

[Retour à la Une](#)

# LE TYPOGRAPHE

ÉVÉNEMENTS - 28 décembre 2010 - [commenter](#)

## 42e compétition du Club des directeurs artistiques

**Si demain la langue française  
était une langue morte,**

**nous serions tous des assassins.**

Une langue morte, c'est une langue que personne ne parle.

Qui parle français hors de France ?

75 millions de personnes seulement. Et non 175 millions,  
comme on le prétend quelquefois.

Dans le monde entier, l'Alliance Française enseigne  
la langue française et la culture française.

L'Alliance Française est un organisme privé. Qui vit  
de subventions. Et des cotisations de ses membres et  
de ses élèves. Ces cotisations et ces subventions ne sont  
pas suffisantes pour faire vivre la langue française.

Les Français doivent faire quelque chose.

Donnez pour l'Alliance Française.

**Alliance  
Française**  
CCP Paris 238-31

Site internet : [www.alliancefrancaise.org](http://www.alliancefrancaise.org) - Numéro vert 1 800 80 80 80 - Service de diffusion France 30 - La Centrale Impression - 40, rue de Valenciennes, 75019 Paris

**L**e prestigieux Club des directeurs artistiques s'ouvre au monde de la typographie. Déjà en 2008, une **incursion avait été faite avec le lancement de la catégorie design et sa sous-catégorie, design de typographie**. Cette année c'est une catégorie à part entière dédiée la typographie sous toutes ses formes. C'est une excellente nouvelle pour les amateurs de beaux caractères, car nous seulement les créateurs de caractères seront honorés de participer, mais l'utilisation de la typographie au sens large est également à l'honneur.

De plus, le Club des directeurs artistiques fait bien les choses car il n'y a pas de droits d'entrée pour cette année de lancement et vous pouvez proposer vos travaux réalisés durant les 4 dernières années.

Pourquoi cette catégorie? Le **communiqué de presse** donne un début de réponse:

Parce que la typographie est partout. Parce qu'elle imprègne notre lecture quotidienne sans même que nous la remarquions. Parce qu'à bien y regarder, la typographie est l'agent secret de la communication, véritable 007 silencieux et implacable, modeler de sens, et propagandiste des idées et des mots, qu'elle propulse comme le Walter PPK propulse les balles au service de sa majesté.



**Le jury présidé par Jean-François Porchez est composé de:**

- Jorge Carreno, *Young & Rubicam*, Directeur de la création.
- Guillaume Chiffot, *Léo Burnett*, Vice Président, Directeur de la création.
- Alain Duchesne, Directeur artistique indépendant.
- Fabrice Gueneau, *Dream On*, Président fondateur, Directeur de la création.
- Quintin Leeds, *Directeur artistique indépendant*.
- Alexandre Dimos, Gael Etienne, *De Valence*, Graphistes, Editeurs, Auteurs.
- Aaron Levin, *Directeur de la création*.
- Muriel Paris, *Graphiste, Typographe*, Professeur de typographie ESAG.
- Jean-François Porchez, *Porchez Typofonderie*, Fondateur, Créateur de caractères.

**Catégorie 16 Typographie.**

**1. Utilisation de la typographie en publicité imprimée:**

Usage de caractères de manière pertinente, associations typographiques, adéquation au message, titrage en particulier.

**2. Utilisation de la typographie en publicité audiovisuelle:**

Typographie en mouvement, adéquation au message, lisibilité en particulier dans le cas d'habillages TV.

**3. Utilisation de la typographie en édition, presse, catalogues, identité visuelle, packaging, signalétique:**

Usage de caractères de manière pertinente, associations typographiques, adéquation au message. Hiérarchies typographiques, maîtrise de l'usage des familles de caractères, contraste, lisibilité. Cohérence visuelle et typographique en matière d'identité visuelle (rapport logotype et applications), packaging (déclinaison de gammes, typographie comme élément clé d'identité).

**4. Création de caractères, caractères sur-mesure, lettrages, logotypes:**

**a.** création de caractères au sens large incluant alphabets complets créés pour distribution dans des fonderies.

**b.** Caractères sur-mesure pour des identités visuelles, campagnes, nouvelles formules de presse, habillage TV, etc.

**c.** Lettrages spécifiques dans le cadre de projet d'identités, packaging, campagnes de pub, édition, etc.

**d.** Logotype dans le cadre d'identité visuelle...



**Date limite: 30 décembre 2010, (mais il semblerait que milieu janvier 2011 soit également acceptable.)**

Jury catégorie 16 Typographie.

