



THE 104 MANUAL
EXPERIMENTAL JETSET

**THE
COMPLETE
IO4
MANUAL,
AN
INTRODUCTION
TO
THE
GRAPHIC
LANGUAGE
OF
IO4.**

Introduction to the complete manual

Dear reader,

Enclosed the definitive version of the graphic manual of 104 (Le Cent Quatre). The aim of this document is to guide you, the reader, through the graphic identity of 104 (probably because you are a graphic designer, commissioned by 104 to design one or several items for them).

This document is not just a style guide; it's more extensive than that. It shows the development of the graphic identity of 104, its full history. In that sense, it's a record as much as it is a guide. Browsing through this document will give you the insight that you need for your task at 104.

The writer E.M. Forster once described literature as an echo chamber, filled with the voices of writers talking to each other, across time and space. Graphic design could be seen as an echo chamber as well; and from across our little corner of the echo chamber, we are wishing you the best of luck with your task for 104.

Experimental Jetset, Amsterdam 15.08.08

The organization of this manual is as follows:

The first part is the 'old manual', completed in October 2007. This part runs from page 001 to page 045. After this part, there is a French section, covering page 046 to page 053. This part is the French translation of the old manual.

After these two parts, there is a third part: 'the updated 104 manual', a chapter which was completed in May 2008. This part covers page 101 to page 123. And after this third part, there is a fourth part: 'the final 104 manual', a chapter which was completed in August 2008. This final chapter runs from page 201 to page 229.

We hope this composition is clear.

Since the structure of this manual is chronological, it is obvious that the versions and variations discussed in the last chapter are the most current ones. If you are looking for a quick guide on how to use the letterhead, you can just fast-forward immediately to page 200. However, if you are interested in the gradual development of this graphic identity as a whole, you should just read the whole thing, from start to finish.





THE 104 MANUAL
EXPERIMENTAL JETSET

**THE
OLD
IO4
MANUAL,
AN
INTRODUCTION
TO
THE
GRAPHIC
LANGUAGE
OF
IO4.**



The 104 Manual

An introduction to the graphic language of 104

00. Foreword

01. History

02. Logo system

03. Typeface

04. Stationery

04.01 Letterhead

04.02 Envelopes

04.03 Business cards

04.04 The A5 card

04.05 The A6 card

04.06 Dossier

05. Invitations

05.01 Invitation card

05.02 Flyer

06. Posters

06.01 Le 104 Parlé

06.02 Other posters

07. Brochures

08. Typography

08.00 Introduction

08.01 Text-as-image

08.02 Institutional text

08.03 Subjective text

09. The use of colour

10. Sponsor- and partner-logos

11. The designed object

12. Conclusion

00. Foreword

Dear graphic designer. If you are reading this, this most certainly means that you have been asked, by the people of 104, to design a piece of printed matter for them. A piece of printed matter that has to be designed according to the rules of the graphic identity of 104. Instead of just giving you these rules, we want to try a different approach. We want to present the graphic identity of 104 not as a set of laws, but as a graphic language. A language that contains, just as any other language, not only rules, but also a structure, a grammar, and most important of all, a certain spirit.

104 is a large and complex organization, which means that different groups of designers are now working on different elements of the graphic identity. These different elements include the printed matter, the website, and the sign system. What all these different elements have in common is that they are all based on the graphic language that we, as Experimental Jetset, have developed during the first half of the year 2007, for 104. We think it's a flexible, recognizable language, a language that befits the structure and building of 104. We sincerely hope you can work with it.

A short note about the language (not the graphic language, but the language this manual is written in). As you notice, this manual is written in English. We hope this is not a obstacle. It is our experience that most

graphic designers can read English without serious problems. After all, graphic design is a cosmopolitan profession, a discipline closely linked to international ideas and ideals. So we hope that our use of English is not problematic.

However, we'll try to include, in a possible second edition of this manual, a French translation of the text. Until then, English will have to do.

