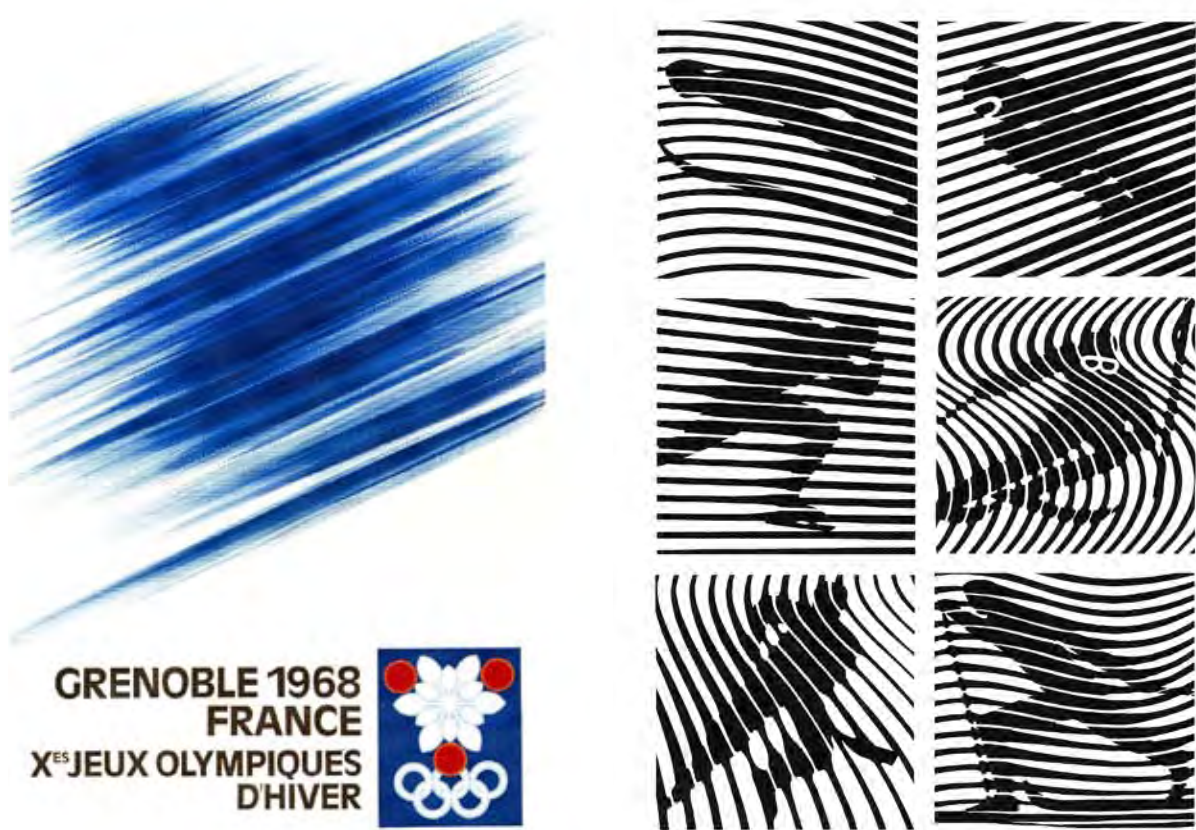
pinceau transmet toute l'énergie et la vigueur du trait, et donc le sentiment de rapidité de l'engin, mais aussi sa maîtrise. On peut mettre en parallèle cette énergie maîtrisée avec celle que l'on retrouve dans ses créations typographiques. Sa préoccupation semble être ici aussi de retranscrire un trait vif, un dessin laissant penser qu'il est effectué d'un seul geste rapide alors qu'il s'agit en réalité d'un travail longuement retouché et exécuté par des collaborateurs.

On retrouve également une approche semblable quand, en 1968, il tente une modernisation de l'ancien logo d'Air France. La démarche calligraphique y est évidente, même s'il s'agit ici d'un dessin.



