lettres type

JEAN-BAPTISTE LEVÉE

Un état de la commande dans la création typographique contemporaine en France

→ *Lettres Type* est à l'origine une exposition itinérante regroupant 37 caractères ou familles typographiques conçus, chacun, pour répondre à une commande précise. Elle est née de la volonté de dévoiler des pratiques multiples de la typographie, ouvertes sur la société, en contradiction avec le stéréotype du créateur replié, isolé dans sa bulle. Elle vise également à mieux faire connaître certains projets, souvent peu visibles ou mal documentés s'ils n'ont pas bénéficié d'une présentation dans un blog ou une revue spécialisée. Enfin, *Lettres Type* souhaite réaffirmer la nécessité culturelle d'une création typographique «sur mesure» qui trouve sa justification, son financement et son accomplissement dans l'activité économique générale, rappelant ainsi le rôle du designer comme contributeur social.

→ Les difficultés qui empêchent parfois de documenter la création de caractères (qu'ils soient le fruit d'une commande ou non) sont multiples: méconnaissance des acteurs, des projets, et surtout des processus. La notion de brouillon ou d'esquisse n'existe tout simplement pas pour certains designers. En l'absence de traces dessinées, restent alors celles de l'échange épistolaire témoignant de l'évolution du projet, unique document de préparation.

Par ailleurs, si certains projets ont pu avoir été initiés dans un cadre pédagogique, ils se sont véritablement épanouis par la suite dans un milieu professionnel. C'est peut-être là un lien souhaité avec l'enseignement de la création de caractères. Conférences, workshops, cours… Un grand nombre des participants de *Lettres Type* enseignent; la création typographique est fondamentalement axée sur la transmission des savoirs. Le caractère doit être envisagé comme un outil destiné à d'autres praticiens; les designers graphiques, les metteurs en page, les typographes.

The state of bespoke typography in France today

→ Before becoming the present work, *Lettres Type* was first of all a touring exhibition bringing together 37 fonts or type families designed in response to specific commissions. It arose from the desire to reveal multiple typography practices, open to society, in contradiction with the stereotype of the withdrawn designer, alone in a bubble. It also aims to make certain projects better known – projects that are often not easily visible or well-documented if they have not benefited from a presentation on a blog or in a specialist journal. Lastly, *Lettres Type* also wishes to reaffirm the cultural necessity of 'made-to-measure' typeface design that is justified by, financed by and accomplished in general economic activity, reminding us of the designer's role as a social contributor.

→ The difficulties which sometimes prevent us from documenting type design (whether commissioned or not) are multiple: ignorance of the actors, projects and above all the processes involved. The concept of a draft or sketch simply does not exist for certain designers. In the absence of drawn traces remain written exchanges, unique documents that bear witness to the evolution of projects.

In addition, if certain projects were begun at design school, these were greatly developed later in the designers' professional practices. Here is perhaps a wished-for link with the teaching of type design. Lectures, workshops, classes – many of those participating in *Lettres Type* are teachers; type design is fundamentally centred around the passing on of knowledge.

A typeface must be envisaged as a tool destined for other practitioners: graphic, layout and typeface designers.

A is a name

→ http://www.a-is-a.name/

A is a name est un studio parisien constitué de Simon Renaud & Jérémie Nuel. Le duo place la notion d'évolution au centre des systèmes graphiques de leurs projets, et entretient un cycle de recherches plastiques concentré principalement autour des agencements et des systèmes de signes typographiques.

A is a name is a Paris studio made up of Simon Renaud & Jérémie Nuel. The duo put the idea of evolution at the heart of their graphic systems and projects, and their research practice is concentrated around layouts and systems of typographic signs.

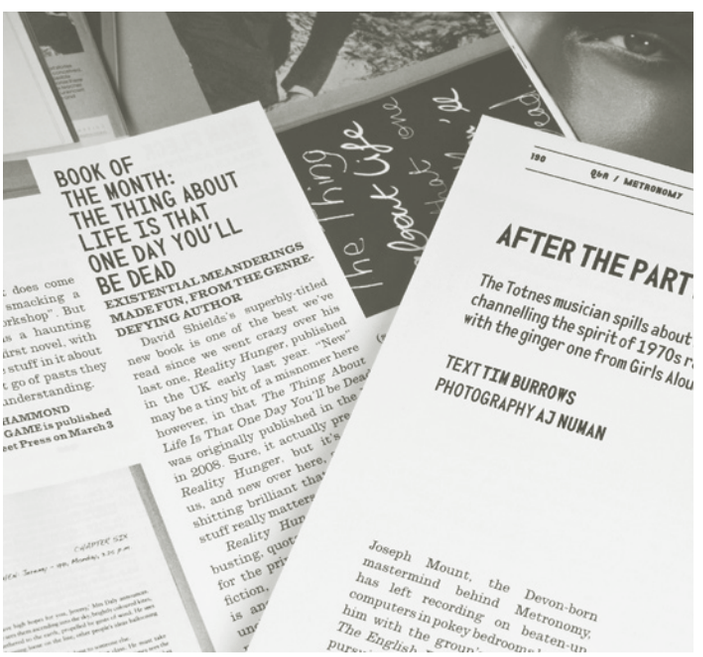
Good Times, Bad Times

EXTENDED, BOLD EXTENDED, CONDENSED, BOLD CONDENSED.

A is a name, 2011.
Pour *Dazed and Confused*
(Christopher Simmonds & James West).

