

concours international d'affiches

Rapprochements



une production de l'activité fret de la SNCF

Brief encounters

international poster competition

Rapprochements

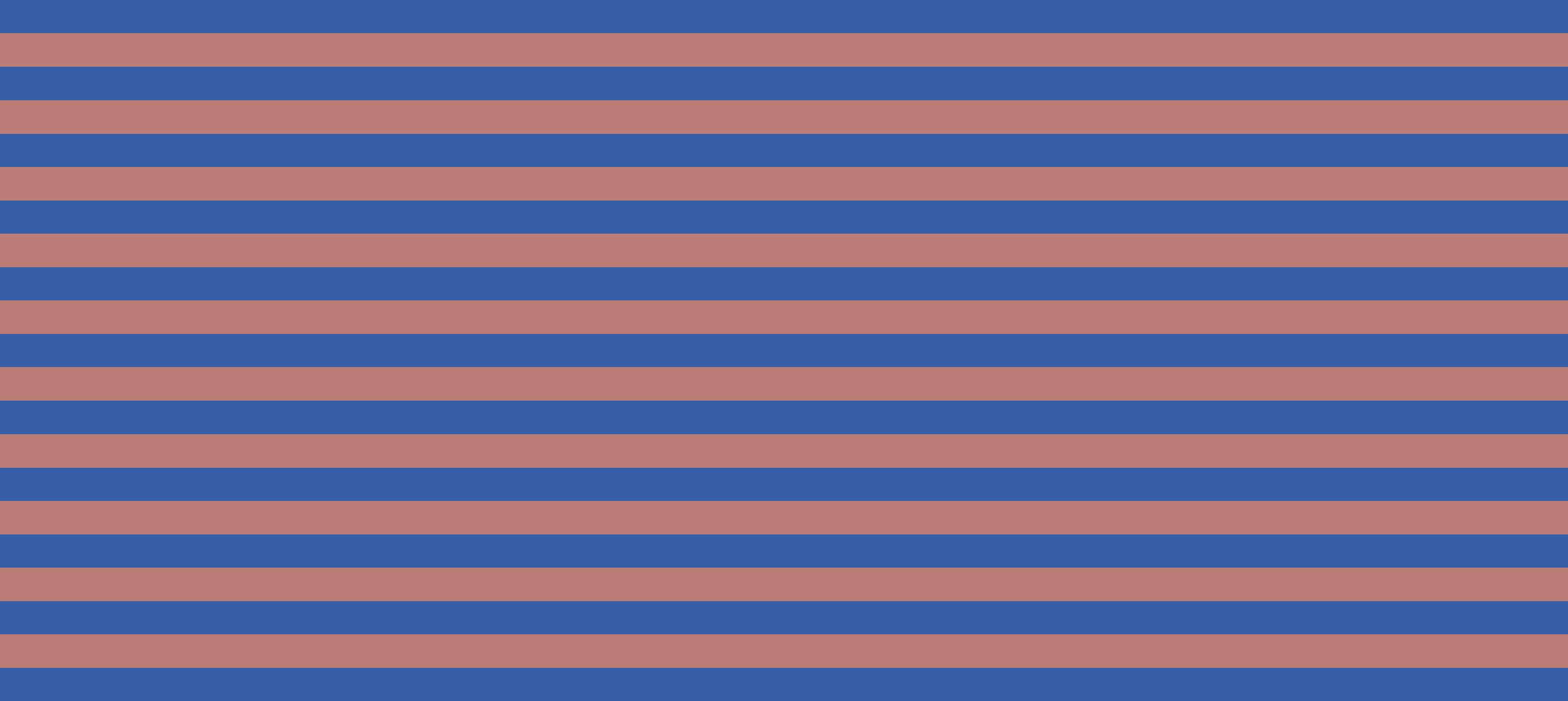
Brief encounters

ISBN 2-914531-02-8



9 782914 531023

19,5 euros



Un concours international d'affiches

pour une exposition itinérante à travers

l'Europe. An international poster

competition for a travelling exhibition

across Europe.

2 Rapprochements : un mot qui ouvre l'imaginaire et tout à la fois dit le service rendu à la société par le transport de marchandises en train.
Rapprochements des matières : automobiles, papier, boissons, ferrailles, ciment, poutres, fruits et légumes... Rapprochements des lieux : Londres, Paris, Bruxelles, Essen, Berlin, Varsovie, Moscou... Rapprochements des gestes humains : celui de cultiver et celui de manger, celui d'extraire et celui de forger, celui de vendre et celui d'acheter, celui de jouir, rapprochements du travail et du désir, voyages du producteur au consommateur. Rapprochements de la protection de l'environnement et de la technicité d'entreprise.

3 Brief encounters : a word that both stimulates the imagination and says something about the service rendered to society through the shipping of goods by train. Rapprochements materials connection : automobiles, paper, drinks, scrap iron, cement, beams, fruits and vegetables... Brief encounters place connections : London, Paris, Brussels, Essen, Berlin, Warsaw, Moscow... Brief encounters to movements of the body : acts of cultivating, eating, mining, forging metals, buying and selling, enjoying life, brief encounters connections to work and desire, voyages from the producer to the consumer. Brief encounters connections to environmental protection and the technical aspects of companies.

A large stack of graphic design projects, likely portfolios or brochures, is shown from a top-down perspective. The pages are colorful and varied in design, creating a vibrant texture. Some titles are visible on the spines, such as "youngs", "balandžio 5-7", and "brief encounters".

Merci aux 653 graphistes de 32 pays qui ont envoyé 897 projets.

Thank you to the 653 graphic artists from 32 countries who submitted
897 projects.

Le jury international composé de Michel Bouvet France, Xavier Bermudez Mexique, Vladimir Chaïka Russie, Uwe Loesch Allemagne, Ahn Sang-Soo Corée du Sud et de Corinne Orzechowski, représentant la SNCF s'est réuni à la galerie Anatome et a sélectionné 73 affiches. The international jury, composed of Michel Bouvet - France, Xavier Bermudez - Mexico, Vladimir Chaïka - Russian Federation, Uwe Loesch - Germany, Ahn Sang-Soo - South Korea and Corinne Orzechowski, the SNCF representative, met at the Anatome gallery and selected 73 posters.



Le jury a décerné le premier prix à Maxime Lemoyne, France, le second à Ahmet Naci Firat, Turquie et le troisième à Karolina Ciezkiewicz, Pologne. The jury awarded the first prize to Maxime Lemoyne, France, second to Ahmet Naci Firat, Turkey and third to Karolina Ciezkiewicz, Poland.





RAPPR OCHE MEN TS

Six cent cinquante-deux artistes, trente-deux pays, huit cent quatre-vingt-dix-sept projets et... un catalogue pour présenter les soixante-treize affiches sélectionnées par des graphistes venus des quatre coins du monde. Une histoire qui a commencé par un avis de concours international, quelques mots tracés et traduits en anglais, une invitation à participer, à exprimer « les rapprochements », c'est-à-dire la raison d'être d'une entreprise de services de logistique et de transport.

Le règlement du concours se voulait évocateur: « Rapprochements : un mot qui ouvre l'imaginaire et dit le service rendu à la société par le transport de marchandises en train. Rapprochement des matières : automobiles, papier, boissons, ferrailles, ciment, poutres, fruits et légumes... Rapprochements des lieux : Londres, Paris, Bruxelles, Essen, Berlin, Varsovie, Moscou... Rapprochement des gestes humains : celui de cultiver et celui de manger, celui d'extraire et celui de forger, celui de vendre et celui d'acheter, celui de jouir, rapprochement du travail et du désir, voyages du producteur au consommateur. Rapprochement de la protection de l'environnement et de la technicité d'entreprise.

Rapprochement aussi d'une vocation commerciale avec une expression sans commande. L'économie peut-elle servir la création et supporter l'imaginaire ? Nous avons répondu oui. Imprudence ? L'expérience prouve qu'on peut croiser les genres et produire du sens. Né au XIX^e siècle pour le besoin spécifique du transport de marchandises, le chemin de fer reprend, deux siècles plus tard, des allures de modernité.

Parce que, sur les longues distances qui séparent les pays d'Europe, le train est encore ce qu'on a inventé de mieux sur Terre.

Parce que la croissance économique européenne risque d'être freinée si on laisse la route répondre seule au développement des échanges.

Parce que la société craint l'asphyxie, des routes comme celle des poumons.

Parce que la sécurité des transports devient une nouvelle éthique.

Parce que les marchandises sont d'abord faites pour être consommées et qu'il y en a des lourdes et des volumineuses, des plates et des rondes, des longues et des pointues, des liquides et des solides, des fragiles, des chimiques, des fraîches, des conteneurisées, des

palettisées... et que le wagon s'adapte, que le train les supporte, comme elles sont.

Parce que des entreprises, accrochées en quelque sorte au chemin de fer, sont reliées entre elles par le train.

Parce que même les camions prennent le train, pour traverser la Manche, pour passer la montagne, pour reprendre ensuite leur chemin de desserte.

Aujourd'hui, 22 % des marchandises qui circulent en France prennent le train. Mieux que dans la plupart des autres pays européens. Pas suffisamment si on en croit la demande de la société.

La SNCF a pour objectif de doubler son trafic fret en 2010. Une ambition qui passe par l'Europe. Aujourd'hui, la moitié des marchandises qu'elle prend en charge passent au moins une frontière. Demain, elles seront 75 %. Pour cela, la SNCF souhaite développer la coopération engagée avec les autres entreprises ferroviaires européennes.

Coopérations techniques d'abord. Les réseaux historiques se sont bâtis selon des principes géopolitiques. L'Espagne s'est protégée par un écartement de voies distinct des autres pays européens, la mémoire

des invasions napoléoniennes étant encore fraîche... Au moment de l'électrification, chacun a équipé ses terres d'une fréquence ou d'un voltage différents. Les trains roulent à gauche, comme en Grande-Bretagne, sauf en Allemagne. Pour trouver des solutions à ces frontières techniques, rien ne vaut le partenariat. Pragmatisme.

Coopérations commerciales aussi. Des filiales communes existent pour le transport des produits sidérurgiques, comme Sideuropa avec Trenitalia ; pour les ferrailles ou les céréales, comme Cadefer ou Agrifersa avec la Renfe ; pour exploiter la future ligne de ferroulage dans les Alpes, ou pour exploiter le passage du tunnel sous la Manche, avec EWS, en Grande-Bretagne... Développement.

L'Europe, ce sera aussi, en mars 2003, la concurrence entre entreprises ferroviaires pour le transport international des marchandises.

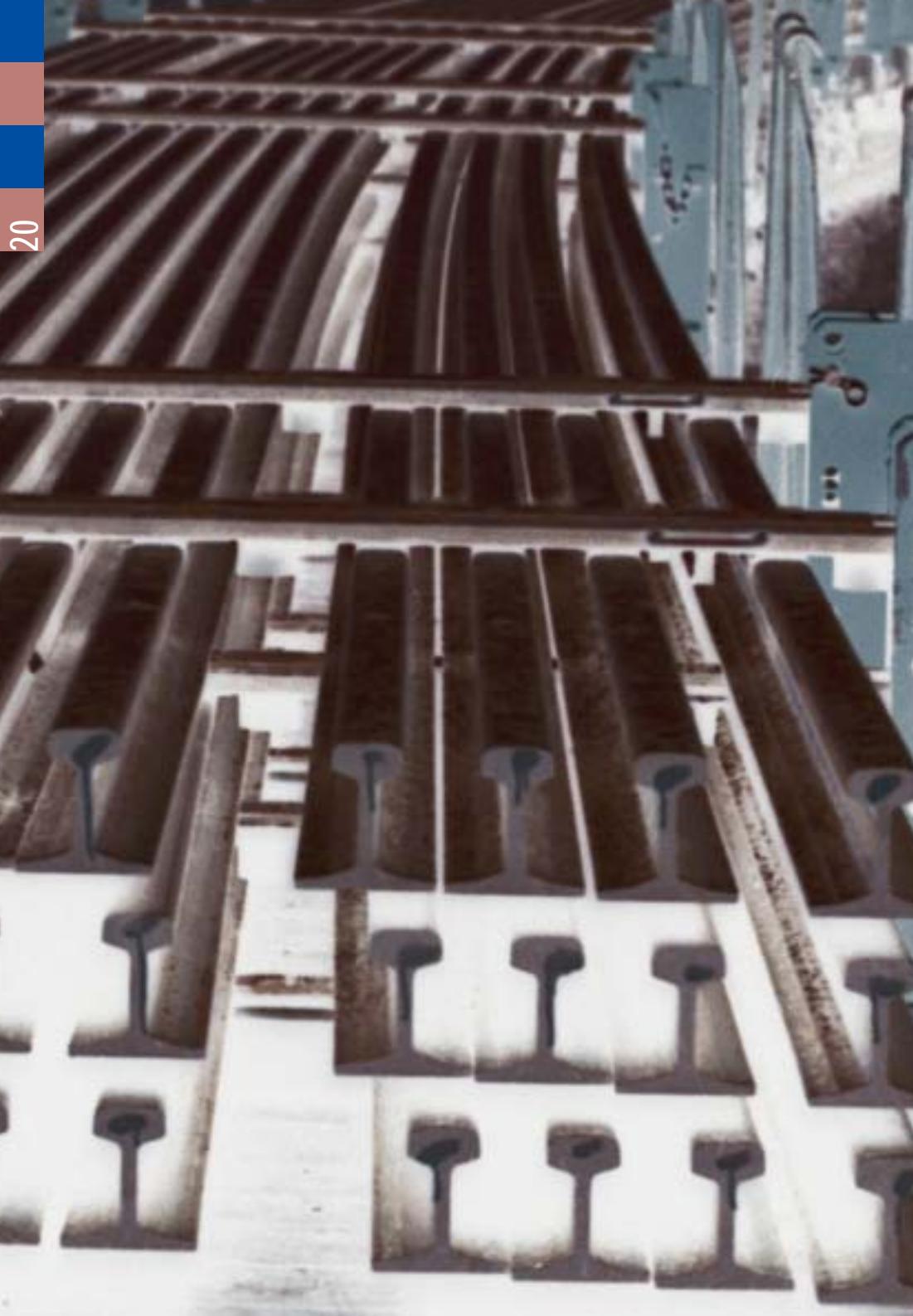
La SNCF, si les autres entreprises préfèrent cette voie, est également prête à cette éventualité. Pragmatisme et développement, toujours.

Car, en Europe, la SNCF ira.

C'est pourquoi les travaux présentés dans cet ouvrage feront le tour de l'Europe, en commençant par Varsovie. Montrant, s'il en était

besoin, que le développement économique principalement viendra de l'Est, dans les prochaines années. Et aussi, rapprochement toujours, parce que la biennale internationale de l'Affiche de Varsovie est un des événements culturels majeurs pour l'art graphique. Rapprochement des opportunités et des intérêts bien compris ■





BRIEF
ENCO
UNT
ER
S

Six hundred and fifty-two artists, thirty-two countries, eight hundred and ninety-seven projects and one catalogue to present the seventy-three posters selected, by graphic artists from every part of the world. A story which began with a notice of an international competition, a few words written and translated into English, an invitation to take part, to portray “brief encounters”, in other words, the reason for the existence of a logistics and transport service company.

The rules of the competition were meant to be evocative: “Brief encounters: a phrase which excites the imagination and speaks of the service provided to society by the transport of goods by train. Encounters of commodities: cars, paper, drinks, scrap iron, cement, girders, fruit and vegetables.

Encounters of places: London, Paris, Brussels, Essen, Berlin, Warsaw, Moscow. Encounters of human activities: cultivating and eating, extracting and forging, selling and buying, enjoying and the encounter of work and desire, journeys from producer to consumer. The encounter of environmental protection and the technical nature of business.

An encounter too of a commercial purpose with creative work produced without a commission. Can the economy serve creativity and support the imagination? We have answered yes. Foolishness? Experience proves that we can cross genres and produce meaning. Born in the 19th century to meet the specific need to transport goods, two hundred years later the railway is once more in tune with the modern age.

Because, over the long distances which separate the countries of Europe, the train is still the best invention on Earth.

Because there is a risk that European economic growth will falter if we leave roads on their own to respond to the growth of trade.

Because society fears suffocation, on its roads just as much as in its lungs.

Because the security of transport is becoming a new ethic.

Because goods, primarily made to be consumed, are either heavy and bulky, or flat and round, long and pointed, liquid and solid, fragile, chemical, fresh, containerized, palletized and the wagon suits them, the train carries them, just as they are.

Because companies, tied, in a way, to the railway, are linked by trains.

Because even lorries take the train, to cross the Channel, to cross mountains, to cross rivers, before resuming the journey to their destinations.

Today, 22% of goods moved within France take the train. Better than in most other European countries. Not enough of them if one believes the demand of society.

SNCF aims to double its freight traffic by 2010, an ambition which will depend on Europe. Today, half of the goods it carries cross at least one border. In the near future, 75% of them will. To do this, SNCF wishes to develop existing co-operative arrangements with other European rail companies.

First technical co-operation. The historic networks were built to take account of geo-political factors. Spain protected itself with a track gauge which differed from that of other European countries, because memories of the Napoleonic invasions were still fresh. When electricity was introduced, each country adopted a different frequency or voltage. Trains drive on the left, as in Great Britain, except in

Germany. There is no better way to overcome these technical barriers than partnership. Pragmatism.

