

Entretien avec Stéphane Muntaner
Garcia Jason

DSAA Design graphique
2015-2016

Stéphan Muntaner est un designer graphique marseillais né le 3 janvier 1970, après des études en communication visuelle au BTS Saint Joseph les maristes il fonde les collectifs Tous des K et C-Ktre. Il a notamment travaillé sur des projets locaux dans le territoire marseillais tels que le festival Jazz des 5 continents, le théâtre du Merlan, le groupe de rap IAM ou encore le pavillon M lors de l'année capitale européenne de la culture 2013.

Ici je vais le questionner sur la communication qu'il a créée pour le pop-up store Moblur au printemps 2015(1).

(1). Voir page 13

Jason Garcia : « Je voulais savoir pourquoi tu étais parti sur l'idée de faire du teasing et de poser des énigmes pour communiquer sur Moblur ? »

Stéphan Muntaner : « Au début l'idée était de travailler sur Moblur pour sortir une sorte de collection et on est parti sur des idées qui tournaient autour de Marseille, la plage... On va dire le côté un peu situationniste de la ville et puis d'un coup il y a les illustrations, qu'est ce qu'on fait comme illustration ? J'ai fait des premiers essais et je me suis dit je n'ai pas envie de faire des illustrations, c'est toujours un peu dur à porter les illustrations ça fait très t-shirts illustratifs et puis dans il y avait l'idée de faire des chaises longues du t-shirt homme et du t-shirt femme c'est encore autre chose parce que mettre une illustration dessus ce n'est pas forcément le plus adapté au côté féminin si tu veux. »

J.G : «Il n’y a pas le côté plat du support !»

S.M : «(Rires) Le t-shirt avec une illustration pour des mecs ça va mais pour des nanas c’est plus compliqué et puis d’un coup c’est revenir à des phrases, le t-shirt à textes d’accord selon ce que tu mets tu l’assumes ou tu l’assumes pas donc le fait de tout déconstruire ça permet de revenir à quelque chose d’abstrait dans la composition entre les verticales et les horizontales puisqu’en séparant, en créant une typo séparées, en jouant sur deux couleurs finalement ça permettait d’avoir quelque chose de très graphique, de très identitaire aussi qui puisse se décliner sur tous les supports puisqu’il y a du papier-peint aussi, papier-peint, chaises longues, du produit vaisselle pour la cuisine, des sacs, plein de choses...Donc ça permettait de travailler sur des textes sans avoir le texte uniquement à la Ben et du coup d’avoir plus de liberté de ton sur les textes sachant qu’il faut un effort pour les lire.»

J.G : « C'est pas lisible immédiatement »

S.M : «Voilà. Après se disant aussi que ça pourrait être un jeu, une personne porte le t-shirt et une autre réagit le côté presque drague « C'est quoi ton truc ? Il y marqué quelque chose.» - «Ouais ben si tu devines...» Voilà ça peut susciter des interactions tout en restant sur quelque chose qui peut rester graphiquement neutre et abstrait, c'est comme les typos étrangères comme le grec ou l'indonésien c'est très joli, il peut il y avoir des horreurs marquées mais tu ne le sais pas, tu trouves ça joli, on reste que sur le signe graphique, donc là revenir sur le signe graphique c'était travailler uniquement sur le rythme graphique et sur ces deux couleurs et sur les textes trouver ce qu'il y avait d'assez ludique à travailler du coup ça force à une forme de relation interactive dans le sens où on est plus dans une relation émetteur - récepteur sur les théories de l'information style Shannon / Weaver(1) où le message était émis, le récepteur le comprend. Là du coup il y a une relation entre les deux, le récepteur doit faire l'effort aussi de comprendre ce qu'il y a, de découvrir ce qu'il y a, du coup il y a une relation plus ludique, du jeu plutôt que de lancer un message uniquement et finalement l'intérêt est plus dans la découverte de ce qu'il y a marqué que dans le texte au final. Donc c'est plus dans l'énigme et dans le casse-tête, on est aujourd'hui dans une société où tout doit être immédiat, tout doit être donné tout doit être lisible.

(1) https://fr.wikipedia.org/wiki/Théorie_de_l%27information

S.M : «Quand il y a une pub quand tu arrives sur un site internet tu regardes une vidéo, on te balance une pub, tu la skippes en quatre secondes, ça veut dire que dans les quatre secondes les mecs il faut qu'ils réfléchissent au moyen de t'accrocher pour que tu veuilles voir la suite, que tout soit dit dans les quatre premières secondes. Cette immédiateté qu'il y a c'est donc redonner plus de temps à la découverte des choses.»

J.G : « Justement tu penses qu'en laissant le temps en forçant à l'effort le récepteur noue une relation plus forte avec toi, avec le graphiste en général ?»

S.M : «On est dans la situation du «j'ai gagné» tu as découvert ce qu'il y a marqué donc tu as gagné, tu as gagné le droit d'avoir gagné c'est tout, tu n'as pas gagné d'argent ni quoi que ce soit tu as juste gagné. Du coup ça me rappelle les débuts du flipper quand il a été importé après-guerre, à la libération en France, après ça a donné tout ce qui est machines à sous, quand c'est arrivé les gens ont pas très bien compris ils ont dit « c'est quoi ça ? » «C'est un flipper, tu arrives, tu mets de l'argent et tu joues avec la balle.» «Qu'est ce que tu gagnes ?» «Tu gagnes rien.» «Mais comment les gens vont adhérer à ça ? Ils vont mettre du fric, ils vont jouer et rien gagner ?» Au début c'était tu joues, tu gagnes de l'argent puis c'est tu joues et tu perds de l'argent tu ne gagnes que le plaisir d'avoir joué.

J.G : « C'est le plaisir de jouer qui fait l'intérêt de l'activité !»

S.M : «Oui c'est ça, on le voit avec le jeu vidéo mais l'ancêtre de tout ça c'est quand même le flipper importé qui n'est pas la machine à sous tu vois ? Et qui a donné ensuite les baby-foot tout ça, c'est le plaisir de jeu que tu paies, ce n'est pas le fait de gagner donc là on est exactement dans la même situation, c'est le temps que tu as passé pour trouver la solution. Et si tu es le premier à avoir trouvé la solution tu as gagné par rapport aux autres.»

J.G : «Il y a une forme de reconnaissance.»

S.M : «Voilà, la reconnaissance est dans ta faculté à décrypter, dans l'interactivité, tu reposes toi-même dans ta capacité à répondre à un problème ce n'est pas un ordinateur ou une application qui te permet de le faire, imagine on fait une application tu flashes le texte et tu as la solution ça perd tout intérêt, c'est le jeu pour le jeu. Tu crées une règle du jeu, d'un autre côté quand tu crées une identité visuelle ou une charte graphique tu crées un système de jeu où les règles ne sont pas les mêmes en fonction du type de projet que tu abordes. C'est à dire si tu travailles pour du savon, du cosmétique, un théâtre, une association culturelle ou un autre secteur économique c'est pas du tout les mêmes règles du jeu, les mêmes codes, les mêmes codes graphiques, c'est vraiment d'autres systèmes si tu veux. C'est comme si tu jouais au Monopoly et puis deux heures après tu vas passer à un autre projet tu vas jouer aux échecs, au mistigri et le troisième tu vas réaliser une pochette de disque tu vas jouer au rami.»

S.M : «Tu joues sur plusieurs domaines que tu peux aborder de façon ludique. Comme tous systèmes graphique mais là c'était vraiment au cœur du projet, la notion de règle du jeu, c'est ce que tu fais quand tu fais une charte mais là c'est la mettre au cœur de la relation, du suivi avec celui qui la reçoit.»

J.G : « Du coup tu pensais déjà quand tu as élaboré ce système, le mettre sur les réseaux sociaux, sur Facebook et que les gens participent ? »

S.M : «À la base non mais après je n'ai pas de site internet, j'ai toujours défendu sans être à fond les réseaux sociaux, c'est plus facile d'arriver, de balancer un truc sur Facebook que sur ton site à toi car il faudrait que les gens sachent que tu as fait un nouveau truc pour y aller et en plus tu es dans une immédiateté dans la réactivité du rapport, du retour que tu as aux gens qui reçoivent les éléments que tu postes quand tu postes sur ton site à part voir combien de personnes l'ont consulté tu peux rien voir, rien faire.»

