

La Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent dévoile les identités graphiques des futurs musées Yves Saint Laurent de Paris et Marrakech, qui ouvriront leurs portes dès l'automne 2017



Musée YVES SAINT LAURENT Paris



musée
YVES SAINT LAURENT
marrakech

L'identité graphique du musée de Paris est développée par l'agence Wolkoff & Arnodin ; celle du musée de Marrakech est conçue par le Studio Philippe Apeloig.

Assimilé à la maison de couture éponyme depuis son lancement, le logo original d'Yves Saint Laurent est considéré aujourd'hui comme l'un des exemples les plus forts du branding moderne. Utilisant les trois initiales du couturier entrecroisées dans un arrangement vertical, le logo a été conçu en 1961 à la demande d'Yves Saint Laurent et Pierre Bergé par l'artiste franco-ukrainien Adolphe Mouron Cassandre, connu pour ses affiches publicitaires et ses polices de caractère gras.

Célébrant l'histoire riche de la maison de couture, l'agence Wolkoff & Arnodin a conçu l'identité visuelle du nouveau Musée Yves Saint Laurent Paris qui ouvrira ses portes à l'automne 2017 dans le bâtiment historique de l'avenue Marceau. La version entrelacée ainsi que celle déployée du logo Cassandre, sont assemblées avec les mots « Musée » et « Paris » dessinés sur la base d'une typographie Garamond, casse en plomb du début du XX^{ème} siècle, aujourd'hui disparue. Cette typographie, comme la couleur bronze utilisée dans le logo, reprend les codes graphiques de la maison de haute couture.

Alexandre Wolkoff et Antoine Arnodin ne sont pas étrangers au travail de Saint Laurent puisque leur première collaboration date de 1975, lorsqu'ils étaient membres de l'agence de communication Mafia (Maïmé Arnodin Fayolle International Associés). Elle s'est poursuivie lorsqu'ils ont créé leur propre agence à la fin des années 1980. Après la fermeture de la maison de couture en 2002, l'agence a conçu les univers graphiques d'expositions et de catalogues pour la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent.

L'identité graphique du Musée Yves Saint Laurent Marrakech (mYSLm) a elle été conçue par le Studio Philippe Apeloig, qui avait précédemment créé l'affiche de la rétrospective Yves Saint Laurent au Petit Palais à Paris en 2010. Pensé dans un nouveau style, reflétant la modernité du bâtiment conçu par les architectes de Studio KO, le logotype du mYSLm s'inspire des références artistiques d'Yves Saint Laurent : Mondrian et l'artisanat marocain.

La forme du logotype est un carré parfait incliné à 45°, en équilibre sur l'un de ses angles, rappelant la peinture de Mondrian, *Victory Boogie Woogie*. Il évoque également les mosaïques traditionnelles marocaines, les célèbres zelliges, ordonnés sur une grille oblique, qui faisaient partie de l'univers esthétique d'Yves Saint Laurent. Au centre de la création graphique se trouvent les initiales YSL, entourées de haut en bas par la lettre 'm' en bas-de-casse, rappelant la découpe des portes en arcade, typique de l'architecture mauresque, que l'on retrouve sur la façade de l'atelier de Jacques Majorelle. Le choix d'une typographie humaniste et linéale, le Effra, connote le logotype d'un esprit moderniste hors du temps et lui assure une parfaite lisibilité.

Pierre Bergé, Président de la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent, déclare :

« Cassandre était le plus grand, le meilleur graphiste de son temps. La première chose que nous avons faite, avant même de réunir les fonds ou de trouver les collaborateurs, fut de le rencontrer. Il avait dessiné le sigle de Christian Dior, il était oublié. C'était en 1961. Il nous a fait une seule proposition, celle des initiales entrelacées ; la rencontre a eu lieu au restaurant Le Débarcadère, à Paris. »

Alexandre Wolkoff, co-fondateur de Wolkoff & Arnodin, déclare :

« Lorsque Pierre Bergé a décidé de créer le musée Yves Saint Laurent dans le bâtiment historique de la maison de haute couture du 5 avenue Marceau, il a clairement exprimé son désir que la charte du musée respecte le logotype Yves Saint Laurent original dessiné en 1961 par Cassandre. Par conséquent, lorsque nous avons commencé à travailler sur l'identité graphique de ce projet, nous savions qu'il devait célébrer l'héritage laissé par ce maître du design graphique du XX^{ème} siècle. »

Philippe Apeloig, fondateur de Studio Philippe Apeloig, déclare :

« Mes sources d'inspiration pour la création du logotype du musée de Marrakech se font l'écho des références artistiques d'Yves Saint Laurent, et de l'artisanat marocain. Les initiales « YSL », apparaissent au cœur du logotype carré. Le contraste entre la rondeur des deux « m », et la stature des trois lettres « YSL » en capitales, assure une hiérarchie de lecture, une stabilité et une élégance évocatrice de l'œuvre d'Yves Saint Laurent.»