01. History

The focus of this manual will be on printed matter. However, we feel that before we move to the practical part, we should first explain something about the history of the graphic identity. And as a matter of fact, when we first started thinking about this project, our starting point wasn't the printed matter, but the sign system. So let us quickly explain our initial proposal for the sign system, just to give you a better understanding of the graphic identity as a whole:

The starting point for the whole graphic identity is the idea of the 'échafaudage' (in English, scaffolding structure). For us, the échafaudage symbolizes the concept of the 'work-in-progress', one of the main themes of 104. Also, the metal construction of the échafaudage refers to early-industrial architecture in general, the iron and glass constructions that Walter Benjamin describes extensively in his famous work 'The Arcades Project'. This book was a big inspiration to us.

Added to that, we think that the échafaudages can be seen as simplified forms of street furniture (street signs, billboards, sandwich men, kiosks, benches, barricades). In other words, the échafaudages will give 104 the appearance of a dream-like street, for the 'flâneur' to walk through.

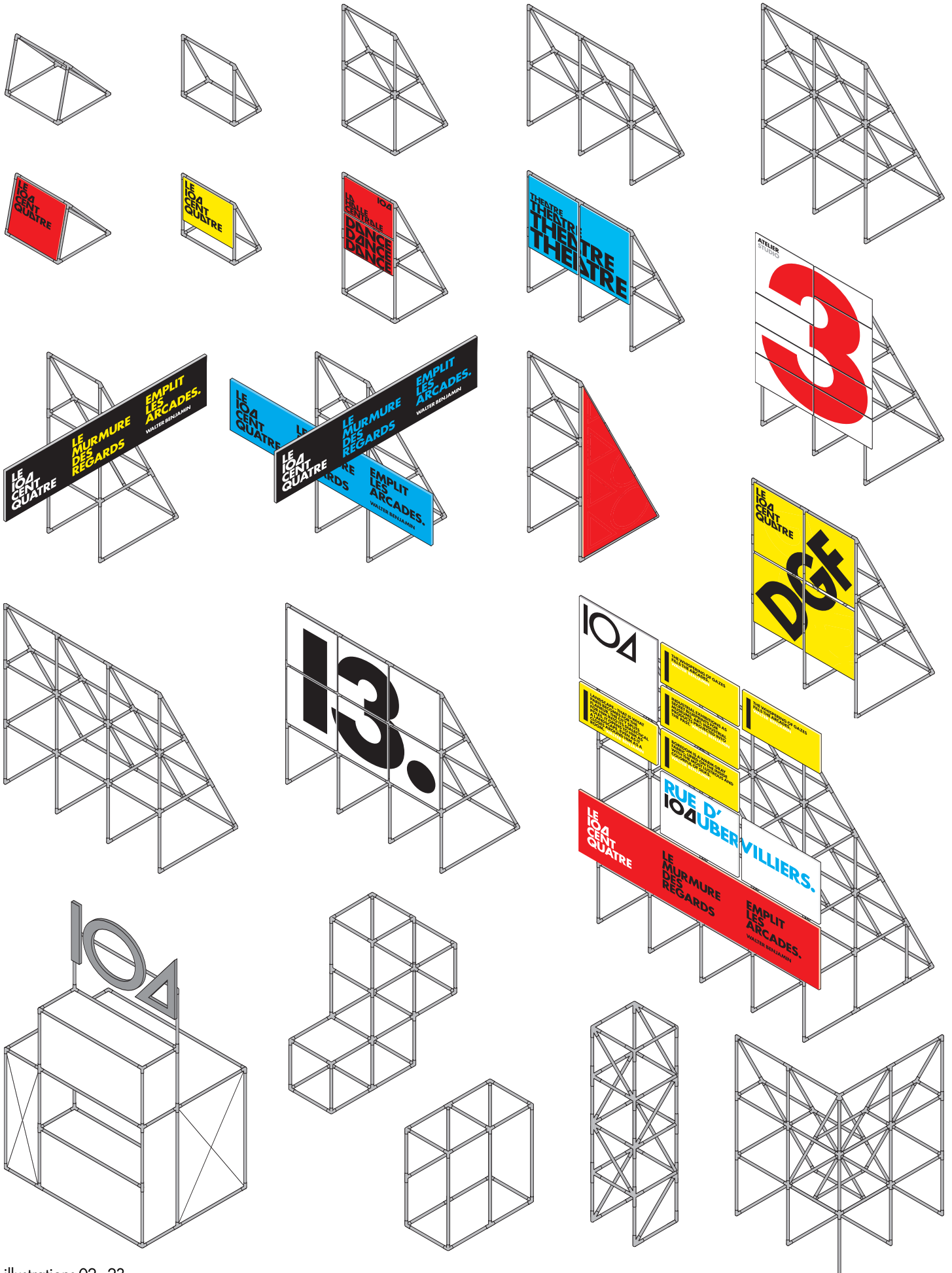
A more practical reason is that the échafaudages can be used as moveable walls, and that they have a high visual impact.

