

In Conversation With...

Matthieu Cortat

(Nonpareille)

04.02.2014

Né en 1982 à Delémont (Suisse), Matthieu Cortat est dessinateur de caractères et graphiste. Diplômé de l'École d'Art de Lausanne (ECAL) et de l'Atelier national de Recherche typographique (ANRT) de Nancy, installé à Lyon, il partage son temps entre le dessin de lettre, un travail de typographe pour divers éditeurs, et des interventions au Musée de l'imprimerie de Lyon.

C'est dans ce cadre qu'il a mis en place le Corpus typographique français et qu'il a collaboré à la rédaction des textes du site Internet célébrant le 450^e anniversaire de la mort de Claude Garamont. Il intervient régulièrement dans différentes écoles d'art, pour des ateliers ou des conférences. Il est membre de la commission des Éditions de la Société jurassienne d'Émulation.

« nf. (non-pa-rè-ll', ll mouillées). Le caractère d'imprimerie le plus petit qu'il y avait autrefois. Ce caractère porte six points de hauteur ; aujourd'hui, on possède des caractères ayant cinq, quatre et même trois points. Toutefois ce nom désigne le corps six. La grosse nonpareille est une vieille dénomination qui servait à désigner le plus gros des caractères d'affiches ; elle n'est plus usitée aujourd'hui. »

Article « Nonpareille », dans Émile Littré, Dictionnaire de la langue française, Paris, 1872-1877 (1863).

Tu as créé de nombreux caractères pour des commanditaires très variés, des revivals ou des projets plus personnels. Ton travail de commande se différencie-t-il de tes projets personnels ? Et si oui, comment ? Quelles sont tes différentes approches de la création de caractère ?

Sur la méthodologie de travail, il n'y a pas trop de différence entre travail de commande et création personnelle. La façon de dessiner (à la main, directement sur ordinateur, en calligraphiant...) dépend surtout du type de fonte et de projet. La différence majeure est que, pour un travail de commande, il faut d'abord convaincre le client que les propositions graphiques sont les bonnes pour son projet. Il faut argumenter et expliquer. L'avantage est que ça me permet aussi de me questionner moi-même : pourquoi tel choix ? pourquoi tel autre ? On peut ainsi éviter de tomber dans la « routine » et les habitudes. Avec cette méthode, le dessin évolue tout au long de la création – du moins durant les premières phases, où les grandes lignes du caractère sont à poser. Le projet reste « flottant » plus longtemps que quand on est seul maître à bord. Dans un projet personnel, il me faut généralement du temps pour « mûrir » l'idée dans ma tête. Parfois plusieurs mois où je gribouille une idée vague, puis y pense de temps en temps, grapille des idées à gauche et à droite. Quand je me lance dans le dessin, je sais précisément ce que je veux, et y vais assez directement ; les corrections et repentirs sont assez peu nombreux.

Tu t'es souvent confronté à la création de caractères exclusifs. Est-ce une pratique en expansion, en mutation ou plutôt sur le déclin ? La création d'une famille est un processus long et coûteux, comment défendre (et vendre) ce choix ?

En ce qui me concerne, plutôt en expansion. (Je ne sais pas pour les autres dessinateurs.) Mais il s'agit plutôt de petites familles, de 4 ou 5 styles maximum ; les clients rechignent à dépenser de l'argent pour plus. Ou alors on commence avec 1 style, à l'«essai», quitte à continuer le développement ultérieurement. Toujours est-il que les graphistes cherchent souvent aujourd'hui à intégrer une police de caractère lorsqu'ils travaillent sur une identité visuelle. Quand je suis sorti d'école – il y a 10 ans – ça n'était pas du tout le cas.

Comment se passent les relations avec tes commanditaires, la réception de tes projets ? Y'a-t-il une part de médiation, d'initiation ? Comment est perçue la création de caractère par un public non-averti et comment lui montrer ?