*Études pour la modernisation du logo Air France pour toute applications, depuis l'empennage des avions jusqu'à l'utilisation à échelle très réduite en trame de presse quotidienne (1968)*

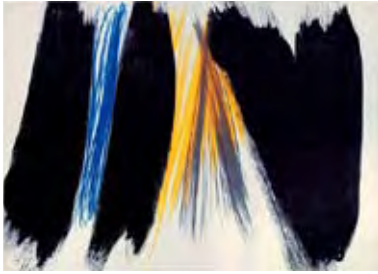




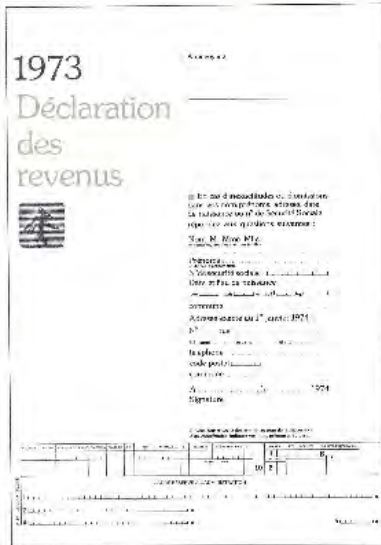
### *Les Jeux Olympiques de Grenoble*

Dans son travail pour l'identité des Jeux Olympiques de Grenoble en 1968, Excoffon convoque quasiment tout son vocabulaire graphique. En deux images, on peut saisir les grandes facettes de son travail. Cette affiche associe le coup de pinceau présent dans ses travaux, avec sa dernière création, l'Antique Olive. Excoffon a également dessiné le logo associant trois roses à un flocon de neige, logo qui ne restera pas dans les annales. Les pictogrammes symbolisant les disciplines olympiques sont eux bien plus intéressants. On connaissait Excoffon adepte du jeux de trames avec le Calypso, il les utilise une fois de plus dans un contexte inhabituel, afin de souligner les mouvements et la vitesse. Ce type de préoccupation est tout à fait en lien avec celle que l'on retrouve dans les arts visuels avec les artistes de l'op art, qui, dans la continuité de l'art cinétique, s'attachent à traduire le mouvement mais sans jamais le réaliser vraiment.

*Affiche et pictogrammes des Jeux Olympiques de 1968*



Hans Hartung  
Pastel et acrylique sur carton, 1973



### *L'abstraction lyrique*

On devine facilement que les entreprises qui font appel à Excoffon attendent de lui qu'il leur apporte ce qui fait sa marque, c'est-à-dire une peinture expressive, dynamique, une image qui semble naître d'un coup de pinceau. Il applique à la publicité des formes, une posture, un style qu'il apprécie et qui a débuté quand il commença à travailler dans le sillage l'Abstraction lyrique. Ce mouvement qui prend forme à la fin des années 1940 se situe dans le prolongement du surréalisme. Il refuse le contrôle de la raison, tend vers la calligraphie et le lyrisme des matières. Les éléments abstraits naissent non pas d'une logique systématique mais d'un désir d'expression automatique lié à des références extérieures. Dans les années 1950, l'art informel, conjonction de matérialisme, de calligraphie et de peinture gestuelle s'imose comme un « style » européen. Parmi ses représentants figurent Tàpies, De Staël, Poliakoff, Wols, Hartung, et Mathieu, qu'Excoffon fréquentait. On peut peut-être alors supposer que la position de ces peintres vis-à-vis d'Excoffon pouvait être hostile puisqu'il détournait en quelque sorte l'esthétique qu'il mettait en place à des fins publicitaires et donc mercantiles.

### *Affichiste, typographe et visualiste*

Le travail de visualiste d'Excoffon ne se limite pas à son approche plastique de l'affiche, à ses typographies ou ses jeux de trames, il répond également à des problèmes de communication visuelle. En 1973, il est chargé de la refonte de la déclaration des revenus. L'objectif étant d'y apporter une plus grande clarté et une meilleure lisibilité. Les critères impératifs étant d'être compris par tous et prendre en compte certaines normes techniques, « la feuille étant traitée sur ordinateur ». Il paraît étonnant qu'il n'ait pas choisi son Antique Olive, cette police sur laquelle il a concentré ses efforts afin d'en améliorer la lisibilité au maximum. Il a plutôt opté pour le Souvenir d'ITC.