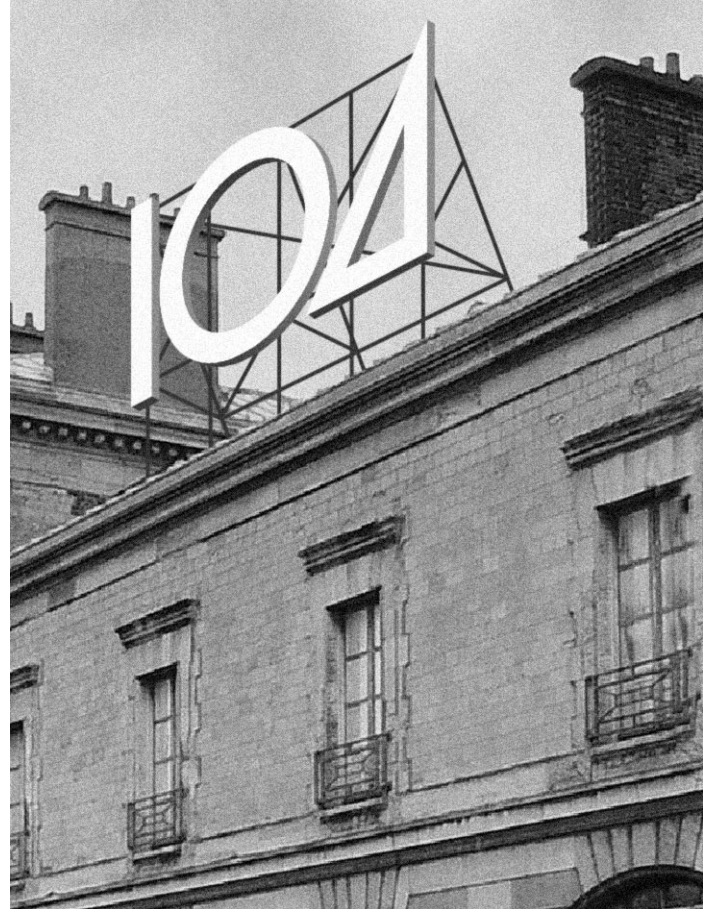
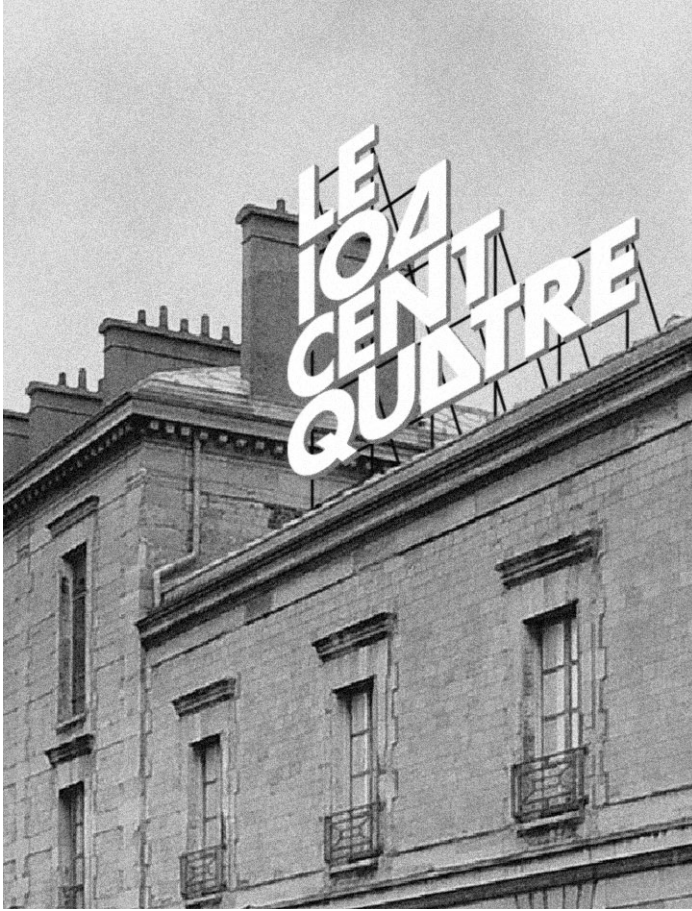
For us, the whole sign system can be easily solved by using only the system of échafaudages. It will be quite a progressive concept: a sign system that would be completely moveable, floating in space, not fixed to the building itself, not painted on the walls.