La part de médiation est très importante. L'enseignement de la typographie a une bonne place dans les écoles d'arts aujourd'hui, mais du côté de la clientèle – même de graphistes – il faut reprendre aux basiques («qu'est-ce qu'un empattement»...). Par contre, quelques soient leur domaine d'activité, les gens sont très demandeurs de ce genre de choses : ils utilisent des caractères typographiques à longueur de journées (sur leurs ordinateurs et téléphones portables, entre autres), et apprécient de savoir le pourquoi du comment de ces outils quotidiens. C'est une attitude assez nouvelle. Il y a quelques années, on évitait de mentionner le mot «typographie» dans les thèmes de visites au Musée de l'imprimerie : ça faisait fuir les gens qui craignaient quelque chose

de technique et ennuyeux. Désormais, au contraire, le mot-même est passé dans un vocabulaire assez courant, et le public est demandeur, pose des questions sur l'origine de l'arobase, de l'italique, etc. Il m'est également arrivé d'aller faire des demi-journées de formation (pour les cadres d'une entreprise, ou pour des enseignants) sur les règles basiques de la typographie (qu'est-ce qu'un vrai apostrophe, comment différencier traits d'union et tirets, quand mettre des majuscules, de l'italique, comment abréger, etc.).

Le fait de travailler directement pour des graphistes (le studio Base Geneva par exemple) plutôt que pour un client extérieur au monde du graphisme est-il un avantage ou un inconvénient ? As-tu l'impression d'être plus souvent dans le développement, la production plutôt que dans la pure création ? Comment s'est déroulé le travail et sa répartition, par exemple, sur le caractère Instant de Jérôme Knebusch ?

Je ne fais pas trop de différence entre « pure création » et développement. Disons que je prends en général autant de plaisir à l'un qu'à l'autre. C'est peut-être que j'ai eu la chance de ne jamais devoir travailler sur un caractère qui me révolse profondément uniquement pour des raisons économiques. Travailler avec une agence est agréable dans le sens qu'on est face à des gens qui connaissent le métier, savent ce qu'ils veulent, mais savent aussi faire confiance à mon expérience et mes idées, sans vouloir m'imposer les leurs. En tout cas c'est ainsi que ça se passe avec Base Geneva. Le point faible de cette façon de travailler, c'est que je ne peux pas répondre directement aux réticences, doutes ou questions du client. Il y a un intermédiaire, avec toutes les ambiguïtés qui peuvent en résulter dans la communication. Que ça soit avec un client extérieur au monde du graphisme

ou avec une agence, la clé est la confiance : si je fais tel choix graphique, ça n'est pas arbitraire. C'est par rapport à une autre forme dans la fonte, à un lien historique, une particularité technique, etc. Jusqu'à maintenant, j'ai toujours eu des clients qui me faisaient confiance, et ça s'est bien passé. Inversement, j'ai jusqu'ici eu confiance en mes clients, et n'ai pas eu affaire à des réactions irrationnelles, ou injustifiées. La clé est de dialoguer énormément. C'est peut-être aussi, du fait que j'aie des créations « personnelles », je ne mets pas trop d'égo dans les caractères de commande : si un client – ou une agence – insiste pour telle forme plutôt qu'une autre que je trouvais plus approprié, je fais en sorte de trouver une solution qui leur convienne sans pour autant « vendre mon âme ».

Pour le travail sur l'Instant de Jérôme Knebusch, je me considérais plus comme un « consultant », indiquant ce qui ne me plaisait pas, ce que je ferais différemment, etc. Mais c'est vraiment une création de Jérôme. Il avait systématiquement le dernier mot. Et c'est un ami, les précautions oratoires et les détours diplomatiques qu'on peut – qu'on doit – avoir avec un client n'avaient pas cours entre nous. Nos courriels étaient parfois terriblement hermétiques, avec les différentes abréviations qu'on s'était inventés pour commenter rapidement les dessins de l'un ou de l'autre.

La Belle Cordière

Qui dira ma robe fourrée de la belle pluie dorée

MARGUERITE DE VALOIS

Marius (1872–1951), Maurice (1895–1975) & Amable (1899–1990)

Gaspard Trechsel & Étienne Gueynard

Sébastien Gryphe

Messieurs les Seigneurs de La coquille

1.

Qualità Activist Esprit

Valladolid Letter Pastis

Qualità Activist Esprit

Valladolid Letter Pastis

2.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
W XYZabcdefghijklmnopqrstuvw
xyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XΨΩαβγδεζηθικλμνξοπρςστυφχψω
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФ
ХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯабвгдежзийк
лмнопрстуфхцчшщъыьэюя

3.