Commercial co-operation too. Joint subsidiaries exist for the transport of iron and steel products, like that of Sideuropa and Trenitalia for scrap metal and cereals, like Cadefer and Agrifersa with Renfe; to operate the future piggyback line through the Alps, or to operate the line through the Channel tunnel, with Ews, in Great-Britain. Development.

Europe too, in March 2003, will see competition between rail companies for the international transport of goods. SNCF, if the other companies favour this route, is also prepared for this eventuality. Pragmatism and development, always. For, in Europe, the SNCF will run.

This is why the works presented in this book will travel all over Europe, starting with Warsaw; showing, if it has to be, that economic development will principally come from the East in the years to come. And another connection too, because the Warsaw International Biennial exhibition of Posters is one of the major cultural events for the world of graphic art—an encounter of well understood opportunities and interests ■



Catalogue





Maxime Lemoyne
France

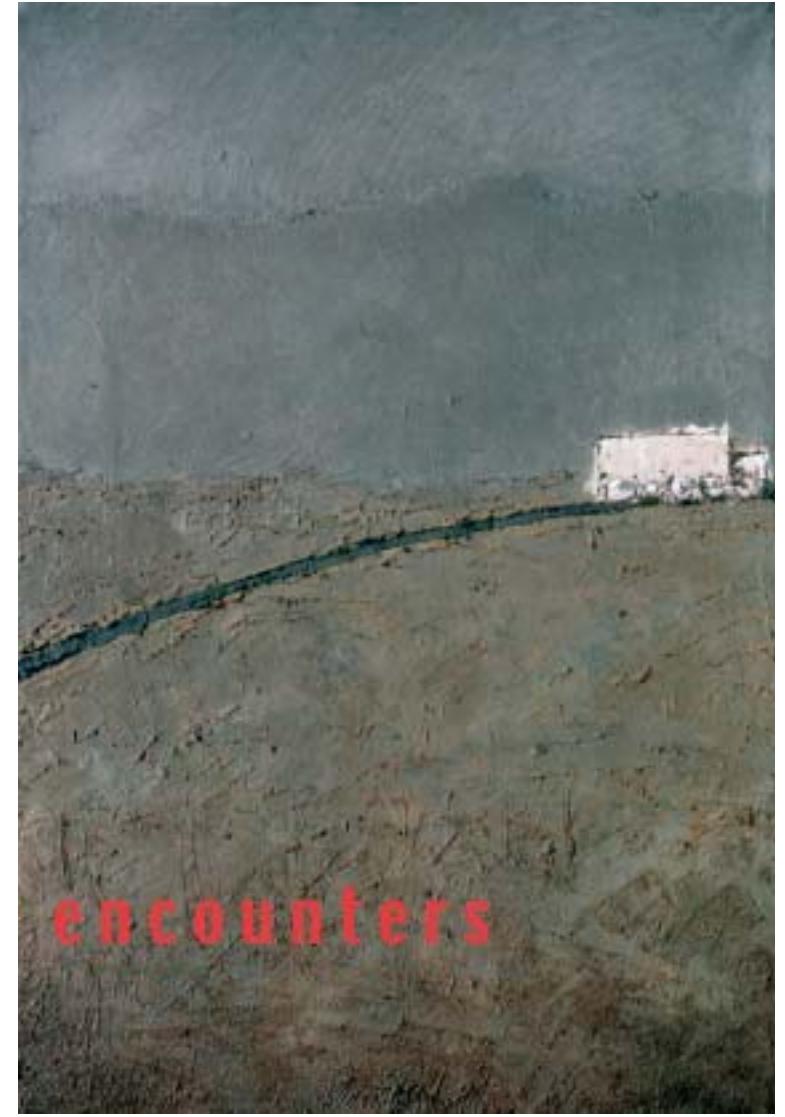
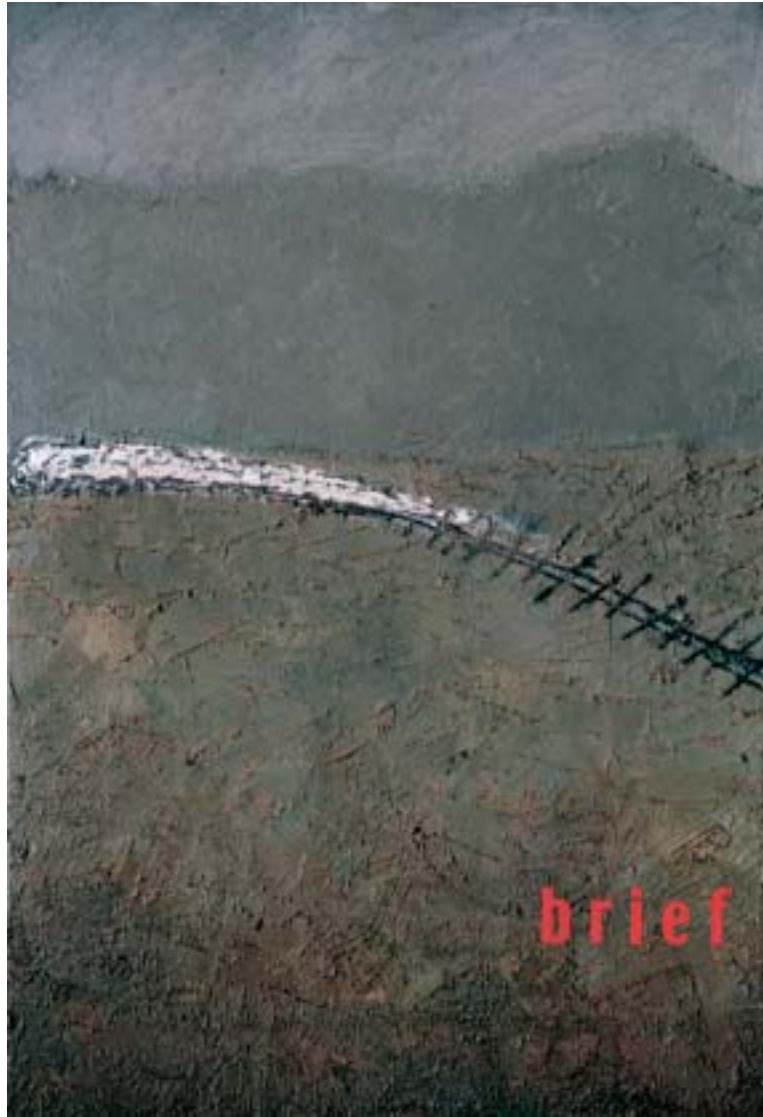