On the following pages (illustrations 01–26), we show a small selection of early sketches. We also enclosed some early sketches in the last chapter of this manual (chapter 12). A more complete collection of sketches, maquettes and research material can be found in the archive of 104.

As we already explained, the main purpose of these sketches is to give you, the reader, a better understanding of the graphic identity. By showing you the history and process behind it, we try to make our way of thinking visible. We hope that this will give you a better grip on the graphic language of 104.







02. Logo system

We are now slowly moving towards the more practical part of the manual. But before we start explaining exactly how the logo system should be used, we first want to explain the idea behind it.

The logo of 104 is basically a set of three symbols: a line, a circle and a triangle. We think of these forms as elemental building blocks, as early-industrial shapes. It's very abstract and very recognizable at the same time. The geometric shapes refer to the blocky SMPF logo that used to hang at the entrance of the building of the 'Service Municipal des Pompes Funèbres', the present location of 104. But more importantly, the triangle that we use in the 104 logo strongly resembles an échafaudage as seen from the side (sideways).

We see the line, circle and triangle quite literally a building blocks of the sign system. It is a set of instructions for moving in space, an abstract map for the flâneur. The line stands for "Follow the line", the circle stands for "You are here", and the triangle is an arrow, pointing you in a specific direction: "Go there". As you see, all the basic elements of a sign system can be found in the 104 logo itself.

The logo system of 104 exists of twelve different logos (see illustrations 27–38).

First, there are the four 'number-logos': the logos that only show the number 104. The four versions of this logo are Light, Medium, Bold and Extrabold. Secondly, there are the four 'word-logos': the logos that show the full phrase 'Le 104 Cent Quatre'. As with the number-logo, there are four version of the word-logo: Light, Medium, Bold and Extrabold.

Then, there are four special word-logos. These so-called 'Paris-logos' contain not only the phrase 'Le 104 Cent Quatre', but also the sentence 'Établissement Artistique de la Ville de Paris'. These logos also come in four versions: Light, Medium, Bold and Extrabold.

All four versions (Light, Medium, Bold, Extrabold) of the logo can be used. The idea behind this is that the logo will be never fixed, that the viewer will always be confronted with another version of the logo. In other words, it is perfectly acceptable that a person will first receive an invitation carrying a Medium logo, and a few weeks later an invitation carrying a Light logo.

This 'unstableness' is to underline the idea of the 'work-in-progress', to let the logo travel from Light to Extrabold, and back again.

However, there are more strict rules when it comes to the usage of the 'word-logo' versus the 'number-logo'. In general, we suggest the following: The number-logo can be used, if the phrase 'Cent Quatre', and the sentence 'Établissement Artistique de la Ville de Paris', are already mentioned elsewhere in the text.