Il mit également à profit ses compétences dans le packaging de produits pharmaceutiques de la firme SANDOZ. Il développe un langage visuel, une sorte de convention entre le laboratoire, le médecin, le pharmacien et l'utilisateur. Un timbrage-couleur sur chaque conditionnement constitue un code signifiant de la spécialité et de son application. Le reste de l'emballage est blanc afin d'évoquer la pureté et l'asepsie du produit. Un pictogramme inscrit en réserve dans le timbrage souligne la présentation du produit





*Packaging des médicaments Sandoz*

(en comprimé, cachet, gellule, pilule...). La typographie choisie est utilisée pour toute la communication de la firme, de l'emballage à la publicité. Comme on peut le voir, Excoffon est également un créateur de systèmes, d'identités visuelles, et non seulement d'affiches et de logos. Dans des articles parus dans différentes revues de l'époque on peut suivre ses réflexions concernant la notion d'image de marque, la réception de la publicité, des théories sur l'affiche...

Le terme visualiste qu'il tente d'imposer correspond bien à ce champ d'action, qui allie réflexion intellectuelle à recherche formelle, le terme est d'ailleurs toujours utilisé au Québec

|                   |                |
|-------------------|----------------|
| Ile-de-France     | Exposition     |
| Ile               | Gravure        |
| Lieu              | Plan média     |
| Couleur           | Administration |
| Histoire de l'art | Chiffre        |
| Visiteur          | Publicité      |
| Amateur           |                |
| Ecole             | Cneai =        |
| Reproduction      | neuf ans       |
| Livre d'artiste   |                |
| Inventaire        |                |
| Vocabulaire       |                |
| Contexte          |                |
| Production        |                |
| Opinion           |                |
| Partenaire        |                |

Catalogue du CNEAI par Alex Trüb, 2007

### Quels héritiers pour Excoffon ?

Le travail typographique d'Excoffon semble posséder un statut particulier dans le monde du graphisme. Ses créations si célèbres et communes possèdent parfois un côté « vulgaire » qui ne sert pas toujours leur auteur. Elle sont ainsi souvent considérées comme reflet d'un certain mauvais goût, car trop vues, trop utilisées dans des contextes peu flatteurs, elles ont parfois le même statut qu'un caractère comme le Comic Sans de Vincent Connare. Pourtant il semble qu'un grand nombre de typographes reconnaissent grandement son travail, peut être parcequ'ils savent observer les qualités de la lettre en elle-même, sans s'attacher à sa connotation créée avec le temps. Quel sont alors les créateurs qui ont suivi la démarche d'Excoffon ?

Tout d'abord, les caractères de titrages se développèrent de manière considérables grâce au phototirage et au procédé de décalcomanie typographique de Letraset. On a donc vu apparaître dans les années 1970 une multitude de caractères d'une créativité folle. Nombreux furent ceux qui dessinèrent des fontes inspirées par l'écriture manuelle, mais peu dans le même sens qu'Excoffon. Toutefois, certains caractères comme le Magnificat de Friedrich Peter ou le Stilla de François Boltana, édité par Letraset en 1973 sont dérivés de l'écriture et possèdent une dose d'« excès » qui a certainement accroché l'œil d'Excoffon puisqu'il leur décerna un prix en 1973, dans un jury également composé d'Herb Lubalin et de Derek Birdsall.

Du côté des créateurs actuels, c'est semble-t-il l'Antique Olive qui reçoit le plus d'hommages. L'originalité, la couleur de cette linéale est la source d'inspiration de deux polices de caractères sorties récemment. Le typographe argentin, Alejandro LoCelso, qui à été formé à l'ANRT et au département de création typographique de l'Université de Reading a dessiné en 2002 le Quimera en hommage à l'Antique Olive. On y retrouve en effet certains positionnements de graisse qui en font sa particularité, ainsi que sa grande hauteur d'œil.

Le FF Balance, du hollandais Evert Bloesma, s'inspire lui aussi du caractère d'Excoffon, possédant également une graisse supérieure dans la partie haute des lettres. Des lettres comme le B ou le R lui donne un petit « air de famille » avec l'Antique Olive.

Il semble également que les créations d'Excoffon ont été un peu boudées par les graphistes français, en particulier dans les années 1980 et 1990 alors qu'à l'étranger, on reconnaissait ses qualités et son apport à la typographie. Il semble que depuis quelque temps, il soit de bon ton de s'intéresser à nouveau à son travail et l'utilisation de l'Antique Olive récemment dans le catalogue du CNEAI par Alex Trüb figurant au catalogue *Les plus beaux livres suisses* en 2007 en est un des derniers exemples réussis.

***font Stilla***  
***A wish***  
***comes true***

*Stilla de François Boltana, prix Letraset 1972*

## **AABBCc HANDGLOVES**

A quick brown fox jumps over the lazy dog. Sphinx of black quartz judge my vow. About sixty codfish eggs will make a quarter pound of very fizzy jelly. Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack. New farmhand proves strong but lazy, picking just six quinces. Crazy Fredericka bought many very exquisite opal jewels.

*FF Balance d'Evert Bloesma, Fontfont, 1993*