Ahmet Naci Firat
Turquie

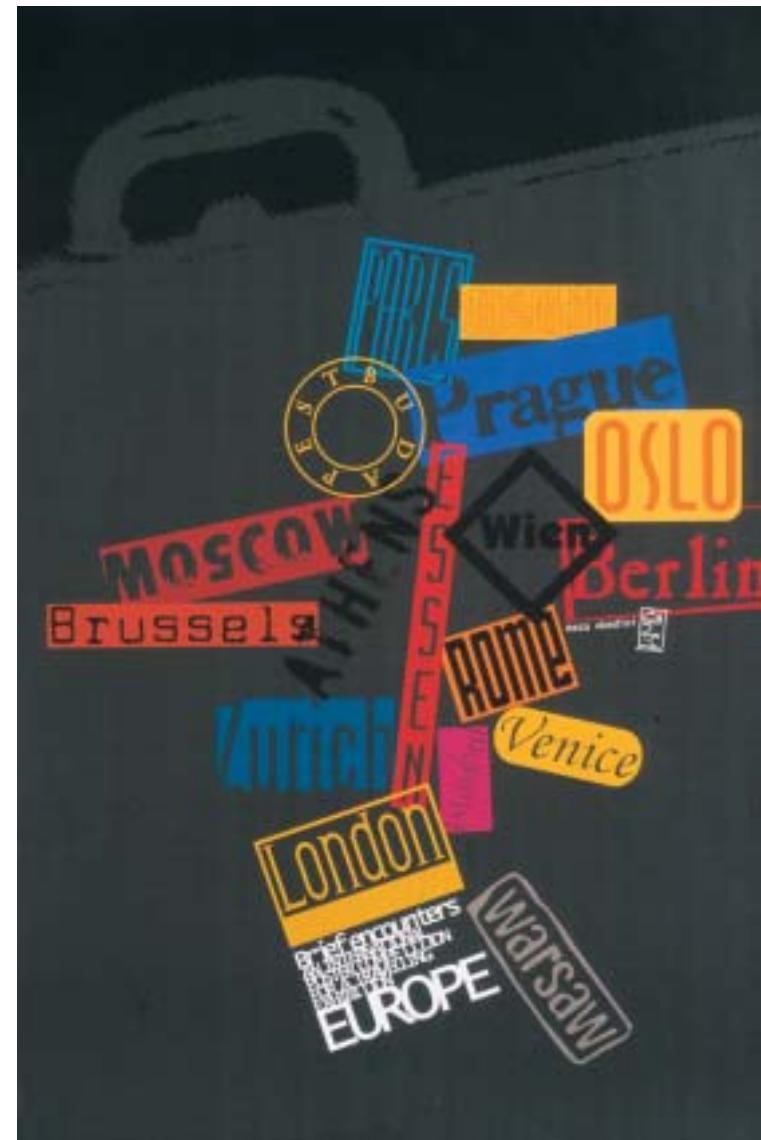


Korilina Ciezkiewicz
Pologne





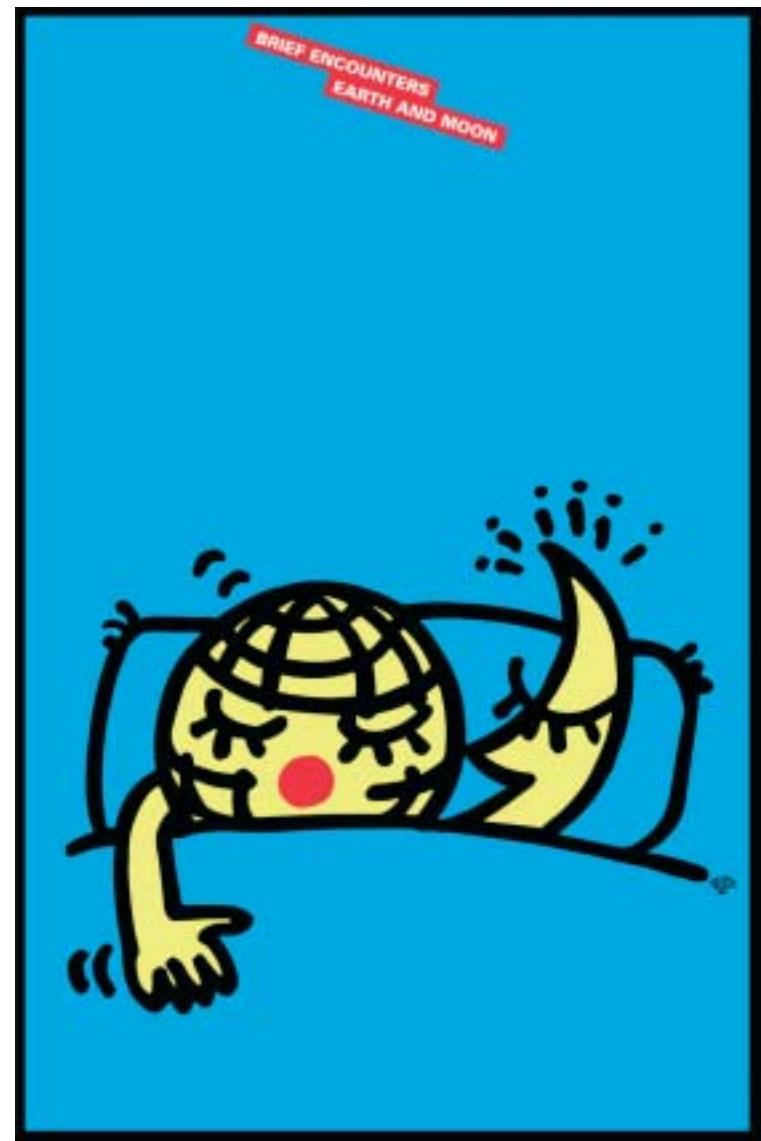
Majid Abbasi
Iran



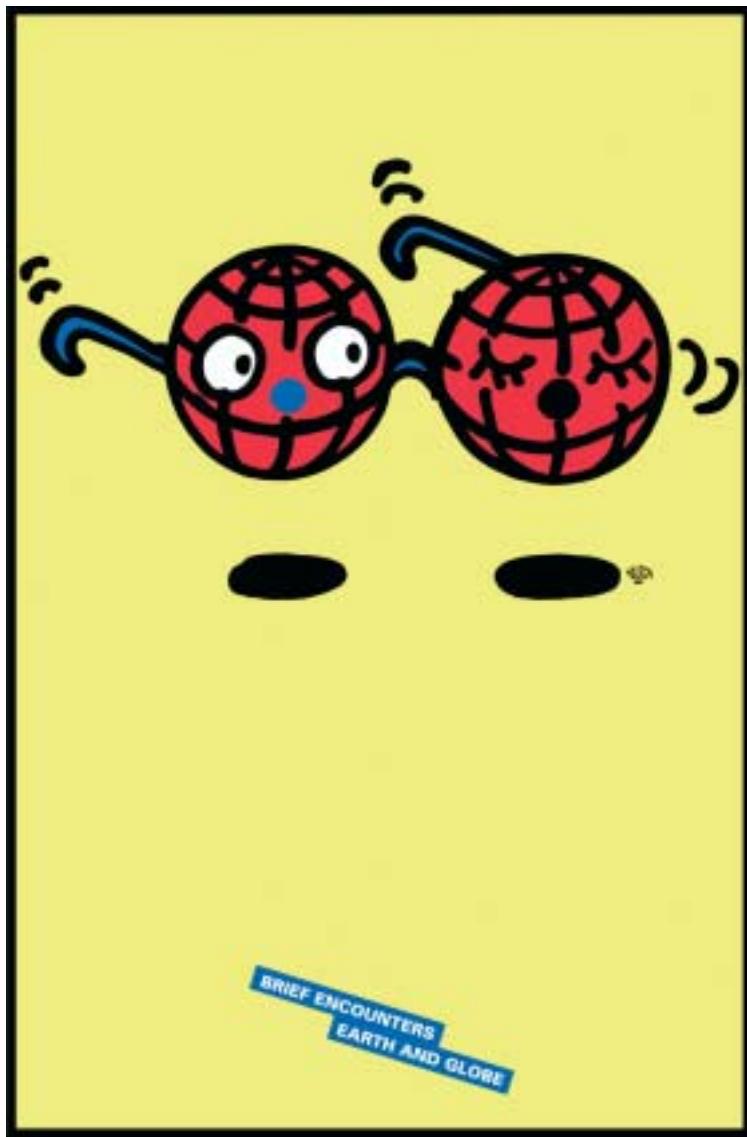
Reza Abedini
Iran



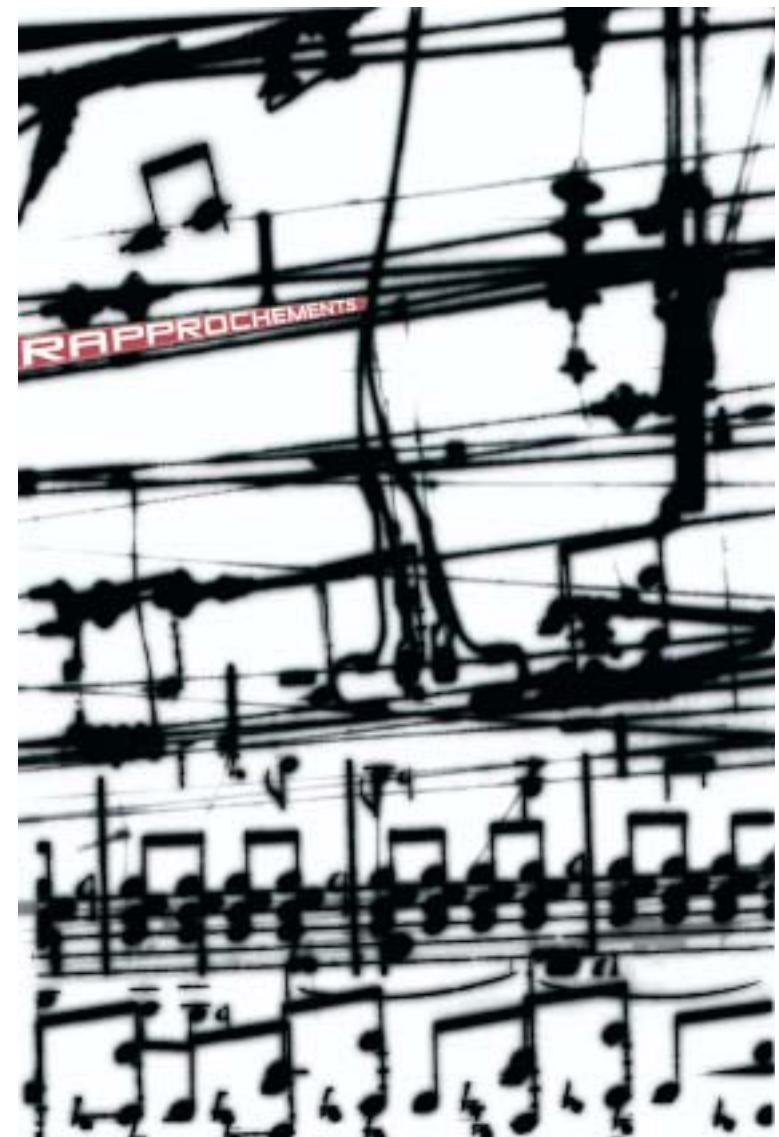
Rebeka Aguinaco
France



Takashi Akiyama
Japon



Takashi Akiyama
Japon



Antoine Arnaud
France

42



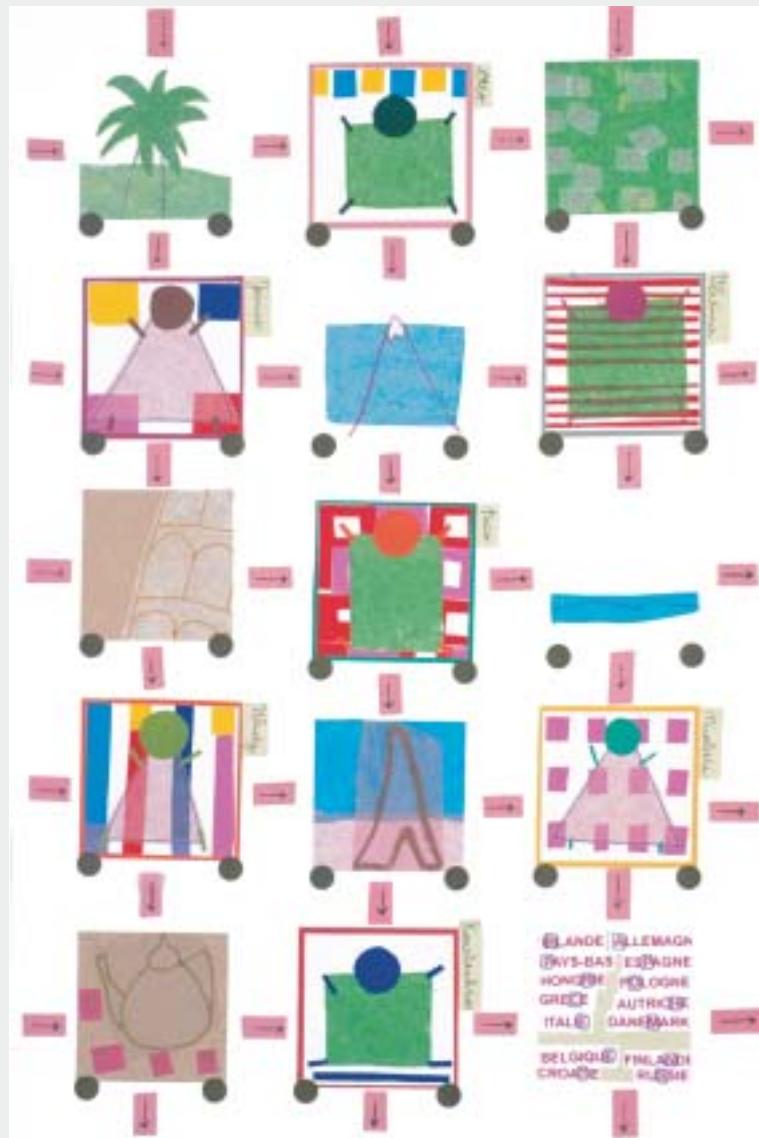
Stefanos Athanassopoulos
France

Rapprochements



Zofia Bartoszewska
Pologne

43



Sabrina Bensalah
France



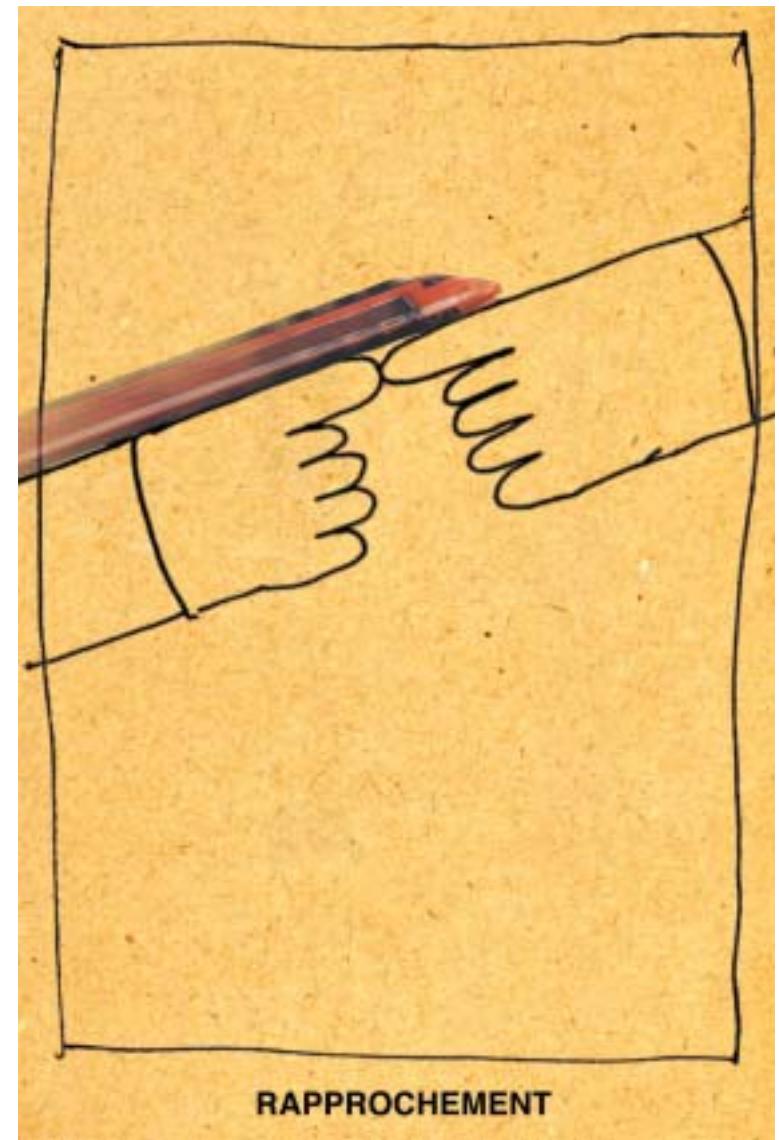
Aurélie Bert
France

46

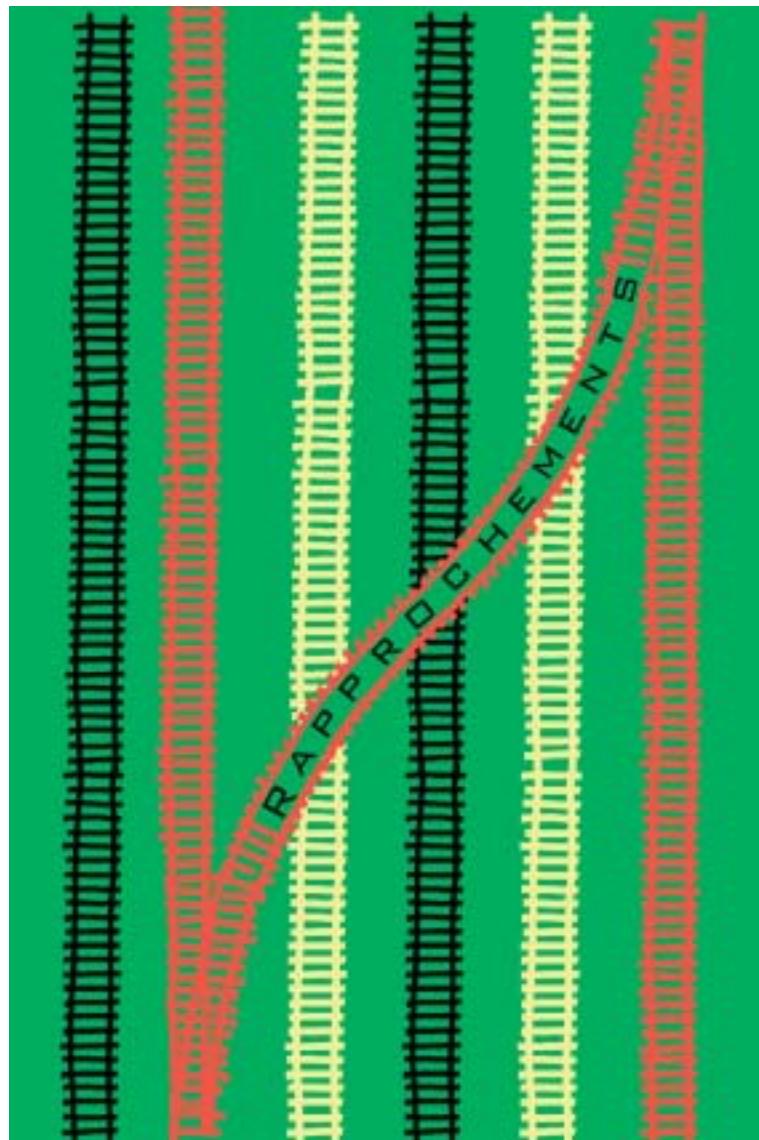


Karine Bickart
France

47



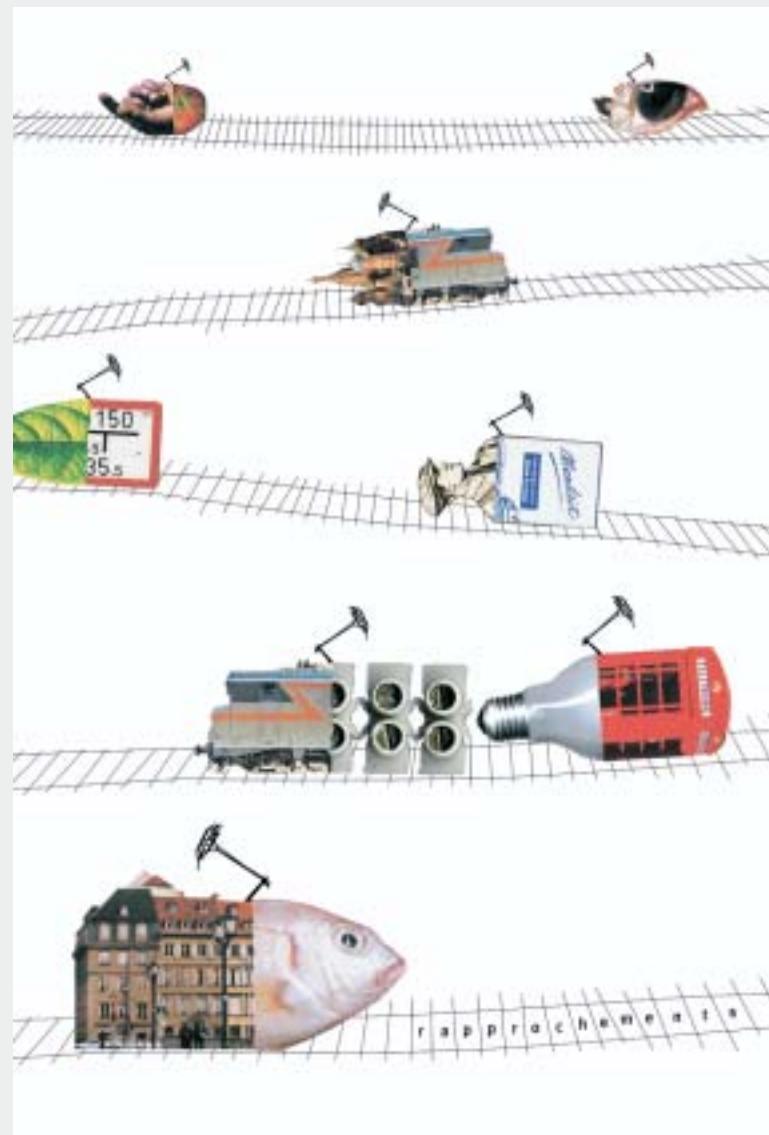
Carine Bigot
France



Claudio Blandini
Italie