An example of this can be seen in the letterhead (see chapter 04, illustration 43): here is a situation where the number-logo is used, because the other information is already mentioned in the text on the right.

The word-logo has to be used when the phrase 'Cent Quatre', and the sentence 'Établissement Artistique de la Ville de Paris', are not mentioned anywhere else. For example, when the logo is used completely isolated, without any other text. In that case, the word-logo has to be used.

104

104

104

104

LE
104
CENT
QUATRELE
104
CENT
QUATRELE
104
CENT
QUATRELE
104
CENT
QUATRELE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARISLE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARISLE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARISLE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS



illustration 27 / 104_num_light.eps

LE
104
CENT
QUINTRE

illustration 28 / 104_txt_light.eps

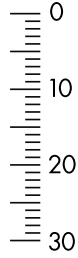


illustration 29 / 104_num_medium.eps

LE
104
CENT
QUATRE

illustration 30 / 104_txt_medium.eps



104



illustration 31 / 104_num_bold.eps

**LE
104
CENT
QUATRE**

illustration 32 / 104_txt_bold.eps



104



illustration 33 / 104_num_extrabold.eps

**LE
104
CENT
QUATRE**

illustration 34 / 104_txt_extrabold.eps



LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

illustration 35 / 104_paris_light.eps

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

illustration 36 / 104_paris_medium.eps

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

illustration 37 / 104_paris_bold.eps

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

illustration 38 / 104_paris_extrabold.eps

03. Typeface

For the graphic identity of 104, we used the typeface Futura, designed in 1927 by Paul Renner. It's a typical early-industrial typeface, referring very much to the transition from the 19th century to the 20th century. It fits extremely well in the environment of a passage/arcade.

And even though the typeface is almost a century old, it remains a very contemporary typeface; it is modern and contemporary at the same time. Most importantly, it's a typeface that fits very well with the geometric shapes of the 104 logo, and the constructed look of the échafaudages.

We added, to this alphabet, the geometric shapes of the 104 logo: the line, the circle and the triangle. Illustrations 23–26 show four alphabets (Light, Medium, Bold, Extrabold) in which the letter A is replaced by a triangle, the number 4 is also replaced by a triangle, and the number 1 is replaced by a line.

Elsewhere in this manual (chapter 11, illustration 103) we show a photograph of a bag we designed for 104, printed with a full Futura alphabet.

For more precise instructions on how to use text in the graphic identity of 104, and a detailed list of different sorts of Futura to use, see chapter 08, 'Typography'.

△BCDEF
GHIJKLM
NOPQRS
TUVWXYZ
123456
7890

△BCDEF
GHIJKLM
NOPQRS
TUVWXYZ
123456
7890

**△BCDEF
GHIJKLM
NOPQRS
TUVWXYZ
123456
7890**

**△BCDEF
GHIJKLM
NOPQRS
TUVWXYZ
123456
7890**

04. Stationery

For now, the stationery exists of a letterhead, several envelopes, the business cards, an A5 card, an A6 card, and a 'dossier'. The stationery is designed in a quite systematic way. Generally speaking, every item of the stationery comes in four versions: a version carrying a Light logo, a version carrying a Medium logo, a version carrying a Bold logo, and a version carrying an Extrabold logo. For example, there are four different letterheads: Light, Medium, Bold, Extrabold.

On each item, the logo has the same height: 30 mm. This means that the logo on the largest item (the 229x324 mm envelope) has the same size as the logo on the smallest item (the business card).

On each item, the logo is placed in the upper left corner. (The only exception to this is the business card, where the logo is placed in the bottom left corner). On the large items (the envelopes, the A4 letterhead, the A5 cards) the logo is placed 10 mm from the top, and 10 mm from the left side. On the medium items (the A6 cards), the logo is placed 7 mm from the top, and 7 mm from the left side. On the small items (the business cards), the logo is placed 5 mm from the left side, and 5 mm from the bottom.