J.G : « C'est justement ce que je trouvais intéressant avec ce projet en particulier c'est que tu n'es pas dans la relation verticale du site web où tu proposes du contenu à des gens qui le regardent de manière solitaire alors qu'entre eux ils n'interagissent pas. »

S.M : «Du coup on savait que l'événement allait arriver donc je me suis dit je vais les envoyer les poster parce qu'il y a ce côté ludique et les gens se disaient qu'il y avait un truc de marqué et ils réagissaient, le fait de l'avoir posté sur les réseaux sociaux participe au côté ludique de découverte et d'échanges.»

J.G : « Tu penses par rapport au design graphique aujourd'hui c'est une nécessité de mettre plus d'énigmes, de casser les codes ?»

S.M : «Ça dépend des projets après je dirais pas qu'on casse les codes, c'est-à-dire qu'on fait à-peu-près les mêmes chose mais qu'on les fait différemment, on fait du teasing.»

J.G : « On parlait de la pub, de cette idée qu'il fallait en caser le plus en quatre secondes, il y a même des algorithmes qui calculent ce que les gens sont à même d'aimer en fonction de tes clics, du temps que tu passes sur tel ou tel site.»

S.M : «Après je vais te dire, quand tu sais qu'aujourd'hui pour concevoir un site on va calculer où ton regard va se balader en premier, après la création graphique là-dedans et le parti-pris ils vont être où ? Parce qu'on va te dire «mais non c'est plus rationnel comme ça parce que ton regard il va aller de là à là.» Du moment où ça devient plus rationnel c'est là que l'irrationnel entre en jeu et reprendra le pouvoir là-dessus puisqu'il sera un contrepied aux normes des cabinets de marketing, où le graphisme doit s'incliner aux sondages, aux prévisions et au moment où on va y arriver parce qu'on va y arriver très vite à ce diktat, par effet de réaction on aura plus de choses qui prendront le pas inverse graphiquement, regarde il y a eu la même choses avec l'ordinateur où il y a eu un rejet de l'ordinateur pour revenir à la matière, au vrai, au réel, au papier, revenir au livre, revenir au print qu'il y a eu il y a quelques années est assez intéressant.»

S.M : «Les gens prédisaient la fin du livre mais ça aussi c'est complètement absurde, un média édition n'est pas le même qu'un média numérique, qu'un film tu as des narrations et des systèmes qui sont totalement différents et des temps accordés dans la compréhension pour chacun qui sont totalement différents mais l'idée de base sur laquelle tu interagis est plus celle du roman où tu donnes la gueule des protagonistes, c'est toi qui donnes les paysages, c'est un scénario. Après c'est un peu comme dessine moi un mouton, tu as une image de mouton, j'en ai une, on a une image collective mais qui n'est pas forcément la même individuellement, tout le monde sait ce qu'est un mouton mais si tu l'imagines c'est pas la même image que moi.»

J.G : « On a tous des représentations différentes.»

S.M : «Et du coup c'est pour ça que quand il y a une adaptation d'un bouquin au cinéma, les gens disent «Ah non j'aime pas du tout, c'est pas comme ça que je l'imaginai, ah ben tiens lui je le voyais plus grand, plus petit» Parce que tu n'as pas tous les paramètres.»

J.G : « Chacun se fait sa propre interprétation»

S.M : «Voilà dans le livre l'interprétation que tu fais c'est à peu près le même système qu'en graphisme et tu n'es pas dans «on vous livre tout, mâchouillé, brut de fonderie quoi .»

BLAUBLIND
A MOBILBLIND

IT'S TIME TO HAPPY 5!
PERFORMANCE ARTY
BY STÉPHAN MUNTANER
SELECTER DJ'S

INDI
SCIP
LINE

SAMEDI 6 JUIN - 18H / 21H
32 RUE FALQUE - 13006 MARSEILLE

INDI SCIP LINE
PERFORMANCE ARTY
BY STÉPHAN MUNTANER
SELECTER DJ'S

Moblurland - Stéphan Muntaner

Entretien

Je remercie Stéphane Muntaner pour sa disponibilité et la richesse de notre échange.