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Brunswick Arts

Grégory Fleuriet : +33 (0)1 85 65 83 23

Benoit Loiseau : +44 (0) 7974 982542

fondationpbysl@brunswickgroup.com

Musée Yves Saint Laurent Paris

Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent

Olivier Flaviano : o.flaviano@fondation-pb-ysl.net

Simon Freschard : s.freschard@fondation-pb-ysl.net

Musée Yves Saint Laurent Marrakech

Fondation Jardin Majorelle

Quito Fierro : quito.fierro@jardinmajorelle.com

Hanane El Hadi : h.elhadi@jardinmajorelle.com

Une sélection d'images est disponible [ici](#)

NOTES À L'ATTENTION DES RÉDACTEURS :

La Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent

Ouverte en 2004 dans l'ancienne maison de couture Yves Saint Laurent, la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent repose sur ses 40 ans de création. À ce jour, sa collection n'a pas d'équivalent dans le milieu international de la haute couture. Véritable pionnier, Yves Saint Laurent est le seul designer de sa génération qui a décidé d'archiver systématiquement son œuvre depuis la création de sa maison de couture.

Reconnue d'utilité publique, elle a trois missions principales :

- La conservation, selon des critères muséologiques rigoureux, d'un patrimoine unique comprenant 5 000 vêtements de haute couture, 15 000 accessoires, ainsi que des dizaines de milliers de croquis, planches de collections, photographies, articles de presse et documents divers.
- L'organisation d'expositions, à la fois dans les espaces du 5 avenue Marceau et dans les musées du monde entier, qui contribuent au rayonnement de l'œuvre d'Yves Saint Laurent.
- Le soutien d'institutions et de projets culturels.

5 avenue Marceau, 75116 Paris, France

www.fondation-pb-ysl.net

Le Jardin Majorelle

Jacques Majorelle (1886-1962), peintre orientaliste français, crée un jardin de plantes exotiques et d'espèces rares dans les années 1930 à Marrakech. Ce jardin sera ouvert au public en 1947 et deviendra le Jardin Majorelle que l'on connaît aujourd'hui. C'est en 1980 que Pierre Bergé et Yves Saint Laurent en font l'acquisition pour le sauver d'une destruction certaine prévue dans le cadre d'un projet immobilier. Depuis cette date, le jardin a été restauré et l'atelier du peintre réaménagé pour devenir le musée berbère. Depuis le décès d'Yves Saint Laurent, le jardin appartient à la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent.

La Fondation Jardin Majorelle, institution de droit marocain reconnue d'utilité publique, assure la sauvegarde et le fonctionnement du jardin. Elle finance des actions culturelles, éducatives et sociales au Maroc en redistribuant ses bénéfices.

Le Jardin Majorelle, qui a accueilli 670 000 visiteurs en 2015, emploie 91 personnes.

Rue Yves Saint Laurent, Guéliz, 40090 Marrakech, Maroc

www.jardinmajorelle.com

Wolkoff & Arnodin

En 1987, Alexandre Wolkoff et Antoine Arnodin fondent l'agence Wolkoff & Arnodin spécialisée dans la communication des marques de mode et de création après dix années passées à l'agence Mafia (**Maïmé Arnodin Fayolle International Associés**).

Dès son adolescence, Alexandre Wolkoff se découvre une passion pour la typographie en découpant des lettres dans les journaux pour reconstituer les polices de caractères. C'est ainsi qu'il choisit d'entrer dans le monde de la publicité en 1970 en présentant sa candidature à la prestigieuse agence de Marcel Bleustein-Blanchet, Publicis conseil.

Sa formation artistique a commencé avec des clients tels que Renault, Boursin, Nescafé, ou Galeries Lafayette et il se voit récompensé en 1976 par un grand prix de l'affichage pour une campagne Nescafé. Là, il est contacté par l'agence Mafia dirigée par Maïmé Arnodin et Denise Fayolle qu'il rejoint en 1976. Cette belle aventure riche de rencontres exceptionnelles, en particulier avec Yves Saint Laurent, durera onze ans.

