

Attention :
logo!

#2

16
Nov.
18

24
Fév.
19

13,
rue de la Poulallerie
Lyon 2^e

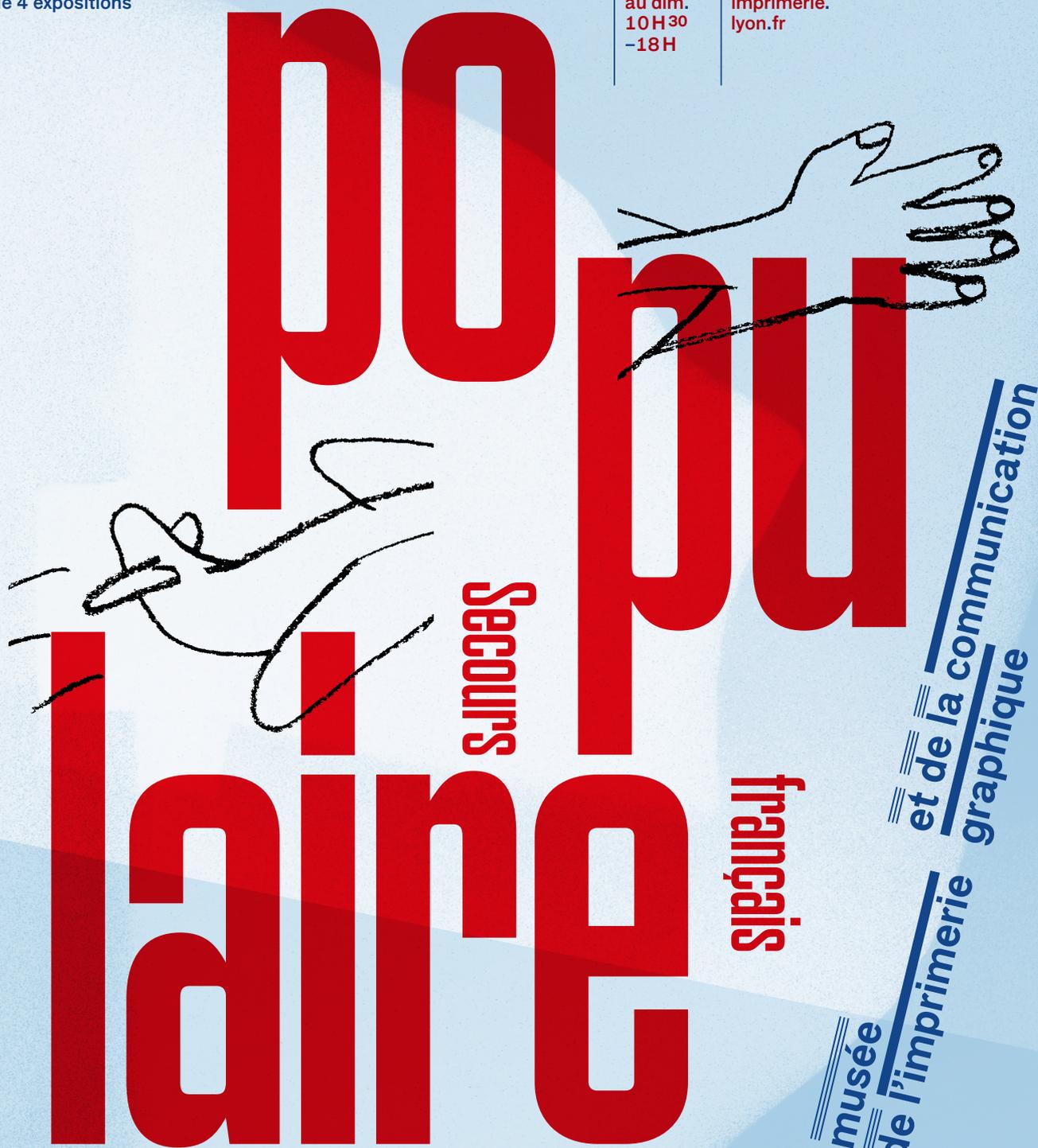
M

Métro Cordeliers

Cycle
de 4 expositions

Mer.
au dim.
10H30
-18H

www.
imprimerie.
lyon.fr



et de la communication
graphique

musée
de l'imprimerie

**Le Secours populaire français
ouvre ses ailes au musée
de l'Imprimerie pour la deuxième
saison de Attention : logo!**

Le Musée de l'Imprimerie et
de la Communication graphique,
Lyon, propose du 16 novembre 2018
au 24 février 2019 la deuxième
édition de la série *Attention : logo!*
dédiée à l'histoire des identités
visuelles. Après le logo du musée
en 2017, voici la genèse et l'évolution

du logo du Secours populaire
français. 180 documents environ,
affiches grand format, journaux,
brochures, en-tête de lettres, cartes
postales, brassards, tee-shirts,
médailles, pin's, ont été confiés au
musée par le siège de l'association.