OCÉANIE
ANTILLES & MADAGASCAR
AMÉRIQUES
ASIE & ARCTIQUE & EUROPE
ANTARCTIQUE

4.

A B C D E F G
H I J K L M N
O P Q R S T
U V W X Y Z

5.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

6.

Heidi & Peter & Grandpa & Klara.

7.

It's gonna take some concentration

It's gonna take some imagination

It's gonna take some time & patience

But all the best things do

All the best things do

8.

1. Louize
2. Henry
3. Bonesana

4. Chrysaora
5. Ecstrat
6. Stuart

7. Basetica
8. Instant
(Jérôme Knebusch)

Comment envisages-tu la création typographique vis-à-vis de l'identité visuelle ? Selon toi, un caractère peut-il suffire à une identité, devenir « identitaire » et incarner l'entité pour laquelle il est destiné ?

Oui je pense qu'il peut devenir « identitaire ». Il peut même être identitaire pour plusieurs institutions / entreprises différentes. (Comme le Futura est clairement la typo de nombreuses entreprises.) À partir de là, je ne pense pas qu'il puisse suffire à une identité. C'est un élément de l'identité, une brique qui va la construire. La métaphore architectural fonctionne toujours bien en typographie : la cathédrale de Strasbourg est construite en grès rose des Vosges. Mais ce sont les choix de l'architecte et les formes du bâtiment qui font son identité, pas le grès rose. Néanmoins, il y participe largement.

De quelle manière procèdes-tu pour identifier les besoins et les attentes d'un client, définir ce qui présidera à la réalisation d'un caractère ? Un caractère en fin d'exclusivité garde-t-il, selon toi, une certaine empreinte ?

Parler beaucoup avec le client. Et pas que de typographie « pure ». La notion d'identité est très vague, et les clients ne connaissent pas le vocabulaire technique. À partir de ce qu'ils me disent – et qu'ils me montrent : photos, images, vidéos, textes aussi – j'essaie de transcrire ça en formes typographiques, de leur expliquer pourquoi. Il y a beaucoup de connotations en jeu. Elles sont la plupart du temps partagées. Je ne comprends pas très bien la seconde partie de la question. Le fait d'être exclusif ou non ne change rien concernant l'« empreinte » du caractère, il me semble.

Tu es passé par l'Écal et l'Anrt à Nancy et tu enseignes aujourd'hui à l'École nationale supérieure des beaux-arts de Lyon et à travers de nombreux workshops. Que penses-tu de l'enseignement de la typographie en France et en Europe aujourd'hui et de la « relève » des étudiants actuels ? Quel est ton rapport à l'enseignement et comment cela nourrit ta pratique ?

Je suis vraiment très heureux de voir à quel point la typographie est devenu un élément clé de l'enseignement en école d'art. Les cours de dessin de lettre que j'avais à l'Écal faisait plutôt figure d'exception : aujourd'hui il est courant que tout étudiant en graphisme suive une introduction à la typographie. Certains seulement continuent sur cette voie, mais tous y ont été sensibilisés, ce qui en fait des graphistes plus apte à comprendre leur travail par la suite. Récemment, un étudiant a bien résumé cette position : il travaillait sur un caractère volontairement incomplet (pas d'accents, de chiffres). Alors que je lui demandais s'il comptait le « finaliser », il m'a répondu qu'il était possible aujourd'hui de trouver de très bonnes versions numériques de ce type de lettres, et qu'il n'était pas typographe et ne voulait pas l'être : il avait dessiné ces quelques lettres pour un projet précis, et leur côté « artisanal » lui convenait parfaitement. La différence par rapport à n'importe quel étudiant d'il y a une dizaine d'année, c'est qu'à l'époque, il aurait soit finalisé la fonte avec l'ambition de la vendre sur Internet, soit – plus probablement – il n'aurait jamais eu le courage ni l'envie de la commencer. Aujourd'hui, il est normal d'utiliser la typographie comme un outil, de connaître ses propres limites mais de ne pas pour autant s'en tenir aux formes typographiques déjà existantes. Cette liberté est très positive.