Magali Boucher
France



Maud Boyer
France



Fanny Brandstatter
France

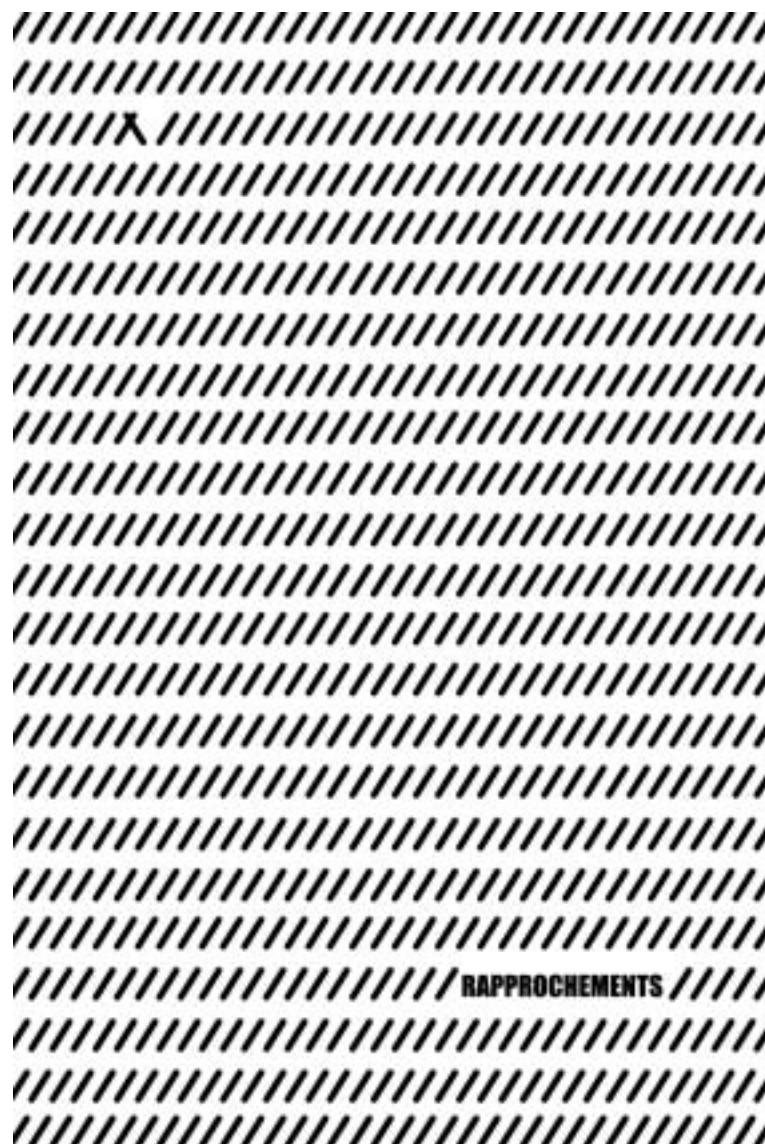
R A P P R O C H E M E N T S



Frédéric Buer
France



Julie Céré
France



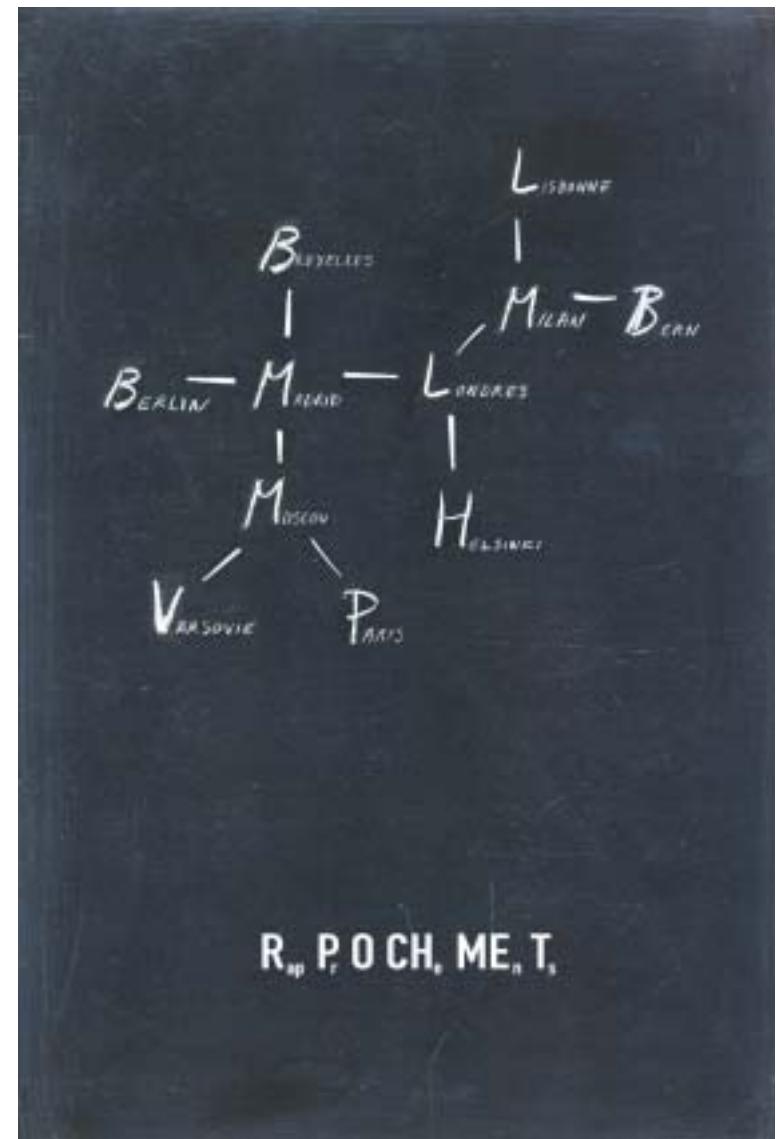
Antoine Chaudemanche
Belgique



Guillaume Chausse
France



Jean-Marie Cotsos
France





Sébastien Courtois
France



Audrey De Fooz
Belgique

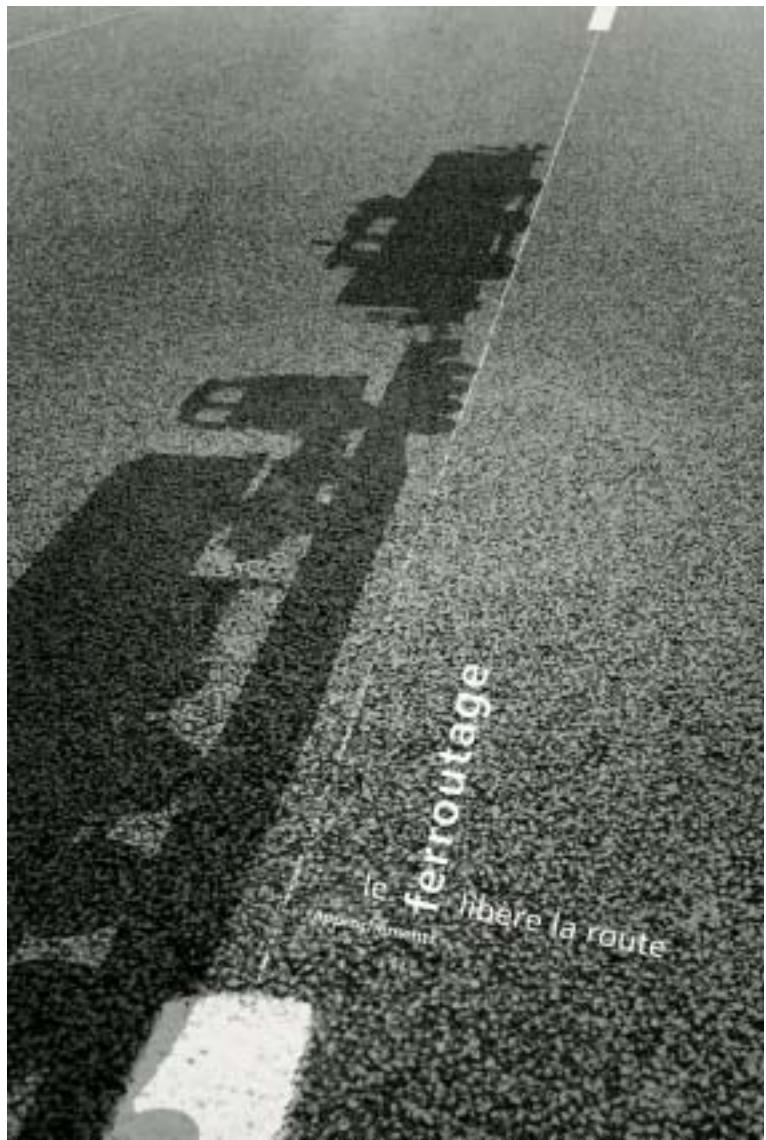


Magdalena Dobrowska
Pologne

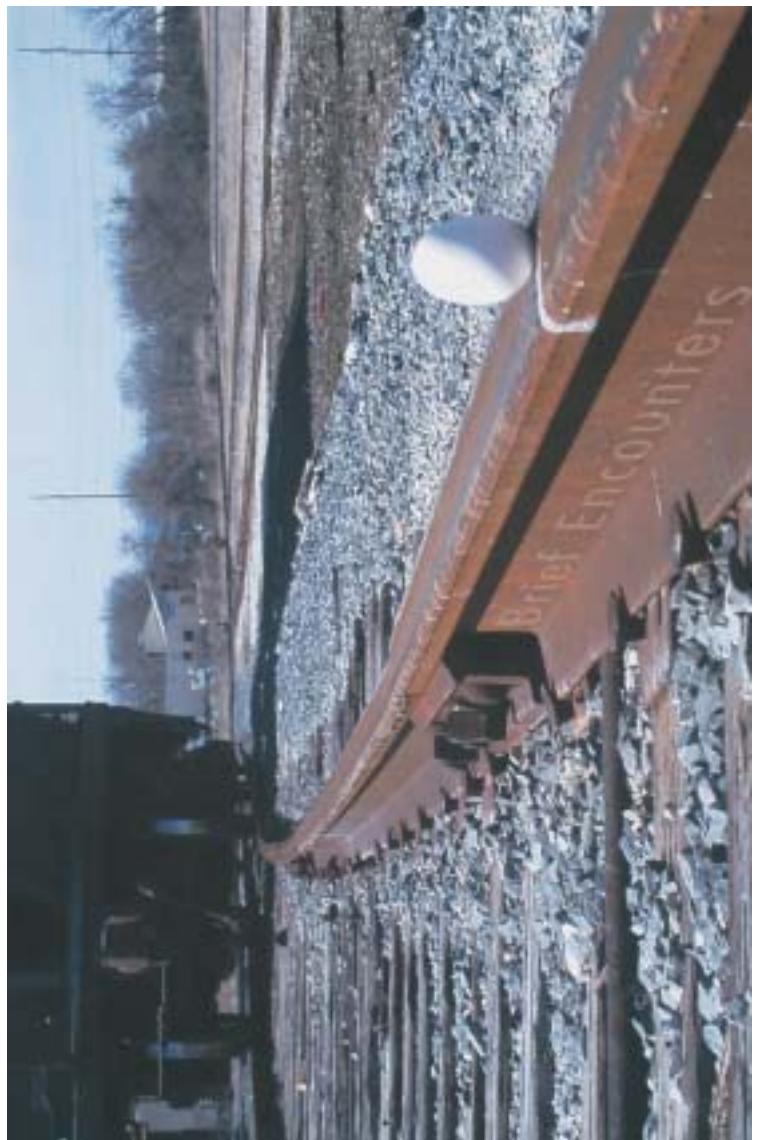
Brief encounters



Dumont et Granet
France



Brieuc Dupont
France



Karin Fannin
États-Unis



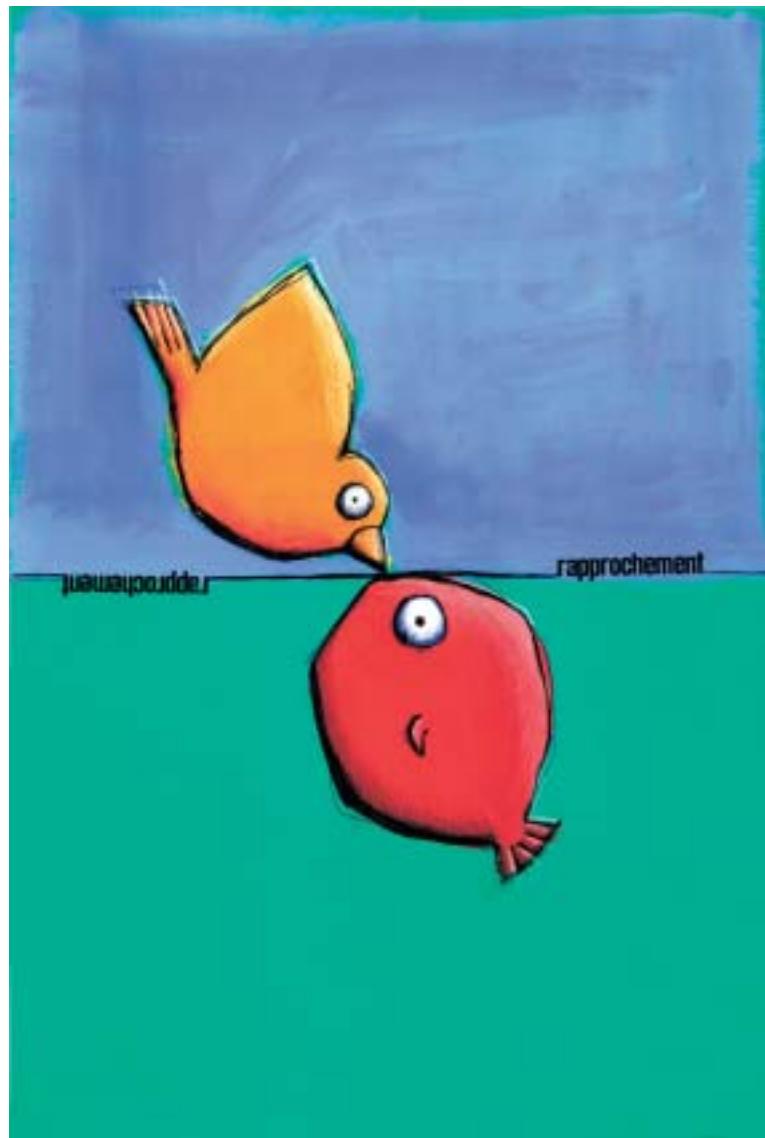
Gwenaelle Gac
France



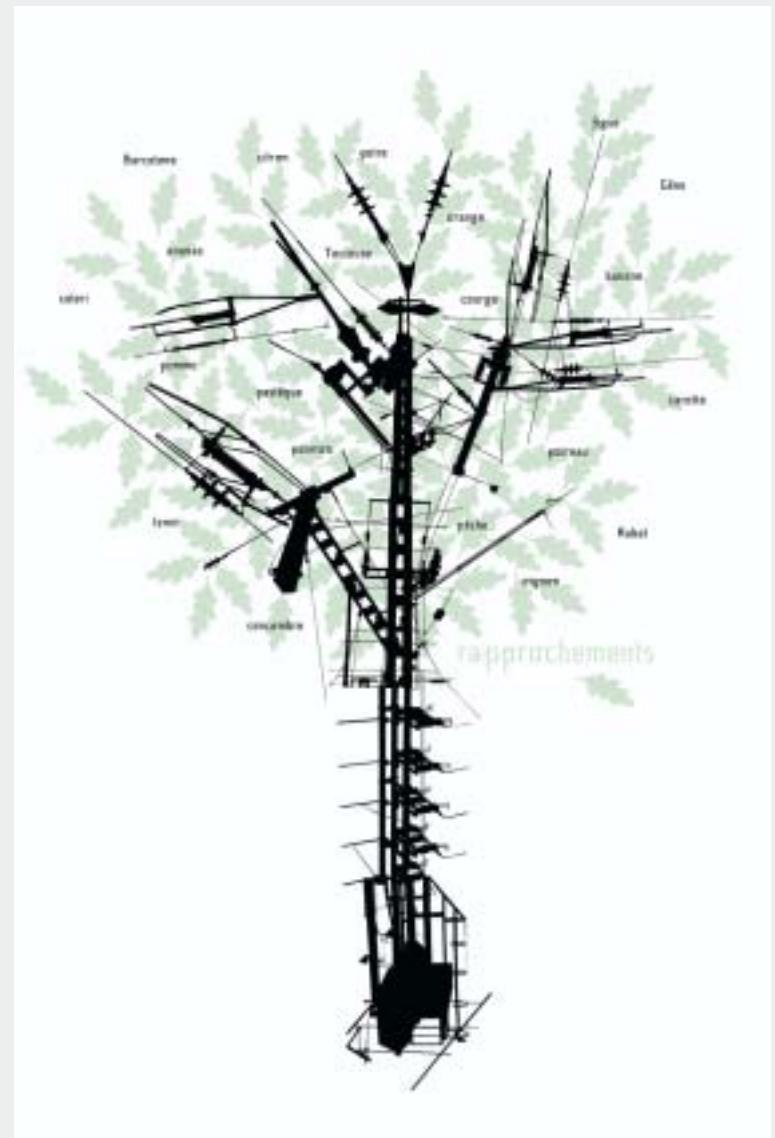
Rapprochement



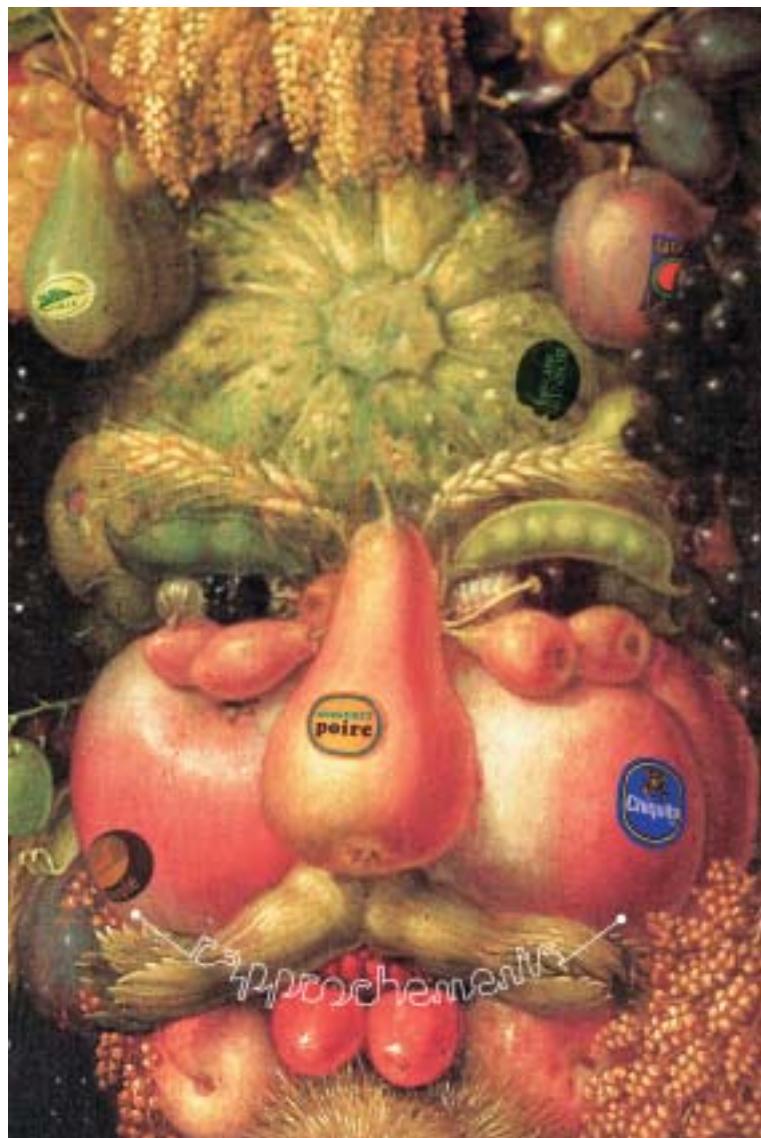