Avec une formation d'ingénieur acquise à l'École Nationale Supérieure de l'Aéronautique et complétée en 1969 par un Master of Sciences à Purdue University (USA), Antoine Arnodin a exercé une activité d'ingénieur conseil en informatique à Cégos Informatique dans le domaine de la communication Homme-Machine. La découverte de la publicité est née d'une rencontre avec Denise Fayolle, fondatrice avec Maïmé Arnodin de l'agence Mafia. Les rejoignant dès 1973 en tant que responsable des études, Antoine Arnodin a acquis ensuite une expérience en tant que responsable de clientèle sur les secteurs de la mode, des cosmétiques et des parfums tant au niveau de la stratégie créative qu'au niveau des plans d'action. C'est ainsi que dès 1975, il a collaboré avec Yves Saint Laurent. L'agence comprend comme clients Carnet de Vol, Chantal Thomass, Coca-Cola Light, Pernod Ricard, Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent, l'Institut Français de la Mode et l'Opéra de Paris – A.R.O.P.

www.wolkoff-arnodin.com

Studio Philippe Apeloig

Philippe Apeloig est né à Paris en 1962. Il étudie à l'École supérieure des arts appliqués Duperré et à l'École nationale supérieure des arts décoratifs (Ensad). Au début des années 80, il effectue deux stages à Amsterdam dans le studio Total Design où il s'intéresse particulièrement à la typographie. En 1985, il est engagé comme graphiste par le Musée d'Orsay où il met en œuvre l'identité visuelle conçue par Bruno Monguzzi et Jean Widmer, et il signe, entre autres, l'affiche de l'exposition « Chicago, naissance d'une métropole ». En 1988, il part à Los Angeles travailler avec April Greiman, pionnière du design digital. En 1993, il est pensionnaire à la Villa Médicis à Rome où il s'exerce au dessin de lettres. Pour ce travail, il obtient le *Gold Award* décerné par le Tokyo Type Director Club en 1995.

Après Los Angeles, Philippe Apeloig rentre à Paris et crée son propre studio. Durant l'année 1993, il est le directeur artistique du magazine *Le Jardin des Modes*. De 1992 à 1998, il enseigne la typographie à l'Ensad. En 1998, Philippe Apeloig s'installe aux États-Unis pendant cinq ans. Professeur à RISD (Rhode Island School of Design), puis au Maryland Institute College of Art de Baltimore, il est recruté *full time faculty* par la Cooper Union School of Art de New York, où il occupe aussi la position de conservateur du Herb Lubalin Study Center of Design and Typography.

Nommé consultant artistique du musée du Louvre en 1997, il en devient le directeur artistique de 2003 à 2007. Philippe Apeloig a créé les logotypes des Musées de France, du Musée d'art et d'histoire du judaïsme à Paris, de l'IUAV (*Istituto Universitario di Architettura di Venezia*) à Venise, du Théâtre du Châtelet, de la marque Puiforcat... Il travaille avec des éditeurs : Flammarion, La Martinière, Phaidon, PUF, Robert Laffont. Affichiste de la Fête du Livre d'Aix-en-Provence depuis 1997, il signe de nombreuses autres affiches, celle de la rétrospective Yves Saint Laurent au Petit Palais à Paris en 2010. En 2011 il dessine les affiches des expositions « A Graphic Odyssey » consacrée à l'œuvre du graphiste néerlandais Wim Crouwel au Design Museum de Londres, et « *Bewegte Schrift* », une installation vidéo sur la typographie animée au Museum für Gestaltung de Zürich. Il est créateur de polices de caractères typographiques qui sont diffusées par la fonderie Nouvelle Noire (Zurich). En 2013, il réalise le visuel du Saut Hermès au Grand Palais à Paris. La Maison Hermès lui confie également le soin d'imaginer un carré de soie célébrant le centenaire de la naissance de Roland Barthes en 2015. Actuellement il réalise l'identité visuelle et la signalétique du Louvre Abou Dhabi en collaboration avec les Ateliers Jean Nouvel.

En 2013, le musée des Arts décoratifs à Paris lui consacre sa première importante rétrospective : 30 ans d'une carrière qu'il a mis pareillement en scène dans un livre, intitulé *Typorama*, publié à cette occasion. À la fin de l'année 2015, le Stedelijk Museum d'Amsterdam expose son travail dans une nouvelle présentation ayant pour titre « Using Type ». Philippe Apeloig est membre de l'AGI (Alliance Graphique Internationale). Depuis 2011, il est Chevalier de l'ordre des Arts et des Lettres.

www.apeloig.com