Que penses-tu du foisonnement actuel de fonderies indépendantes, un peu partout dans le monde ? Tu as personnellement monté la fonderie Nonpareille. Qu'est-ce qui pousse à se lancer dans la création d'une fonderie dans le contexte numérique actuel ? Arrives-tu à en vivre ? En un mot, y a-t-il un avenir dans la création typographique ?

C'est vrai qu'il y en a beaucoup, des petites fonderies indépendantes. Pour mon cas – et je pense pour la plupart d'entre elles – il s'agit surtout d'une question économique : pourquoi reverser 50% de ses ventes à un distributeur si on peut vendre soi-même via sa boutique en ligne ? En l'occurrence, mes caractères sont également en vente sur Myfonts, qui touche un public bien plus large. Là aussi je crois que c'est le cas de nombreuses fonderies indépendantes.

Dans mon cas, je n'en vis pas. J'enseigne (notamment à l'Ensba) et surtout travaille régulièrement au Musée de l'imprimerie de Lyon. Je ne sais pas si beaucoup de dessinateurs réussissent à vivre en ne faisant que ça. Dans mon cas, je n'en ai pas forcément envie non plus : ça me demande beaucoup de concentration et d'énergie pour dessiner un caractère. À la fin d'une journée complète de dessin, je suis passablement épuisé. Je préfère partager mon temps entre plusieurs activités (pédagogique, d'écriture, de recherche historique) ; ainsi le temps à dessiner des lettres est vraiment motivant et enrichissant.

Comment se répartissent la part de design graphique et celle de dessin de caractère dans ta pratique quotidienne ? Comment ces deux fonctions se nourrissent-elles l'une l'autre ?

Je fais assez peu de design graphique. Quand j'en fais, c'est surtout pour quelques maisons d'édition, et pour du texte de labeur. Du texte au kilomètre, avec corrections orthographiques et micro-typographiques. Peut-être 10 à 20% de mon temps de travail, selon les périodes. Ça nourrit ma création typographique dans le sens où j'utilise mes propres fontes, et qu'elles sont souvent créées suite à un manque dans un autre caractère : je dessine une police parce qu'aucune ne me convient bien pour l'usage que j'aimerais en faire.

Mais je puise surtout de l'inspiration dans des documents plus ou moins anciens, trouvés au Musée de l'imprimerie, dans des lettrages dans la rue, des plaques commémoratives émaillées ou gravées, des affiches, etc. Ce n'est pas tant mon propre travail graphique qui nourrit mon travail typographique, mais celui des autres.

Et, dans l'autre sens, j'aime beaucoup voir comment les graphistes se réapproprient mes caractères et les utilisent d'une manière à laquelle je n'aurais jamais pensé.

Le développement exponentiel des possibilités du web, des tablettes et autres smartphones crée-t-il de nouveaux enjeux ? Comment prends-tu en compte les différents médiums (papier, tablettes, web) dans tes créations ?

J'ai appris il y a peu que ma dernière création, Louize, avait été sélectionnée parmi les « best new web fonts of 2013 ». Ça m'a fait très plaisir, d'autant plus qu'à aucun moment je n'ai cherché à la rendre particulièrement utilisable sur écran. Je dessine rarement les caractères avec cette optique, restant plutôt fidèle au bon vieux papier. Mais il se trouve que je dessine sur écran, et compose aussi sur écran, donc forcément s'il y a un problème d'affichage, je le vois et peut travailler dessus. Mais je dois avouer rester un peu à l'écart de ces aspects techniques. J'ai l'impression que la qualité d'affichage s'améliore sans cesse, et rapidement. Du coup un caractère qui fonctionne bien sur papier... fonctionne bien également sur écran. En tout cas je n'ai pas eu de mauvaise surprise jusqu'à maintenant.

Pour aller plus loin :

*[http://www.nonpareille.net/
documents/sample-
bonesana.pdf](http://www.nonpareille.net/documents/sample-bonesana.pdf)*

Entretien réalisé le 04.02.2014

Merci à Matthieu Cortat

**Imprimé à
l'École nationale supérieure
des beaux-arts de Lyon
en avril 2014**

**Caractères
Arnhem Pro
Suisse Int'l Medium**

**Design
Alex Chavot**