***Font***  
***Magnificat***

*Magnificat de Friedrich Peter, Letraset, 1973*

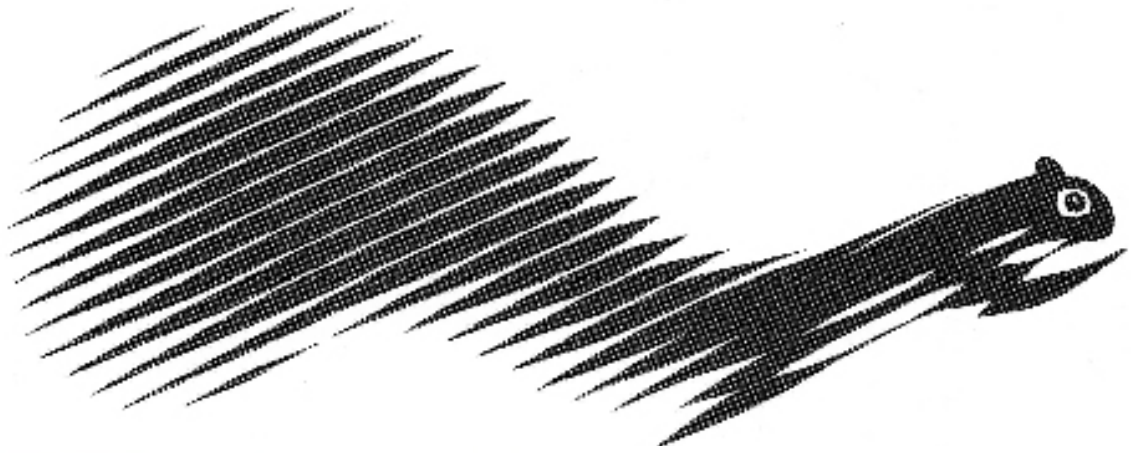
## **Divergently**

Battle frizz with quick hair epoxy jel -

## **Divergently**

Battle frizz with quick hair epoxy jel -

*Quimera Negra et Compacta d' Alejandro Lo Celso, Pampa type, 2001*



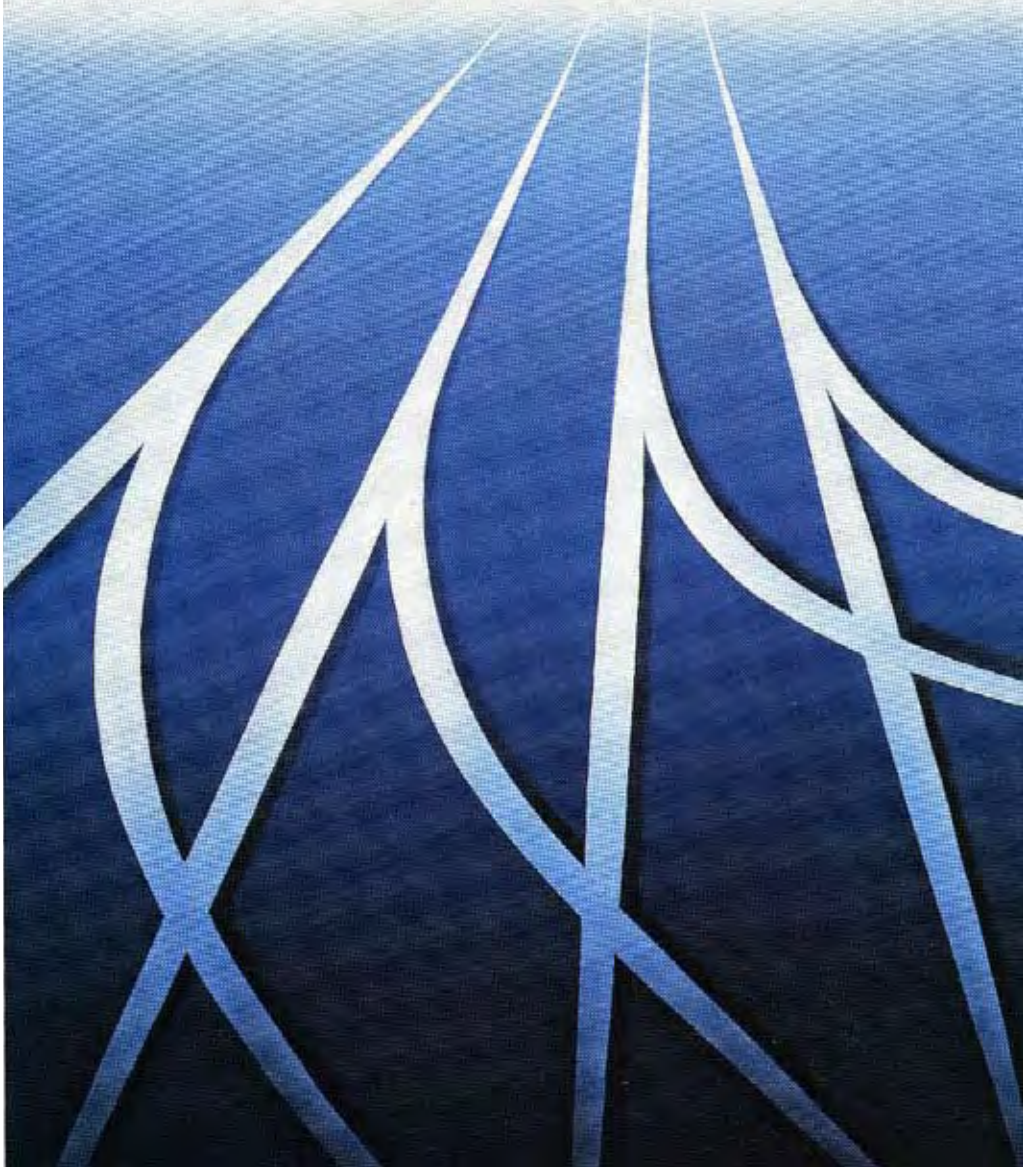
**BALLY**



*Dessins publicitaires pour la caisse d'épargne et Bally*



CHEMINS DE FER FRANÇAIS **150<sup>e</sup>** ANNIVERSAIRE



## Conclusion

Excoffon, *l'homme de la griffe et du paraphe* comme l'appelle Maximilien Vox est un maître du geste contenu. Ses créations le prouvent, il sait figer la vitesse, le mouvement dans des caractères ou des affiches en donnant toujours l'impression qu'il suffit d'un coup de pinceau. Pour Excoffon, la main est un outil formidable, ses caractères lui rendent hommage. Le geste de l'écriture, la nervosité, se lisent dans le Choc et le Mistral, la grâce, dans le Diane et l'audace dans le Calypso. Mais Excoffon n'est pas seulement un créateur de formes, il est aussi un personnage vivement investi dans le développement de sa discipline. « Il était de tout les jurys » comme le rapporte Mendoza, il voulait à tout prix faire avancer les métiers du graphisme, de la publicité, du design, leur donner plus de reconnaissance, plus de réflexion.