La famille de caractères Good Times, Bad Times est une commande du magazine *Dazed and Confused*, initiée lors de la restructuration de sa maquette. Elle s'articule autour de la dichotomie ordre/chaos et de deux variantes de chasses partageant un squelette similaire.

The typeface family Good Times, Bad Times is a commission by *Dazed and Confused* magazine, introduced during the magazine's redesign. It is based around the idea of the order/chaos dichotomy and has two width spacing variations sharing a similar skeleton.



ORDER
ORDER

+

CHAOS
CHAOS

=

GOOD
TIMES
BAD TIMES

BEEN DAZED AND CONFUSED FOR SO LONG IT'S NOT TRUE. WANTED A WOMAN, NEVER BARGAINED FOR YOU. LOTS OF PEOPLE TALK AND FEW OF THEM KNOW, SOUL OF A WOMAN WAS CREATED BELOW.

GOOD
TIMES
BAD TIMES

BEEN DAZED AND CONFUSED FOR SO LONG IT'S NOT TRUE. WANTED A WOMAN, NEVER BARGAINED FOR YOU. LOTS OF PEOPLE TALK AND FEW OF THEM KNOW, SOUL OF A WOMAN WAS CREATED BELOW.

Christophe Badani

→ http://www.typophage.com/

Typographe de formation, Christophe Badani fonde Le Typophage en 1996, label de création typographique qui est devenu par la suite le nom de son site web. Il remporte le Trophée d'Or Intergraphic de la création typographique en 2004. Christophe Badani se consacre exclusivement à la création de caractères d'identités, au développement de fontes, à la création et à la mise au point de logotypes et de pictogrammes et à la calligraphie. En plus de ses activités il enseigne depuis 2005 la typographie à l'Académie Charpentier à Paris.

Typographer by training, Christophe Badani founded Le Typophage in 1996, a font design label which later became the name of his website. He won Intergraphic's Trophée d'Or for typographic design in 2004. Christophe Badani's works exclusively on designing type for identities, developing fonts, logotypes and pictograms, and calligraphy. In addition to his own work, he has been teaching typography since 2005 at the Académie Charpentier in Paris.

Peugeot

LIGHT, REGULAR, BOLD. ITALIQUES.
EXTENDED LIGHT, EXTENDED REGULAR,
EXTENDED BOLD. ITALIQUES.
LATIN, GREC, CYRILLIQUE.
STYLE.

Christophe Badani
& Stéphane Gabrielli, 2009.
—
Pour BETC Design.

Ce caractère commandé pour la nouvelle identité du groupe Peugeot, en accord avec le nouveau slogan «Motion & Emotion», est une linéale aux accents humanistiques. Les bas-de-casses ont une structure assez différente des capitales et évoquent la fluidité des lignes des véhicules en mouvement.

This typeface, commissioned for the new identity of the Peugeot group and fitting with the new slogan 'Motion & Emotion', is a sans-serif font with humanistic features. The lower cases have quite a different structure from the capitals and evoke the fluid lines of vehicles in movement.

HORS
SÉRIE
Peugeot
Nouveau
Monospace
5008
207 CC
308 SW
1007 CC

αβϐγδεζηθϑικλμνξ

Jean-Baptiste Levée

→ http://www.jblt.co/

Jean-Baptiste Levée est créateur de typographies spécialisé en caractères exclusifs d'entreprise. Il est co-fondateur du Bureau des affaires typographiques, première société française de création et de distribution de caractères sur Internet. Il a conçu plus d'une centaine de caractères pour l'industrie, le cinéma, la mode et l'édition. Ses créations font partie des collections du musée de l'imprimerie de Lyon et du Klingspor Museum à Offenbach (Allemagne). Il est également le délégué national pour la France auprès de l'ATypI et enseigne la typographie à l'École supérieure des arts & médias de Caen-Cherbourg, à l'IUT de Corte et à l'ESAD d'Amiens. Il est le président de la Zone opaque, fabrique de livres à Pantin.

Jean-Baptiste Levée is a typeface designer who specialises in exclusive corporate typefaces. He is the co-founder of Bureau des Affaires Typographiques, the first online typeface design and distribution company in France. He has designed more than a hundred fonts for industry, film, fashion and publishing. His designs are included in the collections of the Musée de l'Imprimerie de Lyon and the Klingspor Museum in Offenbach, Germany. He is also France's country delegate to ATypI and teaches typography at the École Supérieure des Arts & Médias de Caen-Cherbourg, at the IUT in Corsica and at ESAD in Amiens. He is the president of Zone Opaque, an artists' book factory in Pantin.

Air Inuit Sans

LIGHT, REGULAR, BOLD.
ITALIQUES. LATIN, INUKTITUT.

Jean-Baptiste Levée, 2011.
—
Pour Air Inuit Ltée (Studio Feed).
Design graphique Studio Feed.

L'Air Inuit Sans est un caractère conçu pour l'identité visuelle de la compagnie aérienne Air Inuit, réalisée par le studio Feed. Il permet de composer les documents d'information, de communication et de signalétique trilingues (Inuktitut-français-anglais). Air Inuit Sans est basé sur des proportions de caractères Grotesks mais en offre une vision plus contemporaine.

Air Inuit Sans is a typeface designed for the visual identity of the airline company Air Inuit, realised by Studio Feed. It allows for the typesetting of various documents, some of which are trilingual (Inuktitut, French, English). Air Inuit Sans is based on Grotesk proportions but offers a more contemporary vision.

Espace My.Monkey, Nancy, 11.11–31.12.2011