Grapus à l'œuvre

Une main ailée, les couleurs « bleu, blanc, rouge », un nom écrit à la main : l'identité visuelle du Secours populaire français fait aujourd'hui partie de notre patrimoine, incarnant des valeurs de partage, de respect, d'attention à l'autre.

La véritable histoire graphique du Secours populaire français commence au début des années quatre-vingt, quand l'association sollicite le collectif Grapus pour imaginer une affiche représentative des actions qu'elle mène à l'international.

Grapus est né de la rencontre, en mai 1968, de ses fondateurs : Pierre Bernard, François Miehe et Gérard Paris-Clavel. Affichant clairement la couleur d'un « graphisme d'utilité publique », le collectif est au fait de sa reconnaissance artistique et militante quand il est contacté par le Secours populaire. Grapus propose à l'association le dessin d'un avion dont le nez serait une main tendue.

Un logo est en train de naître. Il va évoluer vers un dessin tendre, une main chaleureuse dont le mouvement ascensionnel évoque la réciprocité. Dans un geste dynamisé par les ailes, qui apportent grâce et magie, cette main représente l'élan solidaire et énergique qui porte à secourir son semblable.

Une « image-emblème » forte et rassembleuse

Toute association humanitaire a besoin de ressources pour réaliser ses programmes d'aide auprès des enfants, des familles, des adultes isolés. Le logo et l'image sont un moyen de marquer l'opinion et de la fidéliser.

La réussite de l'identité visuelle dessinée par Grapus est de saisir à la fois le besoin de notoriété du Secours populaire, mais aussi sa volonté de proposer une image sensible, en écho à la vulnérabilité des démunis. Armé de ce capital

d'émotion, soutenu par une grande inventivité graphique, le Secours populaire va décider de placer cette image, ce logo, au cœur de toute sa communication et il en fait un emblème, intemporel et universel.

Une identité « grand public » et des campagnes à fort retentissement

Les années quatre-vingt marquent le positionnement graphique du Secours populaire. Le logo accompagne désormais les campagnes de communication nationales ou internationales avec des messages simples et directs, délivrés avec une exigence artistique sans faille.

Les signatures et les acteurs culturels les plus en vue sont sollicités. Le Secours populaire fait de sa communication un terrain d'expérience, jouant talentueusement avec son image. Il utilise pleinement toutes les ressources techniques, en particulier la photographie, surtout pendant sa collaboration, dans les années quatre-vingt-dix, avec l'atelier Nous Travaillons Ensemble d'Alex Jordan (ancien de Grapus et cofondateur du collectif de photographes le bar Floréal).

En 1991, le Secours populaire est nommé Grande cause nationale et une importante campagne de communication (dix visuels) est créée par l'agence 154 dirigée par Luc Duvoux, avec la collaboration de l'agence Magnum. Ces visuels et les messages forts qui les accompagnent, déclinés en grand affichage et pavés presse, obtiendront le grand prix de l'Association de la presse magazine.

À partir de 2000, c'est l'époque des affiches remarquables, colorées, réalisées par l'Atelier de création graphique de Pierre Bernard. De cette riche collaboration qui durera une douzaine d'années se dessinera une véritable ligne graphique. Elle sera utilisée par de nombreux supports pérennes,

véritable « colonne vertébrale » pour le fonctionnement de l'association : affiches, petits papiers, documents de fond comme le livret d'accueil du bénévole, la brochure de présentation du Secours populaire, les nouveaux cahiers « Le dire pour agir », les documents pour l'accueil d'enfants en familles de vacances, le « Livre porte-voix de la pauvreté »...

Attention : logo ! : le Secours populaire par Grapus (1981)

16 nov. 2018 – 24 févr. 2019
Du mercredi au dimanche inclus de 10h30 à 18h.
Également le mardi pour les groupes.

Musée de l'Imprimerie et de la Communication graphique
13, rue de la Poulaille
69002 Lyon
(métro Cordeliers)

www.imprimerie.lyon.fr

Information et inscription aux visites : 04 37 23 65 43
resa-mil@mairie-lyon.fr

Contacts

Musée de l'Imprimerie et de la Communication graphique
Bernadette Moglia
bernadette.moglia@mairie-lyon.fr
T. 04 37 23 65 33

Secours populaire français :
Karine Vauloup, relations presse
karine.vauloup@secourspopulaire.fr
T. 01 44 78 21 57
06 77 04 57 33

Demande de visuels auprès de

Pierre-Antoine Lebel
pierre-antoine.lebel@mairie-lyon.fr

A Grapus, 1980
En 1980, le Secours populaire demande une création visuelle à Grapus pour mieux faire connaître ses actions de solidarité internationale. C'est ainsi que ce dessin, « ancêtre » du logo, voit le jour et sera décliné en affiche au printemps 1981.

B Grapus, 1981
Le logo du Secours populaire créé par Grapus en 1981.



VILLE DE LYON

interMédia



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE