

Attention :
logo!

#2

16
Nov.
18

24
Fév.
19

13,
rue de la Poulallerie
Lyon 2^e

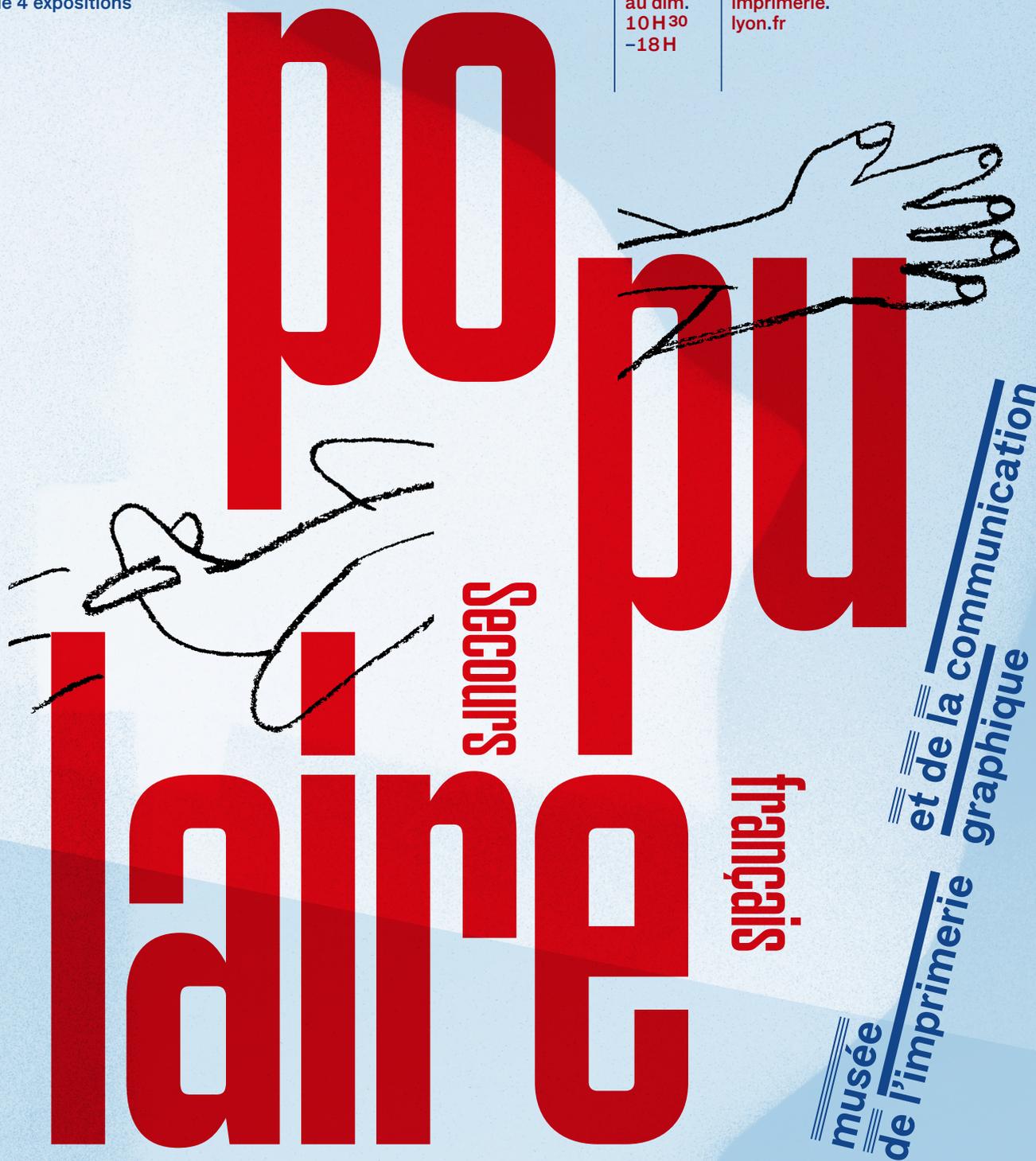


Métro Cordeliers

Cycle
de 4 expositions

Mer.
au dim.
10 H³⁰
-18 H

[www.
imprimerie.
lyon.fr](http://www.imprimerie.lyon.fr)



Pour la deuxième édition de la série consacrée à l'histoire des identités graphiques, le musée choisit d'évoquer celle du Secours populaire français.

« Cette exposition présente aux publics à la fois la manière dont l'identité visuelle du Secours populaire français, la main ailée, a été pensée et utilisée depuis 37 ans,

mais aussi ses caractéristiques propres. Véritable "image-emblème", elle traduit les valeurs de solidarité et la philosophie de l'association.

La grande souplesse d'utilisation du logo est évoquée dans l'exposition : il parvient à se combiner à d'autres messages et se décline sur des formats et des tonalités multiples, toujours dans une vision esthétique

et en résonance avec l'histoire visuelle et humaniste de l'organisation. »

Joseph Belletante,
directeur du musée
de l'Imprimerie et de la Communication
graphique

▲
A▲
B

Une exposition pour les yeux et pour le cœur

Cette deuxième édition de *Attention: logo!* est destinée à tous les publics. Les amateurs, étudiants ou professionnels du graphisme s'y retrouveront avec la riche et exemplaire histoire graphique de l'association.

Sous l'impulsion de sa communication interne et de ses responsables, le Secours populaire français a mobilisé des signatures prestigieuses et s'est comporté comme un commanditaire exigeant, manifestant un souci constant et remarquable de l'esthétique pour ses campagnes et ses actions.

Quant au grand public, il revivra, à travers l'évocation des campagnes du Secours populaire, sa propre histoire: celle des crises qu'il a traversées, des difficultés qu'il a surmontées, des causes qu'il a défendues.

L'exposition s'adresse aussi aux plus jeunes: depuis toujours, le SPF a l'enfance au cœur. En 1976, l'association invente les Pères Noël verts A; en 1979, les Journées des Oubliés des vacances B et, en 1992, le mouvement d'enfants Copain du monde.

La culture ça change la vie.

Ce que vous pourrez voir dans l'exposition

Le siège du Secours populaire français a confié au musée 180 documents retraçant son épopée humanitaire et graphique, les deux aspects étant étroitement liés. Une partie des archives du SPF est déposée aux Archives nationales du monde du travail à Roubaix (ANMT).

Les types de documents exposés:

- affiches;
- cartes postales;
- dépliants, plaquettes, fascicules, brochures;
- papeterie (têtes de lettres et enveloppes);
- invitations;
- journaux périodiques;
- ephemera et objets divers: autocollants, brassards de bénévoles, vignettes pour la collecte de rue, badges, pin's, cartes d'adhérents, publicités lieux de vente, décorations de sapin de Noël, planches de timbres, tee-shirts, tirelire, porte-clés, cartes de vœux, disque 33 tours...

Les messages de l'exposition

L'évocation de la naissance et de la vie de l'identité visuelle du SPF se décline en plusieurs orientations qui tiennent compte de la montée en puissance de l'association et de son logo.

1

▲
F
▼
D

Naissance d'un logo

C L'association signe des trois lettres de son nom avant la naissance de son logo.

D L'ébauche du logo définitif, par Grapus, 1980. L'avion symbolise l'action internationale du SPF.

E En octobre 1981, le nouveau logo fait la une de la revue du SPF *La Défense* (qui deviendra *Convergence*).

F Le logo créé par Grapus en 1981 est toujours celui du SPF aujourd'hui.

▲
C▲
E

Longtemps l'association a signé de son nom complet ou des trois lettres SPF C, certaines affiches étaient agrémentées d'un dessin de Jean Cocteau. Avant la main ailée de Grapus (1981), on a vu apparaître en 1980 « l'ancêtre du logo »: un avion dont le cockpit est une main D qui porte la solidarité à travers le monde. L'avion témoigne déjà de l'action internationale de l'association. Par ailleurs, dans un esprit d'ouverture et avec la volonté de mettre encore plus en pratique la devise « Tout ce qui est humain est nôtre », le Secours réfléchit à changer le nom de son journal, *La Défense* (qui paraît depuis 1927) et qui devient *Convergence*.

Le premier numéro de *Convergence* sort en novembre 1981 et est inauguré au Congrès de Tarbes. Le logo, lui, est présenté un mois avant, en octobre, dans le dernier numéro de *La Défense*. E

Le collectif Grapus (1970-1990)

Il est fondé en 1970 par Pierre Bernard, François Miehe et Gérard Paris-Clavel. Grapus n'a pas travaillé pour le marché publicitaire mais pour les associations, syndicats, mouvements culturels et humanitaires, municipalités. Reconnu internationalement et salué par de nombreux prix, Grapus a cessé d'exister en tant que collectif en 1990. Les trois fondateurs se séparent en structures indépendantes: Les graphistes associés pour Gérard Paris-Clavel et Vincent Perrotet, l'Atelier de création graphique pour Pierre Bernard, Nous Travaillons Ensemble pour Alex Jordan, entré dans le collectif en 1976. (Pour en savoir plus: *Études sur le collectif Grapus, 1970-1990, entretiens et archives*, sous la direction de Catherine de Smet et Béatrice Fraenkel, éditions B42, 2016). Une exposition *Le collectif français de graphistes Grapus* vient de s'achever à Berlin (5 juillet-3 octobre 2018, Bröhan-Museum) accompagnée d'un ouvrage sur le collectif (info@broehan-museum.de). On peut y lire cette formule d'Alain Weill commissaire de l'exposition: « Grapus représente toute une génération de graphistes en France. Leur influence est encore très forte, si forte que la génération suivante a beaucoup de mal à les surpasser ».

Grâce et magie

« C'est une main ouverte et tendue F qui vient à la rencontre de l'autre. Son dessin est tendre, au contraire d'une gravure incisive. Elle est chaleureuse et son mouvement ascensionnel évoque la réciprocité. Dans un geste dynamisé par les ailes, elle représente l'élan solidaire et énergique qui porte à secourir son semblable. Les ailes lui apportent grâce et magie. Il est important de respecter ce logo dans son intégrité car il est fédérateur et reconnaissable partout. Dans l'océan de signes qui nous entoure, il est singulier et doté d'une grande puissance symbolique et évocatrice. Une amputation de l'une de ses composantes ou une adaptation maladroite l'affaiblit dans son sens et sa force. »

Sophie Lotte, responsable de la communication institutionnelle au Secours populaire français

2

G Grapus, 1984.
Le logo est acteur du message avec cette main qui dispense la pluie.

H Grapus, 1982.
Mundial de la Solidarité.
Le logo occupe le centre de l'affiche et devient un ballon en écho au Mondial de foot.

I Atelier de création graphique, Pierre Bernard, 2013.
Parce que la pauvreté et la précarité sont inadmissibles.



▲
I



▲
H

Le logo acteur du message

Car le logo est plus qu'un signe de reconnaissance : il a un rôle essentiel dans de nombreuses campagnes. Dans les affiches présentées, par exemple celle contre la famine en 1984, signée Grapus, le logo est plus que mis en scène, il devient un acteur de l'affiche, avec la main ailée qui apporte la pluie **G**. Dans l'affiche de 1982, « Mondial de la solidarité » **H**, qui fait écho au mondial de foot, le logo est un ballon estampillé SPF. Même après Grapus (dissout en 1990) le logo continue à prouver son étonnante souplesse d'utilisation et sa forte expressivité, comme dans l'affiche de Nous Travaillons Ensemble en 1991, où la main ailée soutient le monde.

Dans les campagnes « Vacances des enfants », le logo est un soleil. Dans l'affiche « Parce que la pauvreté et la précarité sont inadmissibles » (Pierre Bernard, 2005) il sort de sa réserve et occupe, très agrandi, le bas de l'affiche. **I**

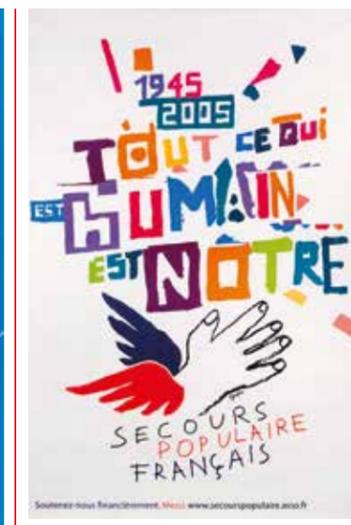
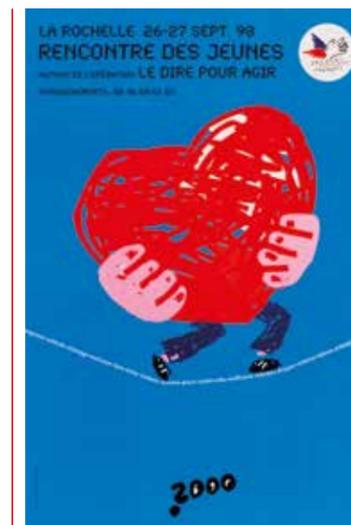


▲
G

Parce que
la pauvreté
et la précarité
sont
inadmissibles.

3

▶
J
▶
K



L'inventivité éditoriale au service des valeurs du SPF

J Grapus, 1998.
Rencontre des jeunes,
La Rochelle.

K Atelier de création graphique, Pierre Bernard, 2013.
Le logo accompagné de la devise du SPF « Tout ce qui est humain est nôtre ».

La devise « Tout ce qui est humain est nôtre » a été citée au premier congrès national du Secours populaire de France et des colonies, à Paris en 1938. Elle est toujours utilisée aujourd'hui et apparaît comme le moteur des actions nationales et internationales de l'association. **K** Celles-ci sont servies par une grande diversité de formes éditoriales et militantes : le journal *Convergence* (né en 1981) ; en 1988, « Pauvre France » est un important travail photographique commandité par l'association, il donnera lieu à une exposition nationale itinérante. En 1989, les « Nouveaux cahiers de doléances », édités à l'occasion du Bicentenaire de la Révolution française seront diffusés dans toutes les fédérations nationales pour recueillir des témoignages. En 1991, le SPF est nommé « Grande cause nationale », cette distinction donne lieu à une importante campagne de communication réalisée par l'Agence 154 en collaboration avec, entre autres, l'agence Magnum. On a vu tout un univers graphique se dessiner à partir des supports pérennes réalisés par l'Atelier de création graphique de Pierre Bernard au début des années deux-mille : affiches, documents de fond comme le « Livret d'accueil du bénévole », la brochure de présentation du SPF, les nouveaux cahiers « Le dire pour agir » qui prennent la relève de ceux créés par

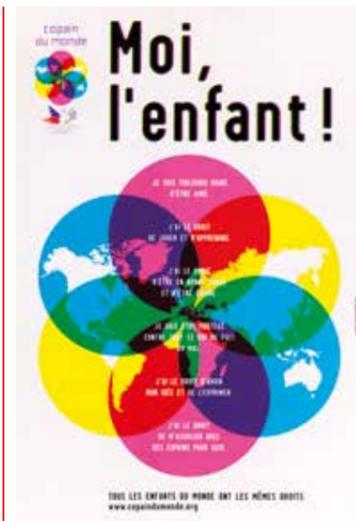
Nous Travaillons Ensemble en 1998, les documents pour l'accueil des enfants en familles de vacances, le « Livre porte-voix de la pauvreté », édité en 2010, le « Kit de présentation du Secours populaire » (2015).

Tout
ce qui
est
humain
est
nôtre.

Grapus : un engagement fort dans la construction d'un monde meilleur

« Grapus était parmi l'élite du graphisme français, il en était également l'un des principaux fondateurs avant de faire école dans le monde entier. En plus de leur immense talent, les créateurs de Grapus avaient un engagement fort dans la construction d'un monde meilleur, ce qui était extrêmement important dans la sensibilité de leur collaboration avec le Secours populaire. Après plusieurs recherches, une image s'est imposée par son évidence : un logo constitué par une main ailée au-dessus du nom manuscrit du Secours populaire français. La main, symbole universel de fraternité et de paix, a été souvent utilisée par le SPF. Mais là, ce n'est plus la main qui se tend à travers les barreaux d'une prison, c'est une main libre qui voit le jour. »

Sophie Lotte,
responsable de la communication institutionnelle au Secours populaire français



M

4

Défendre un logo et une communication esthétique

L Atelier de création graphique, Pierre Bernard, 2000. *La Culture ça change la vie.*

M Atelier de création graphique, Pierre Bernard, 2002. *Moi l'enfant.*

Le Secours populaire a remporté en 1991 le Grand prix de l'Association de la presse magazine, distinction accordée pour la première fois à une association. Un logo et une communication réussis donnent des ailes à la solidarité et s'imposent dans l'espace public. Pour ce faire, le SPF plus que toute autre association, a sollicité les signatures et les acteurs culturels les plus en vue. En commanditaire pénétré de l'utilité d'offrir une image esthétique et inventive, il a souhaité utiliser pleinement toutes les ressources techniques, en particulier la photographie, et jouer avec son image. D'où le recours aux artistes, aux agences, aux graphistes, aux photographes parmi les plus talentueux et les plus reconnus.



L

1923-1936

Le Secours rouge international

Après la guerre de 1914-1918, des militants communistes créent, en 1923, la section française du Secours rouge international. L'association va s'intéresser au sort des bagnards, des militants anticolonialistes, des ouvriers licenciés pour activité syndicale ou politique, des prisonniers politiques et de leurs familles et également aux enfants démunis. Son magazine *La Défense* est créé en 1927.

1936-1945

Le Secours populaire de France et des colonies

S'ouvrant plus largement à la société civile, l'association change de nom pour devenir le Secours populaire de France et des colonies en 1936. C'est en 1938 que le slogan « Tout ce qui est humain est nôtre » devient la devise de l'association, toujours en vigueur aujourd'hui. Pendant la guerre, l'association rentre dans la clandestinité ; ses dirigeants ont presque tous été déportés ou fusillés. L'association se réorganise dans le Paris de la Libération et envoie, dès décembre 1944, des enfants en vacances.