On retient surtout d'Excoffon ses caractères de titres ou de décoration comme il les appelle, Banco, Choc et Mistral, mais il prouve avec l'Antique Olive qu'il peut également apporter son regard singulier sur un caractère linéal, fruit d'une réflexion sur la lisibilité qui mène vers des formes inattendue et surtout anti-académiques, ce qu'il a toujours tenté d'être.

Bien qu'il y ait eu au même moment que lui et depuis sa mort quelques dessinateurs de caractères talentueux en France, il semble difficile d'en trouver qui ont laissé la même trace que lui. Une trace dans le monde de la typographie grâce à ses multiples engagements dans le domaine comme son rôle de président des rencontres de Lure mais aussi dans le paysage typographique mondial. Car les affiches et les caractères de Roger Excoffon possèdent ont une dimension populaires, elles parlent à « l'homme de la rue », sont dessinées pour l'interpeller, lui livrer des phrases « choc ». Mais il ne séduit pas que l'homme de la rue comme c'est souvent le cas avec quelques artifices, il sait aussi convaincre l'œil averti de ses confrères. Et il fait parti des derniers créateurs de formes à travailler dans la publicité, avant que celle-ci ne soit guidée par les directeurs du marketing avant tout.

Il laisse derrière lui une façon de travailler la lettre qui n'a pas trouvé me semble-t-il d'héritiers direct évident et avec autant d'impact, toutefois ses créations continue d'intéresser et d'influencer de nombreux dessinateurs de caractères sans compter les graphistes qui découvrent ou redécouvrent son travail, et qui, peut être, lui apporteront une seconde jeunesse.

**La technique  
doit être  
maîtrisée au  
point d'être  
dépassée,  
car si c'est  
impeccable,  
c'est plat !**





## *Bibliographie*

WLISSIKOFF Michel

*Histoire du Graphisme en France.*– Paris : Les arts décoratifs, 2006

HOLLIS Richard

*Le graphisme de 1890 à nos jours.*– Paris : Thames and Hudson, 2002

*Catalogue de l'exposition Excoffon.*– Paris : Excoffon conseil, 1986

PORCHEZ Jean-François (directeur de publication)

*Lettres françaises : spécimen de caractères français.*–Paris : ADPF et ATypI,

CALVET Louis-Jean & THIBAUT Philippe-Michel

*Rêver le monde : Affiches Air France.*– Paris : Le Cherche midi, 2006

THORON S.

*Excoffon ou le pouvoir d'un visuel.*– Paris : club français de la médaille,  
4<sup>e</sup> trimestre 1973

PEIGNOT Jérôme

*Air france : affiches, 1933-1983 .*– Paris, Hazan, 1988

SAVOIE Alice

*French type foundries in the twentieth century*, Mémoire de fin d'études,  
Reading, 2007

### *Reuves*

*Communication et langage* n° 55

*Esthétique industrielle* n° 77, 1954

*Étapes* n° 142 mars 07

*Eye* n° 54, hiver 2004 : SOAR, Matt : Excoffon's Autograph

*La lettre G* UTenberg n° 16, dec 1999

*Caractère Noël* de 1954 à 1957

### *Internet*

DREYFUS John *Speed and grace of Excoffon* :

[www.itcfonts.com/Ulc/OtherArticles/Excoffon.htm](http://www.itcfonts.com/Ulc/OtherArticles/Excoffon.htm)

[www.rencontresdelure.com](http://www.rencontresdelure.com)

[www.pampatype.com](http://www.pampatype.com)

[www.mattsoar.com](http://www.mattsoar.com)



Achévé d'imprimer  
sur les presses de l'École Estienne  
en janvier 2008

Composé en FF Scala de Martin Majoor







École Estienne  
DSAA Création Typographique  
2008