Christophe Gastaud
France



Carole Georges
France



Benjamin Gomez
France



Benjamin Gomez
France

SNCF



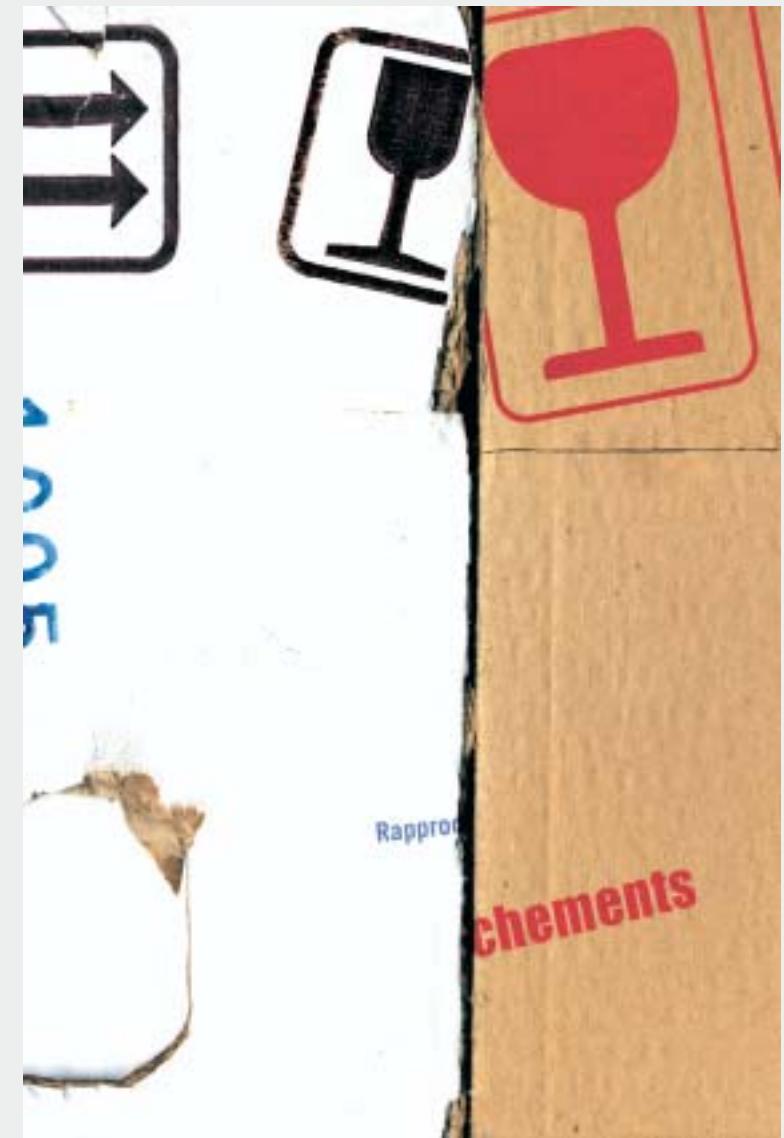
Briefencounters - use the chance

Erhard Gruttner
Allemagne



brief encounters

Grzegorz Handerek
Pologne

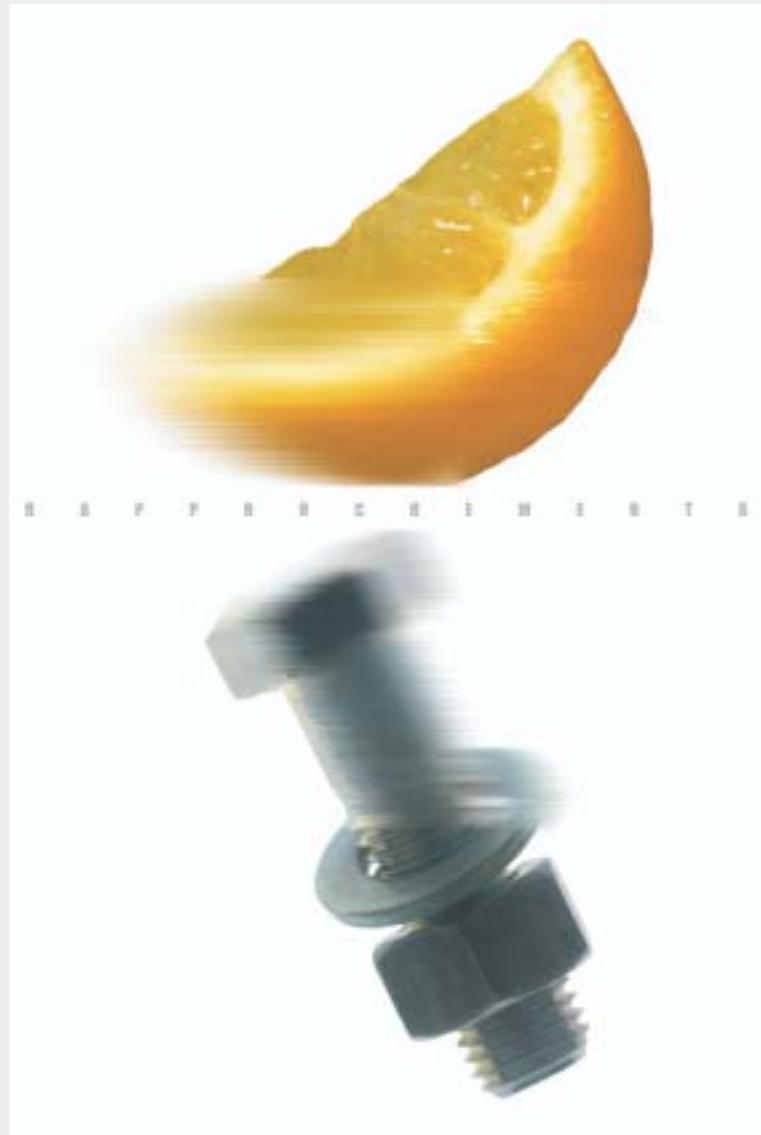


Jiri Hank
République Tchèque

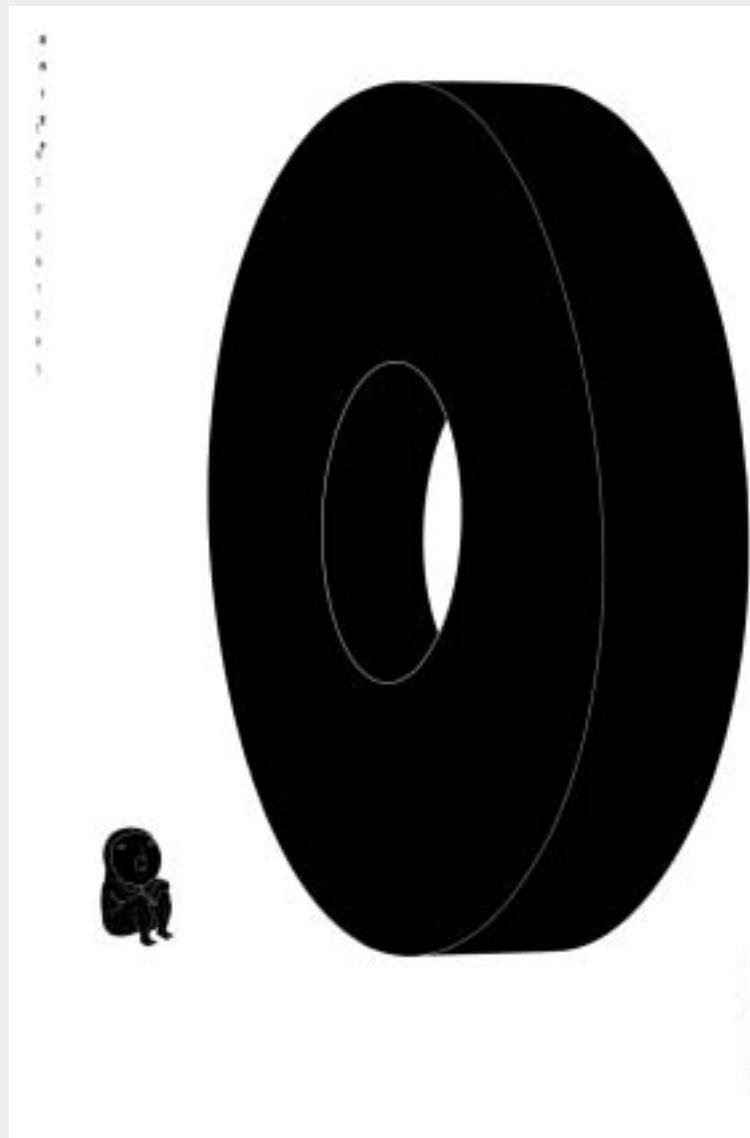


R a p p r o c h e m e n t s

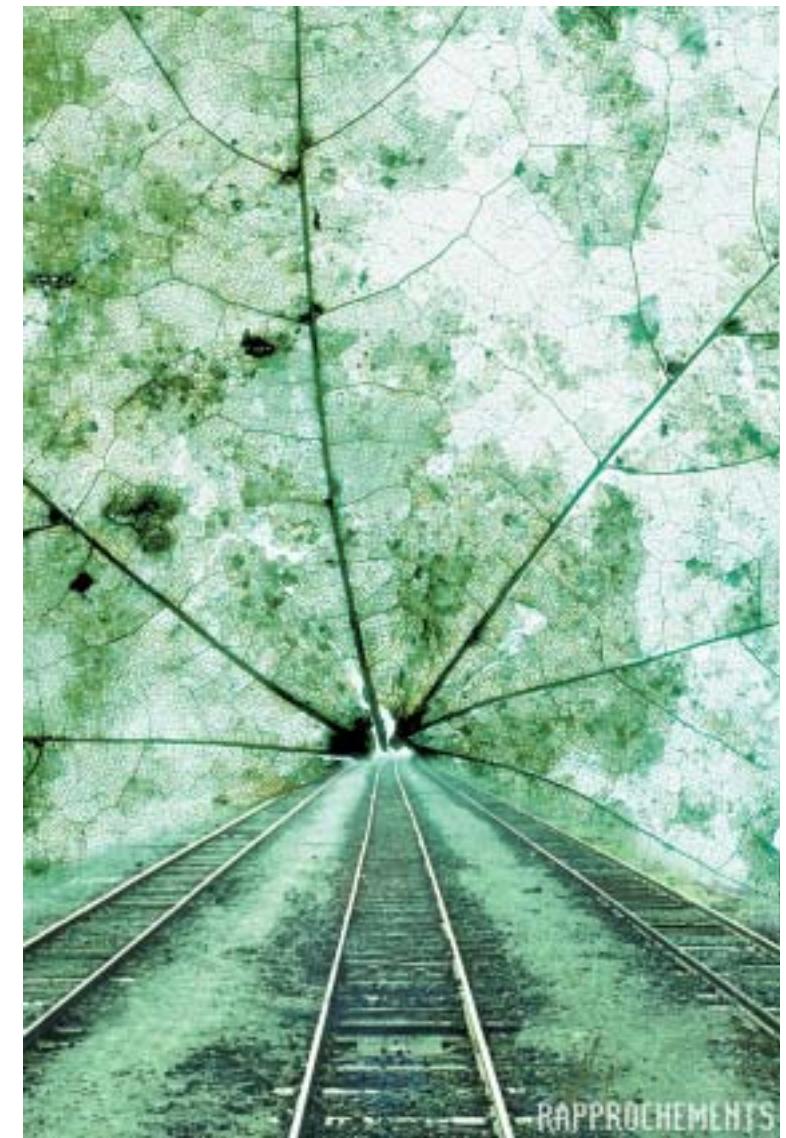
Ryszard Kajzer
Pologne



Ayse Karamustafa
Turquie



Sui Hong Ko
Chine



Gwendoline Krzepisz
France



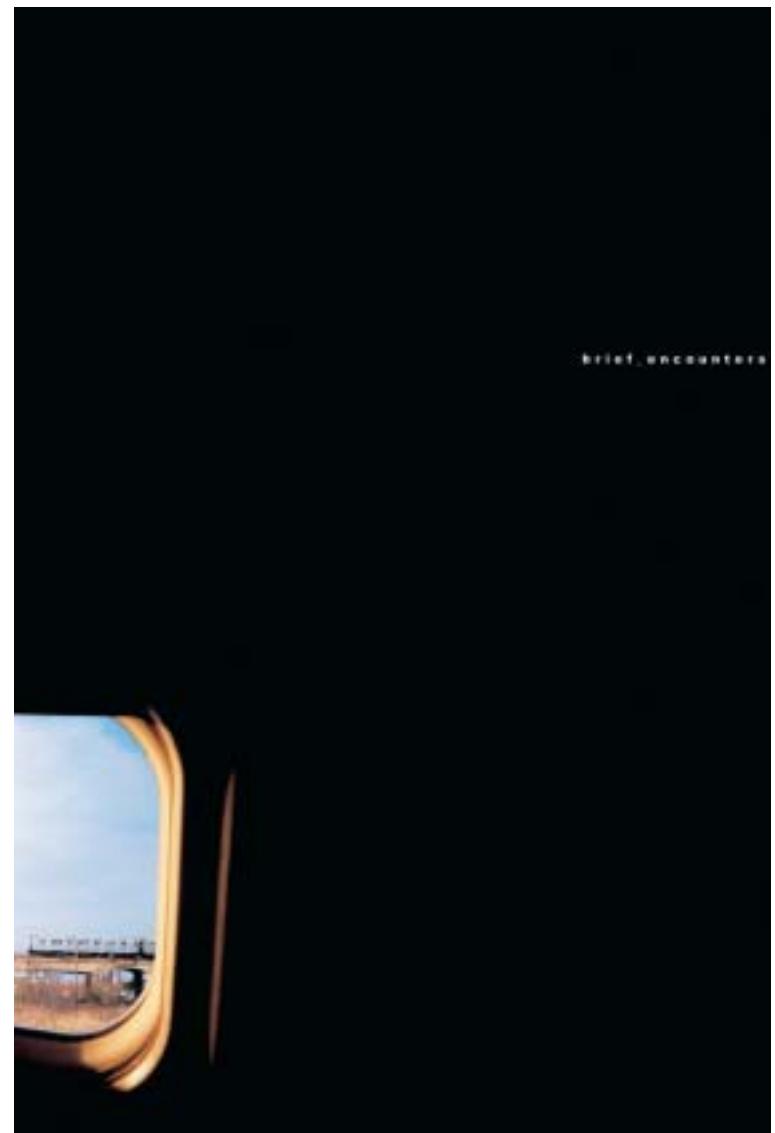
Hélène Laforêt
France



Maxime Lemoyne
France



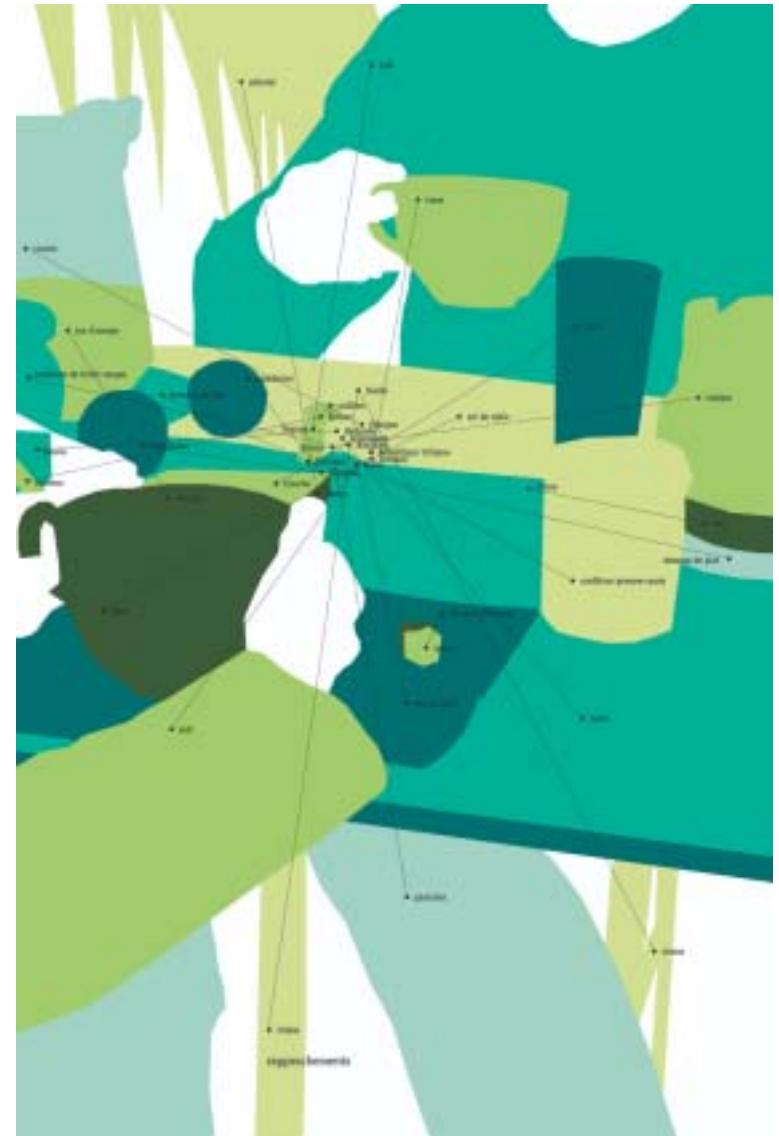
Anaïs Lohier
France



Thom Long
États-Unis



Sabina Lyhs et Olivier Isertoh
Allemagne



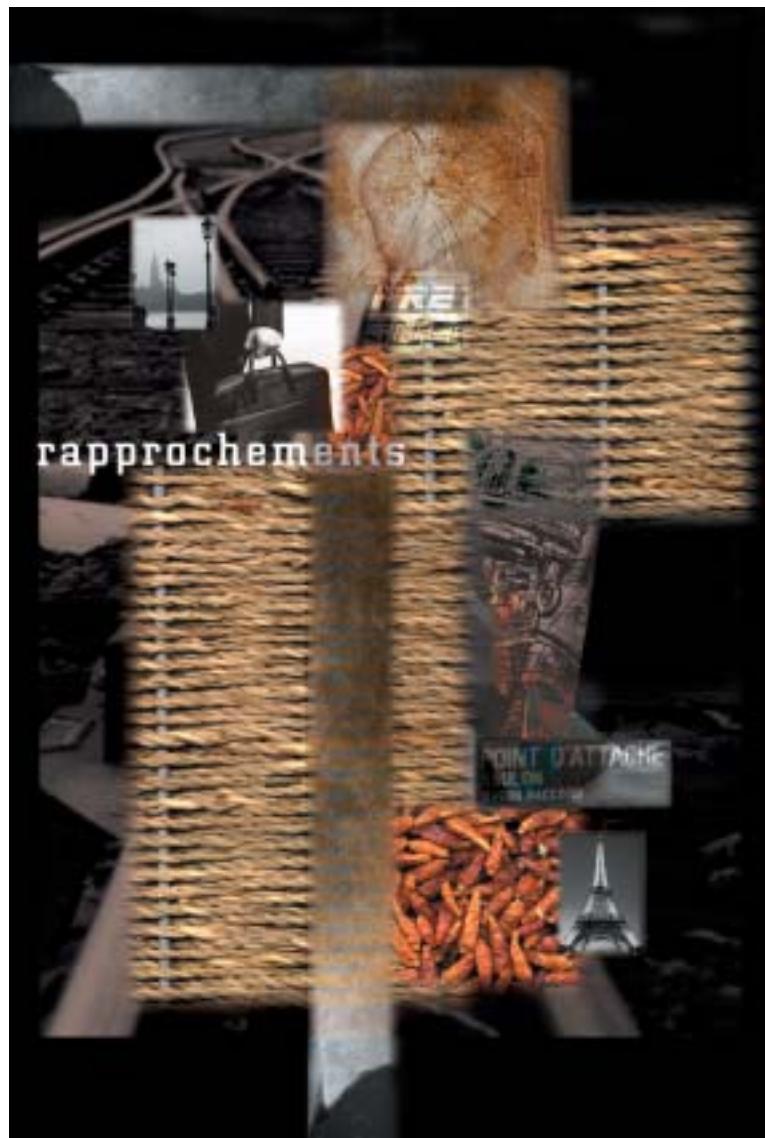
Lorette Mayon
France



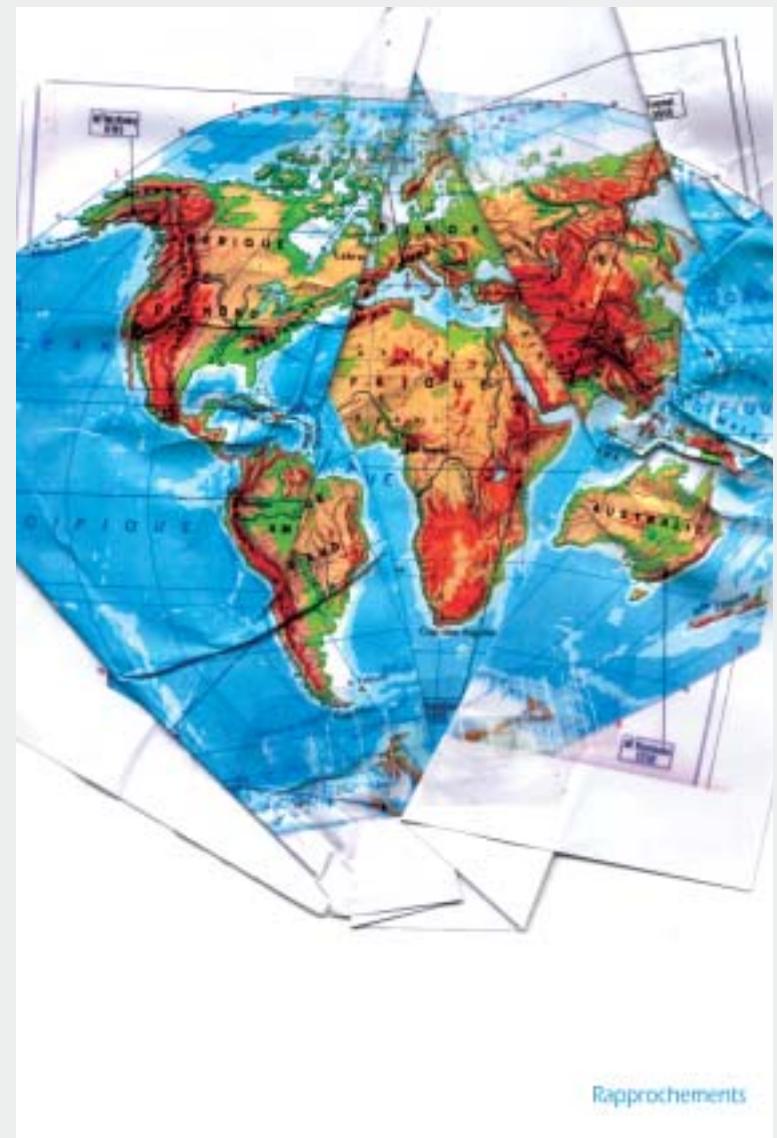
Rolf Michaelsen
Norvège



Pedro Moreira
Portugal



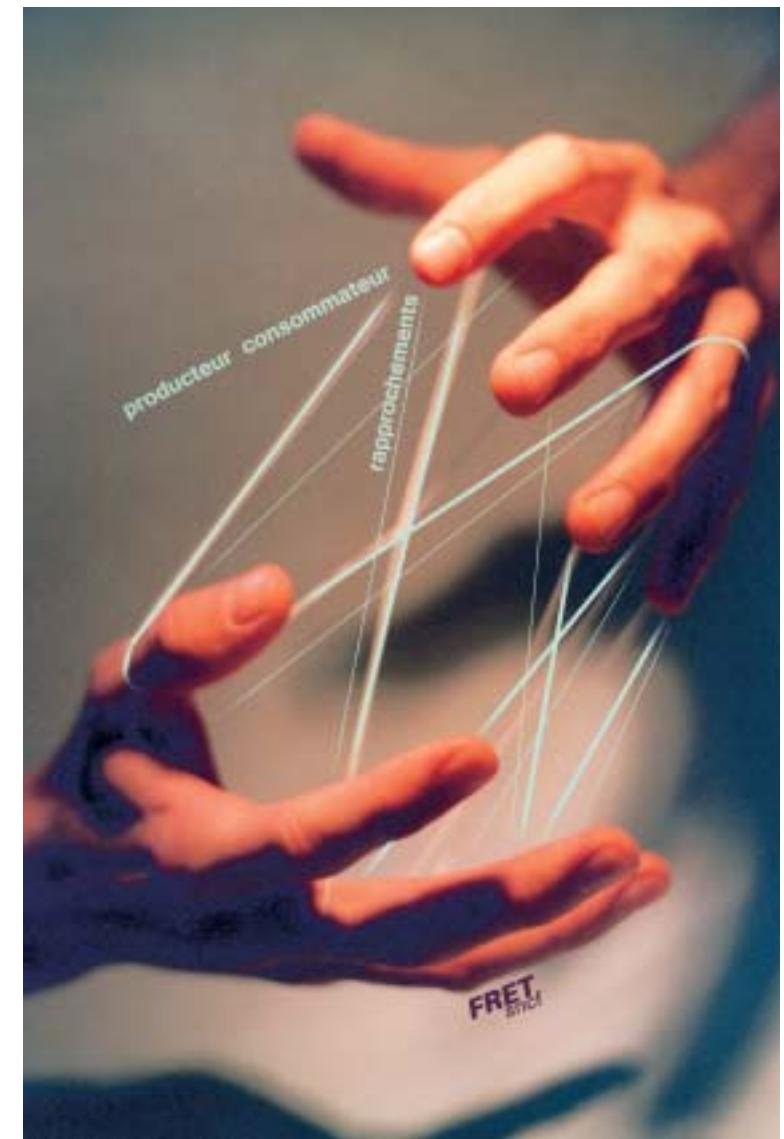
Caroline Morot
France



Régis Perez
France

WIEN FALUN BAILEATH
 TACLIATH AMSTERDAM
 TIPPERARY BEOGRAD
 LUPEN HALMSTAD AN
 GOULEME PLOVDIV BE
 RLIN LOVDIV DUDELAN
 IGEONDON WILTZ LUG
 ANO BRUSSEL KRALIEV
 OARGOST TAMMERFOR
 SPARIS ROSCOMMON V
 VARSZAWA VIBORG GOS
 LOVADUZ CARDIFF KO
 MLOTRAKA SOFIA AVI
 GN OHLSINGFORSL
 EUVEN MURCIA BERN W
 VOLFSBURG STOCKHO
 LEIRIA MOSKVA PAR
 MALE KAS MADRID LIS
 BOATRONDHEIM LAGO
 SPOTENZATOLCEASA
 RAJEVO BRESLAU HAV
 ROVLUIJMM NEACH BY
 TRICABUCAREST DRE
 SDEN GRANADA BRATT
 SLAVABERGEN PRAHA