Secours populaire français : origines et histoire

1945

Création du Secours populaire français

Le Secours populaire français naît en 1945 de la fusion du Secours populaire de France et de l'Association nationale des victimes du nazisme (ANVN). Dès la fin des années cinquante, l'idée de solidarité s'élargit : elle est désormais morale et matérielle ; l'indépendance du SPF s'affirme. En 1959, l'association aide les victimes de catastrophes ou de crises sociales, intensifie son action auprès des enfants et des personnes âgées. Enfin, la solidarité mondiale s'exerce dans les pays frappés par la dictature comme l'Espagne, la Grèce ou le Chili, où le Secours populaire se rend dès 1973.

Années 80

De nouvelles formes de solidarité

Le Secours populaire français prend en compte les changements sociétaux liés à la crise et à la misère grandissante et développe de nouvelles formes de solidarité. Ses permanences proposent des aides très variées : libre-service alimentaire, accès aux vacances, accès à la culture pour tous. Les points Jeunes s'organisent pour lutter contre l'exclusion et redonner de la dignité aux « sans voix »,

dont le Secours populaire devient le porte-parole. En 1985, le Secours populaire français est reconnu d'utilité publique.

1991

Le Secours populaire français devient « Grande cause nationale »

Les campagnes d'aide se multiplient en France et à travers le monde, comme les « Journées des Oubliés des vacances ». Parallèlement, le Secours populaire français est reconnu comme association complémentaire de l'enseignement public pour son action auprès des enfants et accroît son rôle d'éducation populaire et d'accès à la culture. L Dans le même temps, l'association multiplie les actions menées à l'international lors des grandes catastrophes (tremblement de terre en Haïti, tsunami en Asie du Sud-est) et confirme sa place dans l'aide au développement à grande échelle.

2015

L'association fête ses 70 ans, toujours guidée par la grande idée de Louis Pasteur : « Je ne te demande ni tes opinions, ni ta religion, mais quelle est ta souffrance. » Citation tirée de *Solidarité*,

la nouvelle résistance, rapport moral de Julien Lauprêtre, président du Secours populaire français, aux Assises nationales du SPF, Marseille, 20, 21, 22 novembre 2015 pour les 70 ans du SPF.

2017

3 348 200 personnes ont été accueillies et aidées en France et dans le monde par les bénévoles de l'association.

2019

sera l'année du 30^e anniversaire de la Convention internationale des droits de l'enfant.

À cette occasion, le Secours populaire va encore renforcer ses actions, avec le mouvement Copain du monde, pour que la solidarité avec et pour les enfants s'affranchisse des frontières. M

La fédération du Rhône

Créée le 1^{er} mars 1962, elle se distingue par des actions fortes en matière d'accompagnement scolaire et culturel pour les enfants en difficulté d'apprentissage. Des activités sont proposées telles que visites et ateliers dans les musées, pratiques artistiques ou sportives. En 2017, 14 604 personnes ont été aidées, dont 6 368 enfants.

À l'occasion de l'exposition dédiée au logo du Secours populaire, la fédération du Rhône organisera des visites ateliers de l'exposition ainsi qu'une séance *Père Noël vert* au musée de l'Imprimerie et de la Communication graphique.

Secrétaire général
de la fédération du Rhône :
Sébastien Thollot ;
Directrice adjointe :
Perrine Dexmier.

Catalogue de l'exposition

Solidarité ! Un logotype
à paraître aux éditions deux-cent-cinq
Prix de vente : 17 euros
ISBN : 978-2-919380-25-1
www.editionsdeuxcentcinq.fr

Autour de l'exposition

Visites guidées, visites en famille, ateliers pour les 6/8 ans et 9/13 ans pendant les congés scolaires de décembre et de février (découverte de l'exposition et de la richesse graphique du langage de la main).



InterMédia

**Commissariat****Musée de l'Imprimerie et de la Communication graphique**

Joseph Belletante, directeur ;
Hélène Sybille-Beltran, responsable des collections et des expositions assistée de Ève-Marie Chauvin, régisseur des collections
avec le concours du Secours populaire français
Sophie Lotte, responsable de la communication institutionnelle ;
Elise Boursault, responsable de la documentation et des archives patrimoniales.

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

Le logo du Secours populaire par Grapus - 1981 -

16 nov. 2018 — 24 fév. 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 Poulallerie
69002 Lyon
(métro Cordeliers)

www.imprimerie.lyon.fr

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