Communiqué de presse, ouverture catégorie Typographie

Mode d'emploi de l'inscription

Club des directeurs artistiques

Pour plus de renseignements, contactez Sophie Gellet: +33 1 47 42 29 16

[sophie.gellet \[à\] leclubdesad.org](mailto:sophie.gellet@leclubdesad.org)

**tout le monde peut  
se faire ouvrir un compte-chèques  
au Crédit Agricole...**

**tout le monde**

Peut-être vous en êtes-vous déjà aperçus, il arrive dans une brasserie, un restaurant...  
Mais ne vous inquiétez rien plus, si vous habitez en ville, il est très facile d'ouvrir un compte-chèques au Crédit Agricole. Au contraire. Sur les 4 millions de compte-chèques ouverts chez nous, près de 2 millions l'ont été dans nos bureaux. Pas d'agence. Exactement, ce n'est pas par hasard car nous avons 1000 bureaux qui vous permettent partout où vous êtes de nous trouver et de nous utiliser. Dépôts, retraites, virements, paiements (dans à 5 %), Épargne Logement, Compte sur Livret... ou pourquoi vous ouvrir au Crédit Agricole? Parce que nous sommes au service de nos clients de confiance dans nos bureaux de Crédit Agricole. Enfin, l'équipe de votre bureau est de votre région. Elle y est depuis longtemps. Elle se connaît par cœur et aide par le cœur. Comme le dit-il sous nos yeux, cela rend les choses tellement plus faciles... et plus sympathiques.

**CRÉDIT AGRICOLE**

# NE SOYEZ PLUS LE MONSIEUR WHO SAYS NOTHING AU BOUT DE LA TABLE !

Reunis d'affaires,  
vos partenaires étrangers attendent  
de vous des suggestions,  
voire des décisions.  
Vous hésitez. Plus tôt gémant  
pour vous... et les autres.  
Manquez-vous d'idées ?... non bien sûr.  
C'est ailleurs la position que  
vous occupez dans votre Société  
ne vous le permet pas.  
Vous auriez même sur les problèmes  
soulevés une vision plus claire.  
Alors ?  
Alors vous ressentiriez la nécessité  
de vous remettre vite à l'Anglais.  
Pour vous qui êtes sûrement  
rapide et efficace. BERLITZ  
vous propose le cours  
de 7 H 45 à 21 H  
SANS INTERRUPTION.  
Tous les jours ouvrables  
(lundi de 7 H 45 à 17 H 30).

**I - La leçon particulière**  
A l'école ou à votre domicile, seul  
avec votre professeur, vous êtes placé  
dans les conditions optimales  
pour progresser rapidement.

**II - Le cercle à effectif réduit**  
Six élèves au maximum. Les élèves  
sont regroupés et classés suivant leur niveau.

**III - BERLITZ Enseignes**  
Pour éviter dispersion et perte de temps,  
BERLITZ enseigne au sein de votre  
entreprise sans professeurs et le matériel  
électronique nécessaires aux réunions.

**IV - Enfin la révolution  
dans l'étude des langues  
BERLITZ immersion totale**  
3 professeurs à votre disposition,  
pour servir mieux 33 élèves par jour,  
4 semaines complètes  
à LONDRES pour l'Anglais,  
à DUISBURG pour l'Allemand,  
à PARIS pour le Français.  
Tous ces cours BERLITZ sont dispensés  
tous les jours ouvrables, sans interruption  
de 7 h 45 à 21 h (sauf de 7 h 45 à 17 h 30).

**La Méthode Berlitz**  
Directe, progressive, rapide, efficace,  
la Méthode BERLITZ  
est basée sur 4 principes :

- L'enseignement apprend  
non par des machines  
mais par des professeurs sélectionnés,  
formés au préalable.
- Les professeurs n'enseignent  
leur langue maternelle.
- Jamais de traduction : le professeur  
parle et son élève écoute dans la langue  
étrangère, ce qui crée le réflexe  
de parler et de penser dans cette-ci.
- L'élève fait seul tous ses exercices  
programmés et révisé ses leçons  
au moment de son niveau précédent  
de l'école ou du sein de votre Société,  
à l'aide de programmes BERLITZ  
préarrangés.

Pour tous renseignements, s'adresser à votre agent  
Berlitz (BERLITZ) ou à son directeur de votre agence.  
BERLITZ FRANCE  
2, Boulevard de la République PARIS 2<sup>e</sup> - Tél. 142 66 00  
BERLITZ LONDRES  
2, rue de la Harpe PARIS 6<sup>e</sup> - Tél. 622 96 77  
BERLITZ DUISBURG (Allemagne) - Tél. 020 36 20 00  
BERLITZ PARIS - Tél. 142 66 00  
BERLITZ BRUXELLES - Tél. 02 538 20 00  
BERLITZ AMSTERDAM - Tél. 020 36 20 00  
BERLITZ LISBONNE - Tél. 01 21 20 00  
BERLITZ MADRID - Tél. 01 21 20 00  
BERLITZ MILAN - Tél. 02 538 20 00  
BERLITZ BERNE - Tél. 01 21 20 00  
BERLITZ BRISBANE - Tél. 02 538 20 00  
BERLITZ SYDNEY - Tél. 02 538 20 00  
BERLITZ TORONTO - Tél. 02 538 20 00  
BERLITZ WASHINGTON - Tél. 02 538 20 00  
BERLITZ WASHINGTON - Tél. 02 538 20 00  
BERLITZ WASHINGTON - Tél. 02 538 20 00  
BERLITZ WASHINGTON - Tél. 02 538 20 00

53 langues - 260 écoles



LANGUES  
VIVANTES

Ces quelques images (en illustration de l'article) de la **compétition de 1968** illustrent l'importance du rédactionnel et donc de la typographie à l'époque, car les techniques d'impressions ne permettaient pas de valoriser l'image comme depuis.

— Jean-Marie Leydier