Laetitia Pinson
 France

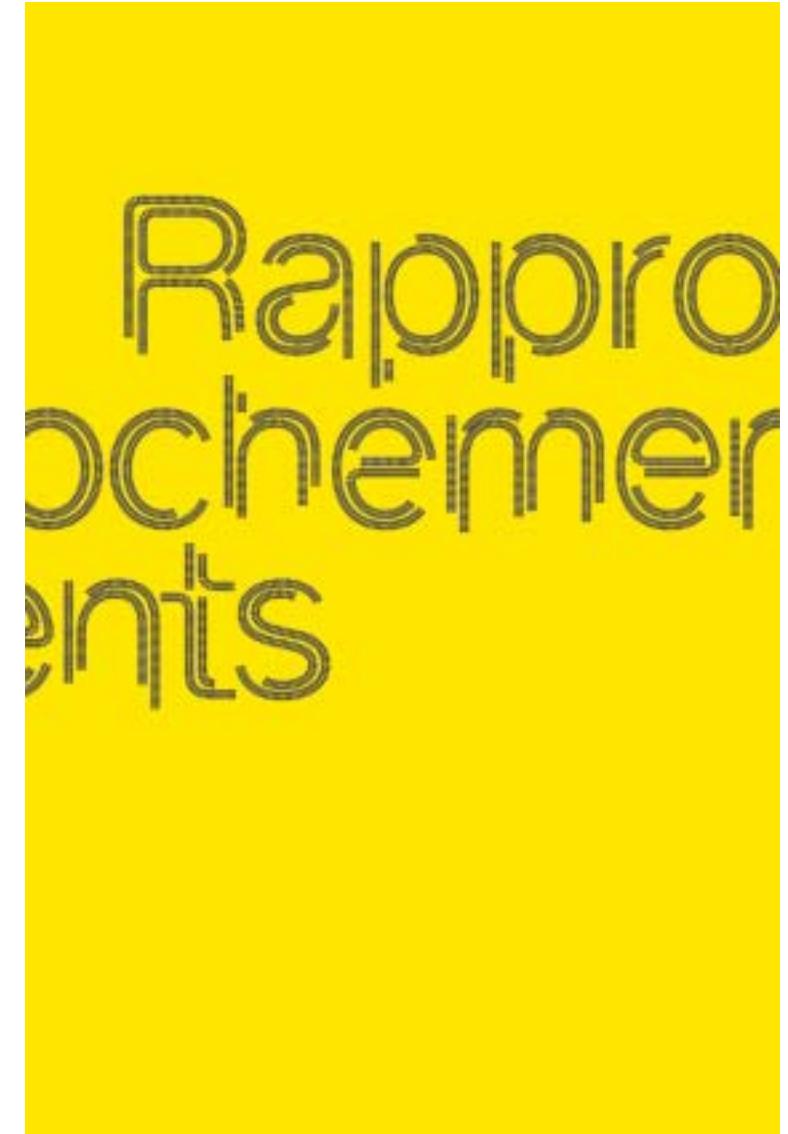


Élisa Piquet
 France



Rapprochements

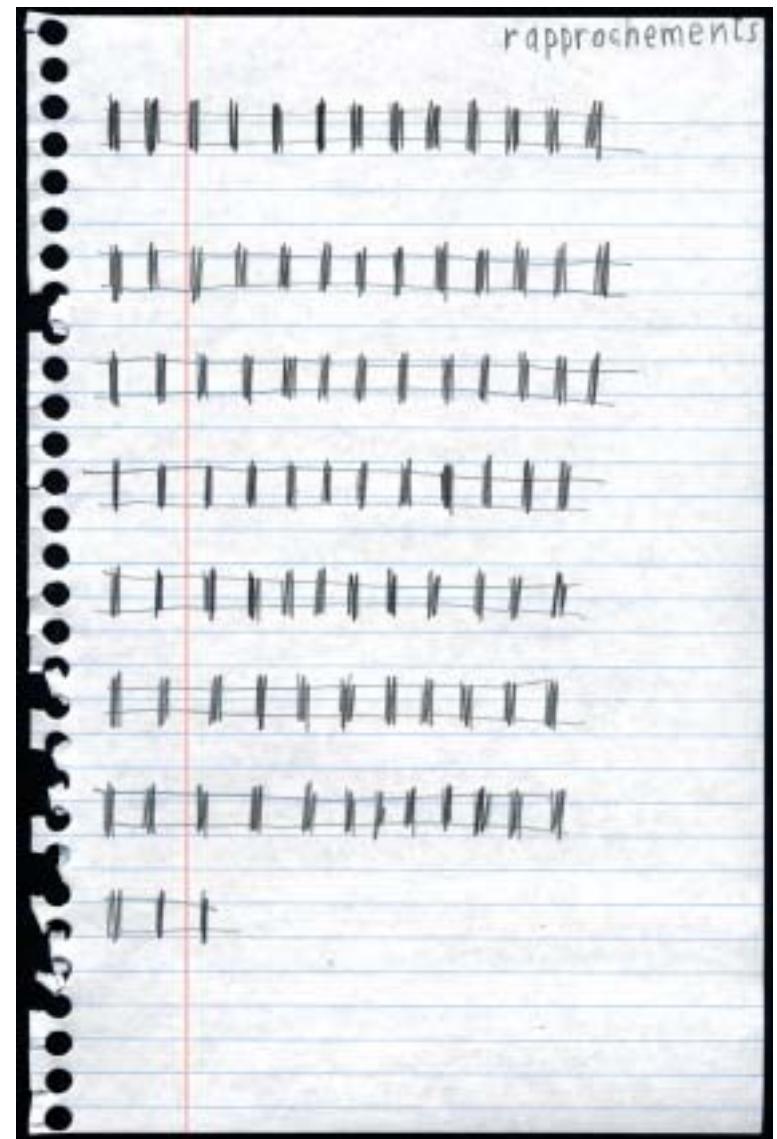
Michel Quarez
France



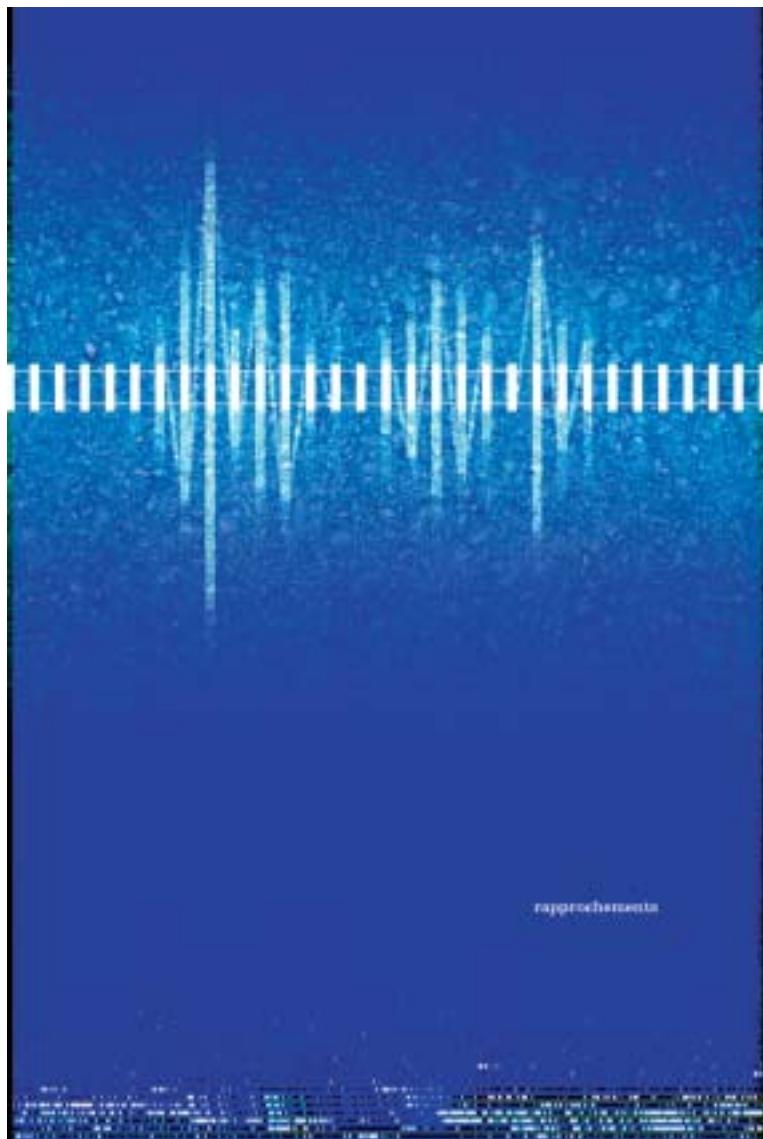
R & F Associati
Italie



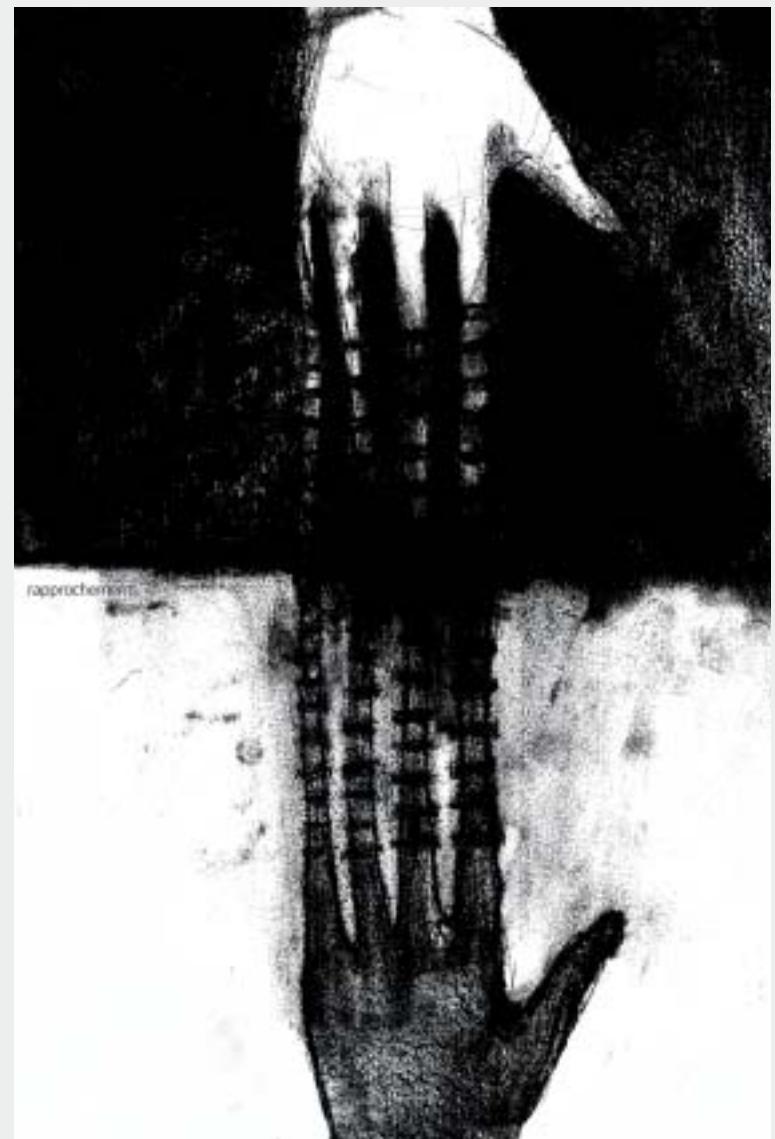
Simon Renaud
France



Alexandre Renzo
Canada



Alexandre Renzo
Canada

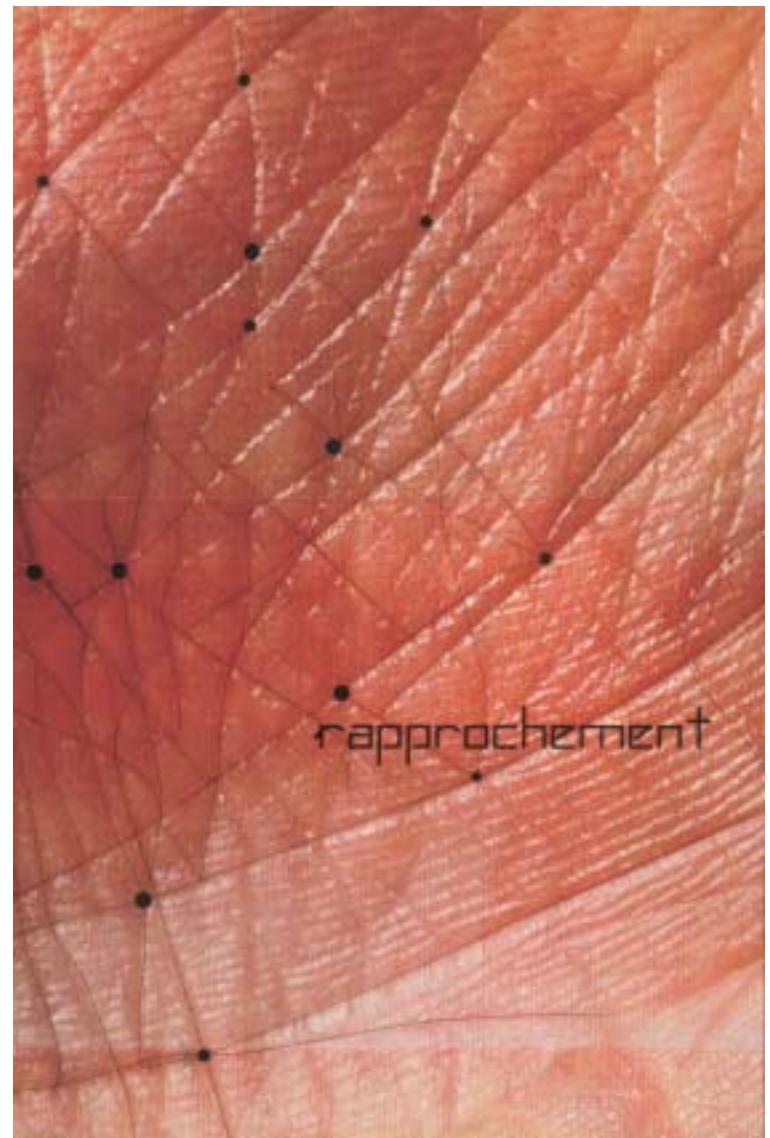


Laura Restin d'Amboise
France



briefencounters

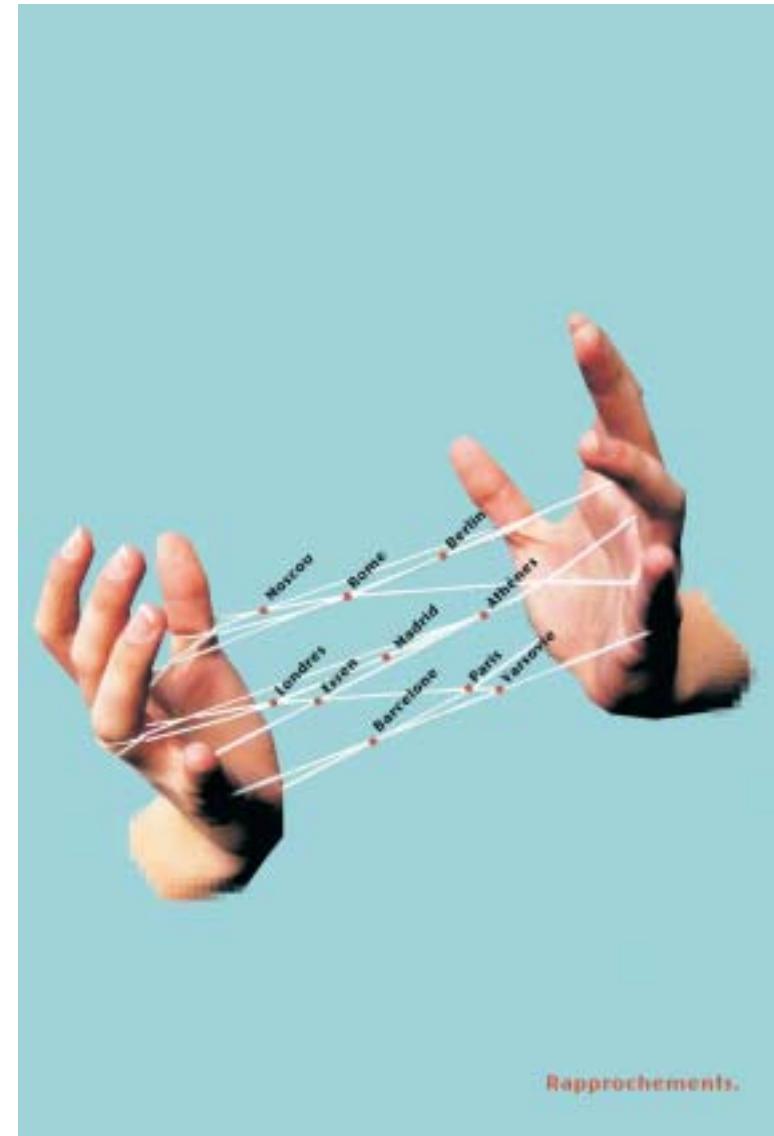
Lionel Reyboz
France



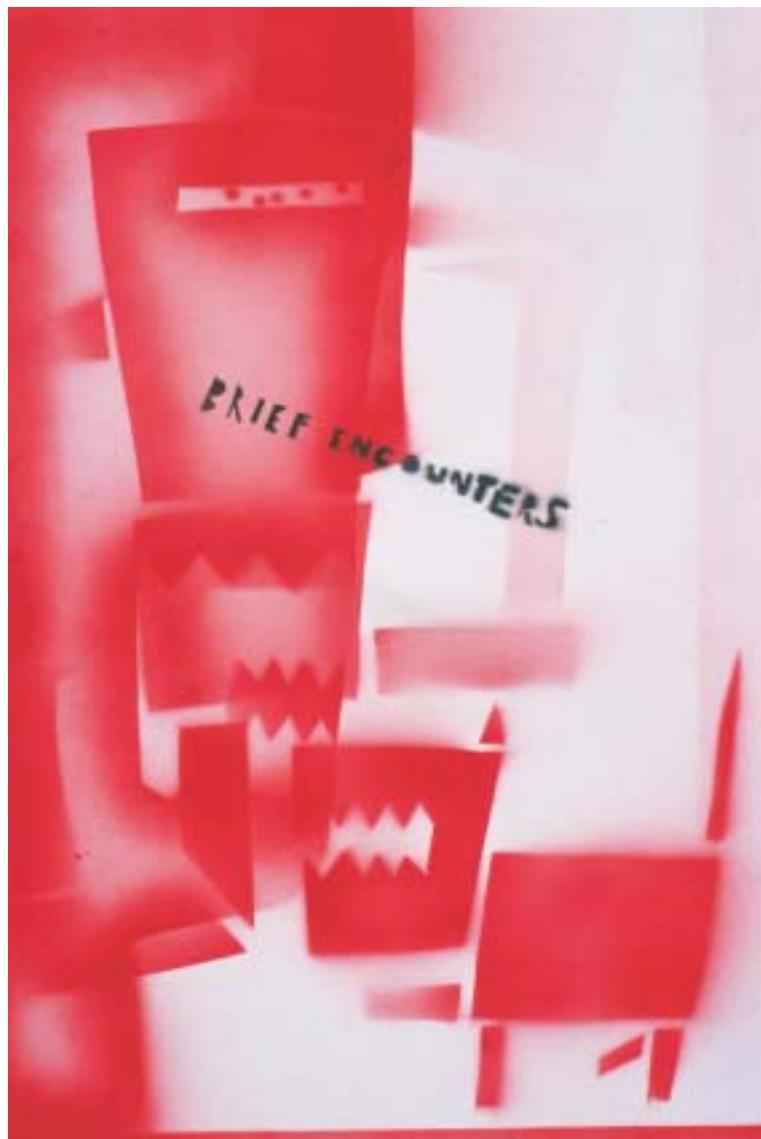
Ève Roussou
France



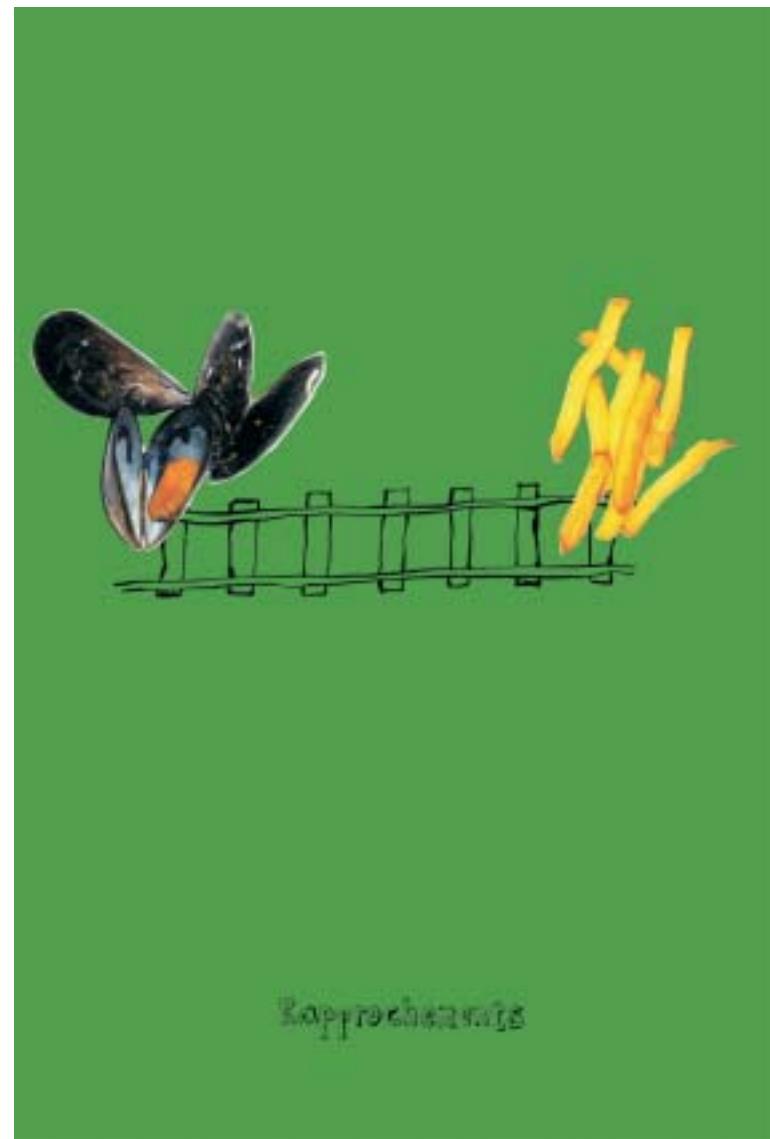
Virginie Saunard
France



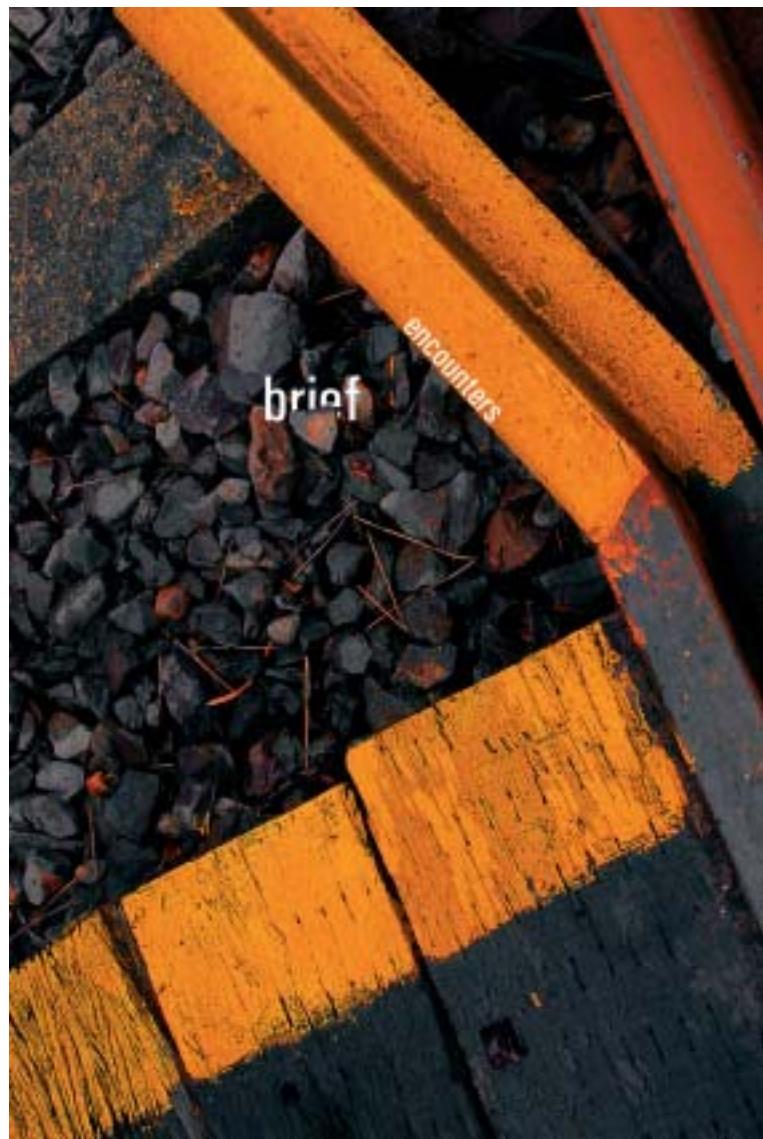
Julie Simoens
France



Magdalena Solecka
Pologne



Kyoko Sumitomo
France



Milena Valnarova-Georgieva
Bulgarie

Brief encounters



Mieczyslaw Wasilewski
Pologne



Brief encounters

Mieczyslaw Wasilewski
Pologne



Philippe Zerbib
France



Julija Zornik
Slovénie





Circulation des marchandises et poésie des choses

Un cadrage qui découpe le réel et n'en laisse qu'une part : fret ferroviaire. Un mot qui indique une voie aux mouvements de l'imaginaire : rapprochements.

Fret ferroviaire, terme technique, industriel. Et pourtant on pourrait presque y substituer une expression très proche qui mobilise depuis deux siècles la pensée économique et politique : « circulation des marchandises ». Ces dernières années, les plus importantes manifestations contestant notre société planétaire se sont quasiment toutes déroulées autour de cet enjeu-là, autour des réunions où les maîtres du monde mettaient en place les dispositifs ouvrant aux marchandises la plus libre des circulations possible sur toute la surface de la planète.

Est-ce un signe des temps, presqu'aucune des images proposées ne fait le rapprochement. Rapprochements sans heurt ? Rapprochements à l'intérieur du cadrage ? L'imagination se coule presque sans résistance dans le versant affectif du mot rapprochements : rompre l'éloignement qui crée la solitude ; provoquer la rencontre inopinée de la carpe et du lapin ; voyager... Trop gentil ? On y reviendra.

Allons d'abord à l'exception. Quelques affiches font grincer les bogies. Michel Quarez répand l'acide lumineux de ses couleurs fluo en croisant les wagons débonnaires du fret contemporain avec les trains de juifs qu'on transporta naguère vers la mort comme des marchandises. Interrogation provocatrice et salutaire sur les rapports qu'entretiennent le sens et l'outil. Plus sauvage, moins discursif, sans métaphore imposée, cet insecte qui s'est fracassé sur la lanterne du train, violence brute de l'accident, de la machine qui fonce en aveugle jusqu'au bout de ses lois, train sans pilote, matière sans âme, mécanismes du marché et toute autre collision qu'on voudra bien y voir.

Mais rien sur la matérialité des marchandises.

Beaucoup d'images expliquent où chantent les bienfaits du fret ferroviaire pour la protection de l'environnement. Là aussi, la cause déborde le cadre. Mais on est déjà dans l'argumentaire de l'entreprise. L'argumentaire de l'entreprise quand elle s'adresse non pas aux pourvoyeurs ou aux acheteurs de marchandises, mais à la société tout entière qui en est le propriétaire. Un argumentaire rapprochant ses

capacités techniques et commerciales d'enjeux humains qui les dépassent. Argumentaire d'utilité publique en connivence avec la culture d'une entreprise publique. Ça favorise le lyrisme et l'efficacité. Il y a la vertigineuse perspective formée au sol par les rails, au ciel par les nervures d'une feuille posée sur le fret comme un tunnel de soie. Il y a l'harmonique des caténaires et les pylônes qui s'échappent en portées musicales. Il y a aussi tous les jeux graphiques que permet le passage de la route au rail, ferroulage ou transport combiné, urgente alternative à l'asphyxie des bronches et des villes.

Toujours rien sur la matérialité des marchandises.

Et si la notion de rapprochements était prise pour elle seule, comme un billet doux, lavée des corps brutaux et des bruits de ferrailles, circulation libérée des marchandises, sublimé chimique s'évaporant du fret de muscle et de sueur, de contrats et d'argent. De nombreux graphistes ont avancé sur cette voie. Rapprochements des lieux et des hommes, des emblèmes et des mains. Lignes conduisant d'un bien à un autre. Nœuds possibles. Non pas les basses œuvres de ce « Future » que la Bourse de Chicago s'est fait une spécialité de mettre

en vente — mille barils de pétrole à venir contre vingt-cinq mille dollars virtuels —, mais l'archétype des rapprochements auxquels nous aimerions que nous amène chaque train qui passe. Est-ce « Cachez ce sein que je ne saurais voir » ? Est-ce « Rêvons, rêvons, il en restera toujours quelque chose » ? Ou le simple vœu du créateur qui saisit la pure notion de rapprochements pour rayer d'un trait la régularité arithmétique de destinées placées sur des rails, obstinément parallèles, aveugles les unes aux autres, impulsion d'enfant ou d'artiste (c'est parfois la même chose) organisant la rencontre qui seule donnera forme à un univers encore préréel. Déjà, un vieux grec du nom d'Épicure dessinait l'origine de tout comme une pluie d'atomes sans commencement ni fin, sans objectif ni jonction. Puis un jour, l'inclinaison, l'inclination minuscule, le clinamen d'un seul d'entre eux, provoquant le contact, ouvre la voie à la combinaison des choses. Aiguillages. Rapprochements. Naissance du monde.

Et toujours rien sur la matérialité des marchandises

Alors il y en a un qui marie le concombre et l'orange. Et ça fait une bonne grosse bite bien informe, bien obscene, absurde, curieuse à

regarder. Là, on est en plein milieu du cadre. Rien dans l'image ne nous conduit à prendre des vessies pour des lanternes. La vérité toute nue. Concombre-orange. Deux produits de consommation qui ne peuvent être servis au même repas sans être transportés l'un vers l'autre.

Et moi je dis : toujours rien sur la matérialité des marchandises.

Le lecteur : Ah, non ! Cette fois la marchandise est bien là. On la voit. Pourquoi niez-vous l'évidence ?

L'auteur : Je maintiens. La matérialité de l'orange et la matérialité du concombre, oui. La matérialité de leur singulier rapprochement, oui. Mais à quoi voyez-vous qu'il s'agit de marchandises ? Quel signe matériel montre qu'à la matérialité de l'orange et du concombre se serait ajoutée la qualité immatérielle de marchandise ?

Les images les plus répandues de ce que nous appelons désormais, par antinomie, la communication sont les images publicitaires. Ce qui caractérise ce souriant jeu de dupes, c'est que son univers de signes met en scène d'abord, sous le support changeant du produit mis en vente, sa qualité immatérielle et constante de marchandise.

Le boniment porte non tant sur la singularité de la chose que sur sa capacité générale à faire entrer le bonimenté dans le rigodon de la consommation marchande. Le séjour à Rome, à Istanbul ou dans les îles Seychelles est garanti tous risques par les étoiles de ses hôtels et ses satisfactions tarifées. Du détergent pour sols carrelés, on ne nous montre que le rêve imbécile et standard d'une cuisine de soixante mètres carrés récurée par une jeune femme aux canons statistiquement vérifiés. Interchangeabilité des désirs et des jouissances. Tout ça s'instille dans les têtes à tel point que des vieilles dames se font tirer la peau et rosir les pommettes pour ressembler non plus à quelqu'un, mais à la récureuse aux canons statistiquement vérifiés, espérant par cet artifice grimper à l'échelle des valeurs.

Le concombre et l'orange que nous voyons sur l'affiche ne se sont pas fait tirer les peaux ni rosir les pommettes. Ils ressemblent davantage à la poire même un peu blette qu'enfants, nous ramassions sur le bord du chemin, et que nous aimions plus que toute autre justement parce qu'elle était sans prix, tombée de l'arbre au hasard de notre plaisir, arrachée sans retour et par nos dents de lait à la

circulation des marchandises. La chose pour son seul usage, pour sa seule poésie, la chose comme élargissement de nous-mêmes et non comme support fuyant, changeant, lancée par air, par rail, par route ou voie d'eau dans la danse philosophale qui transforme tout en écritures comptables.

Le paradoxe de cette exposition est peut-être là, dans la force d'un art de la communication visuelle qui aurait le pouvoir de subvertir par lui-même la supercherie publicitaire. Paradoxe de la commande. Une entreprise commerciale, mais publique, organise un concours de graphistes autour de son activité, ouvrant d'un mot — rapprochements — un large éventail de possibles. Et puis on voit comme une hésitation chez les participants, comme s'il fallait éviter de fâcher le client, entrer dans ses raisons, dans ce qu'on suppose de ses raisons. Les images seront dans l'ensemble «gentilles». Deuxième épisode : la gentillesse se retrouve piégée par la forme, qui n'est pas le boniment publicitaire, qui est l'invention visuelle de graphistes, l'exploration de graphistes sur les signes visuels. Les signes visuels y jouent leur jeu pour eux mêmes, dans leur matérialité, dans leur

simple vérité, souvent de simples recherches typographiques. Et cette vérité, cette poésie des choses enfonce un coin dans le mensonge régnant.

Fret SNCF est dans une situation frontière. D'une certaine manière, l'entreprise ne connaît des choses — et ne traite — que leur qualité de marchandise. Même le travail qui les produit, même les besoins qui poussent à les consommer lui échappent. Pur outil au service de la circulation des marchandises. Et pourtant, la forme publique de la propriété — société nationale des Chemins de fer français — comme le souci statutaire de l'utilité publique lui font en même temps tutoyer des enjeux vitaux étrangers à la furia des échanges marchands.

Le graphisme de communication visuelle lui aussi est dans une situation frontière. Il est un art de commande, donc forcément sensible à l'instrumentalisation. Il construit les signes dont on fait les slogans. Il subit l'extrême pression de la puissance publicitaire qui l'enserre et parfois le plie. Ceux qui le pratiquent savent porter des messages, mais doivent trouver des marchés. Il faut alors

s'accorder sur le fait que le message, quand il n'est pas pure manipulation, va vivre de sa propre vie. Il faut s'accorder sur une certaine liberté des signes, dès qu'ils ont une certaine vérité. Le graphisme de communication visuelle doit trouver des marchés qui acceptent de ne pas tout calculer. Ça devient un peu rare.

Ce fil tendu entre le marché qui ne calcule pas tout et le créateur qui vend des signes au rendement imprévisible est une frontière. Comme si n'était pas définitivement oublié l'adage populaire qui voit dans le marché ou l'argent de bons esclaves mais de mauvais maîtres.

Rapprochements entre une entreprise utile et des formes construites sur la vérité des choses. Rapprochements entre la forme publique d'une entreprise utile et le besoin public de vérité, de liberté critique. Esthétiques de l'utilité publique ■

Jean-Louis Sagot-Duvauroux

Movement of goods and things romantic

A composition which cuts up the real world leaving only one part—rail freight; and a phrase and a word which indicates a way for the movements of the imagination—brief encounters or connections. Rail freight, a technical, industrial term. Yet it can almost be replaced by an expression very similar in meaning and its broader synonym, which for two hundred years has driven economic and political thought: “goods traffic—the movement of goods”. In recent years, the most important events challenging our global society have almost all been about this issue, about meetings at which the world's masters have set up systems to ensure that merchandise can move as freely as possible all over the world.

Is it a sign of the times that almost none of the images presented made the connection? Smooth connections? Connections within the composition? The imagination runs almost unhindered along the emotive rails of the words “connections” and “encounters”—physical links, meetings, usually unexpected, or brief; travel connections. Too nice? We shall come back to it. So now let's come to the exceptions. A few posters made the bogies squeak. Michel Quarez spread

the luminous acid of his day-glo colours by intersecting smart modern freight cars with the goods trains that once carried Jews to their deaths, transported like merchandise. A provocative and salutary questioning of the relationship between meaning and means. More unplanned, less discursive, with no metaphor imposed, that insect crushed on the lamp of the train, the raw violence of an accident, of the machine which ploughs blindly on to the bitter end, a driverless train, soulless matter, market mechanisms and any other clash one may wish to see in it.

But nothing about the materiality of goods.

Many images explain or celebrate the benefits of rail freight for the protection of the environment. Here too, the cause goes beyond the frame. But we are already into the business argument—the business argument when it is addressed, not to the purveyors or the purchasers of merchandise, but to the whole of society which is its owner. An argument which brings together its technical and commercial capacities and its vital importance to man which transcends them. A public utility argument in league with a public enterprise culture.

This encourages lyricism and efficiency. There is a dizzying perspective formed on the ground by the rails and in the sky by the ribs of a leaf resting on the freight like a tunnel of silk.

There are the harmonics of the catenaries and the pylons which soar in musical staves. There is too, all the graphic interplay which permits the move from road to rail, piggyback or combined transport, an urgent alternative to suffocation of the bronchial tubes and of our towns and cities.

Still nothing about the materiality of goods.

And if the notion of connections were taken in itself alone, like a love letter, washed clean of harsh physical reality and clanking noises, goods allowed to move freely, a chemical sublimate of muscle and sweat, contracts and money, evaporating from the freight. A great many graphic artists went down this road. Brief encounters, connections of places and people, of symbolic objects and hands; lines leading from one material object to another. Potential bonds. Not the base works of the “Futures” market in which the Chicago stock exchange specializes—a thousand barrels of oil yet to come for

twenty-five thousand virtual dollars—but the archetype of the encounters to which we wish every passing train would lead us. Is this a case of “Hide that breast I cannot see”? Is it “Dream, let us dream, something will always remain”?

Or the simple vow of the artist who captures the pure notion of connections to draw a line through the mathematical regularity of destinies set on rails, stubbornly parallel, blind to each other, a child’s or an artist’s impulse (which is sometimes the same thing) organizing the encounter which alone will give form to a world yet to become real. A Greek in ancient times, called Epicurus, conceived the origin of everything as a shower of atoms with neither beginning nor end, with neither objective nor connection. Then one day, the angle, the minuscule inclination, the variation in the characteristics of only one of them, by causing contact, opens the way to things combining. Switching points. Brief Encounters. Connections. The birth of the world.

And still nothing about the materiality of goods.

Then one of them combined a cucumber and an orange. It made

a totally gross penis, quite shapeless, quite obscene, absurd, very strange to look at. Here, we are right in the middle of the frame. Nothing in the picture leads us to suppose that someone is trying to pull the wool over our eyes. The naked truth. Cucumber-orange. Two foods which cannot be served at the same meal without one being transported to the other. And again I say, still nothing about the materiality of goods.

Reader: Ah, no! This time the merchandise is there. You can see it.

Why do you deny the evidence?

Author: I maintain my position. The materiality of the orange and the materiality of the cucumber, yes. The materiality of their strange encounter, yes. But in what way do you see them as merchandise? What physical sign shows that the immaterial quality of merchandise can be said to be added to the materiality of the orange and of the cucumber? The most widely disseminated images of what we now call, by antinomy, communication, are advertising images. What characterizes this smiling game of deceit, is that the range of signs it draws on starts by emphasizing, beneath the changing advertising

medium used to sell the product, the immaterial and constant quality as merchandise. The sales patter is not so much about the uniqueness of the item as about its general ability to get the potential customer admitted to the dance of market consumption. A holiday in Rome, Istanbul or the Seychelles has an all-risks guarantee provided by hotel star ratings and the price put on every satisfied need or whim. Of a detergent for tiled floors, we are shown only that idiotic and standard dream of a sixty square metre kitchen scrubbed by a young woman to statistically verified canons. The interchangeability of desires and delights. All this is instilled in people's minds to such a point that old women have their faces lifted and their cheeks made pink in order not to resemble anyone but the scrubber of floors to statistically verified canons, hoping, by this artifice, to climb up the ladder of desirability.

The cucumber and orange we see on the poster have not had their faces lifted or their cheeks made pink. They look more like the pear, even the slightly over-ripe pear that as children we picked from the side of the road, which we liked more than any other,

precisely because it was priceless, had fallen from the tree by chance for our pleasure, snatched irretrievably by our milk teeth from the movement of goods. The thing for its purpose alone, solely for the romantic pleasure of it, the thing as an enlargement of ourselves and not as a fleeting, changing medium, sent off by air, rail, road or water in the philosopher's dance which transforms everything into accounting documents.

The paradox of this exhibition is perhaps here, in the power of the art of visual communication which is said to have the power to subvert advertising hype by itself. A paradox of order. A commercial, but public, enterprise, organizes a competition for graphic artists with its business as the theme, starting with one word—"rapprochements" [brief encounters]—a wide range of possibilities.

Then you see something like a reluctance in the participants, as if they had to avoid upsetting the client, had to enter into the client's way of thinking, in what they assume to be its reasoning. The images as a whole will be "nice". A second chapter in the story: nice-ness finds itself trapped by the form, which is not advertising sales

talk, which is the visual imaginativeness of graphic artists, their exploration of visual signs. Visual signs here play their game for themselves, in their materiality, in their simple truth, often straightforward typographical research. And this truth, this romance of things, drives a small wedge into the reigning falsehood.

SNCF freight stands at a frontier. In a way, the firm only knows—and only deals with—goods as merchandise. Even the work that produces the goods, even the needs that drive people to consume them, are unknown to it. SNCF is purely a tool for moving goods. Yet the public nature of its ownership—the French National Rail Company—like the statutory duty of public utility at the same time make it familiar with vital factors foreign to the furore of market trading.

The graphic nature of visual communication puts it too at a frontier. It is art by commission, thus necessarily vulnerable to exploitation. It constructs the signals from which slogans are made. It is subject to the extreme pressure of the power of advertising which hemms it in and sometimes bends it for its own ends. Those who prac-

tice it know how to convey messages, but have to find markets. They then have to accept the fact that the message, when it is not pure manipulation, is going to have a life of its own. Such signs must be granted a degree of freedom, provided they have a certain truth. The graphics of visual communication have to find contracts which agree not to calculate every detail. That is becoming quite rare.

This tense line between the market which does not calculate every detail and the creator who sells signals with unpredictable results is a frontier. As if the popular adage had not been finally forgotten which sees in the market or in money good servants but bad masters. Encounters between a useful business and forms built on the truth of things. Encounters between the public form of a useful company and the public need for truth, freedom and criticism. The aesthetics of public utility ■

Jean-Louis Sagot-Duvauroux



Thotm éditions 2002, tous droits réservés, 5 rue Guy-de la Brosse 75005 Paris,
téléphone 33 (0) 1 43 37 56 58, télécopie 33 (0) 1 70 81 70 90, livres@thotm-éditions.com,
www.thotm-edition.com/rapprochements, dépôt légal juin 2002, ISBN 2-914531-02-8,
achevé d'imprimer sur les presses de l'imprimerie Autographe, 10 bis rue Bisson,
75020 Paris, téléphone 33 (0) 1 43 58 26 26. Le concours international d'affiches
« Rapprochements » est une production **Fret SNCF**, en collaboration avec le centre
du Graphisme et de la Communication visuelle d'Échirolles et la biennale inter-
ationale de l'Affiche de Varsovie. Animateur du projet, commissaire de l'exposi-
tion, concepteur du catalogue **Thierry Sarfis**, réalisation Olivier Cabon Thotm.
Photos SNCF-CAV et Olivier Cabon. Les droits d'exploitation des affiches appar-
tiennent à leurs auteurs.