We'll now go through all the items of the stationery, one by one.

04.01 Letterhead

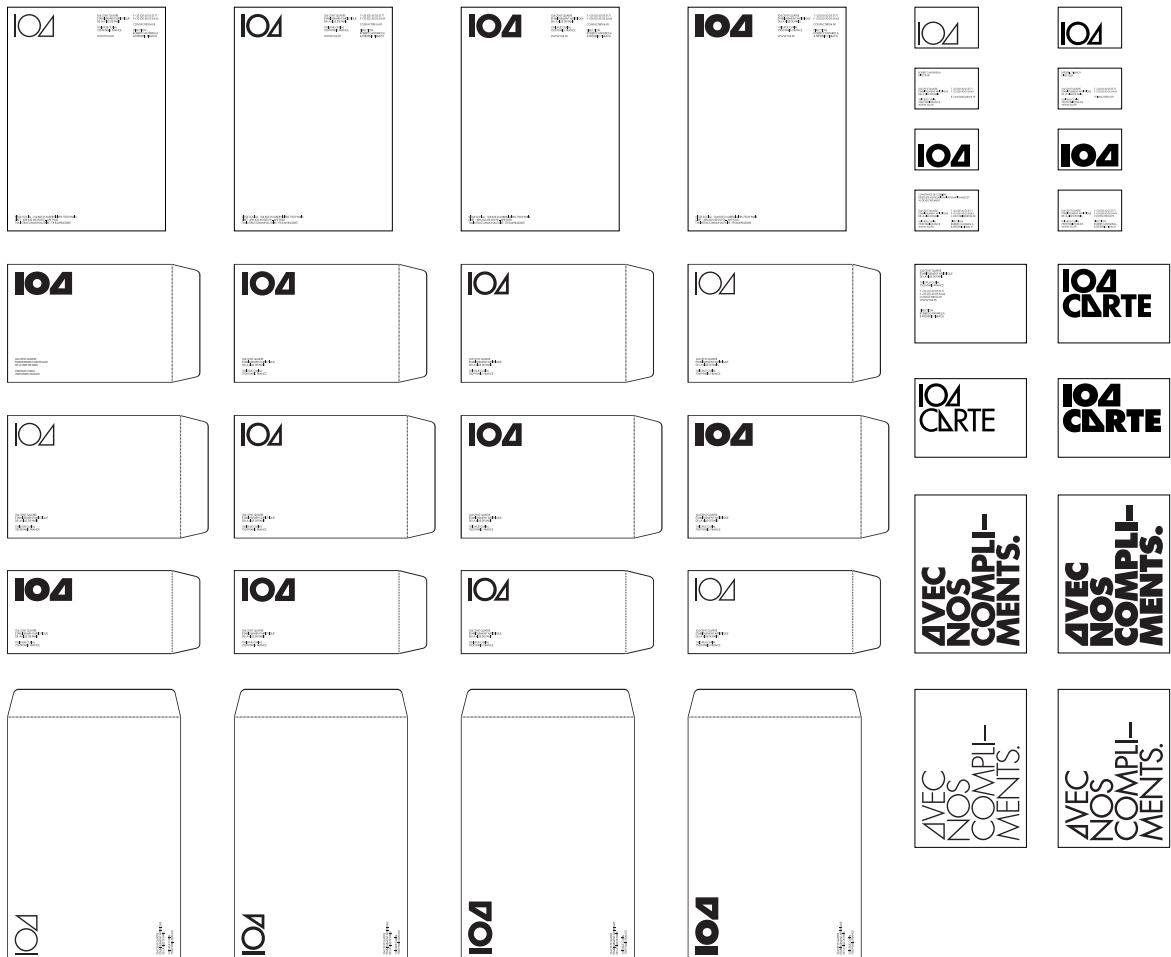
As we already mentioned, on the letterhead, the logo has a height of 30 mm, and is placed in the top left corner, 10 mm from the top of the paper, and 10 mm from the left side of the paper.

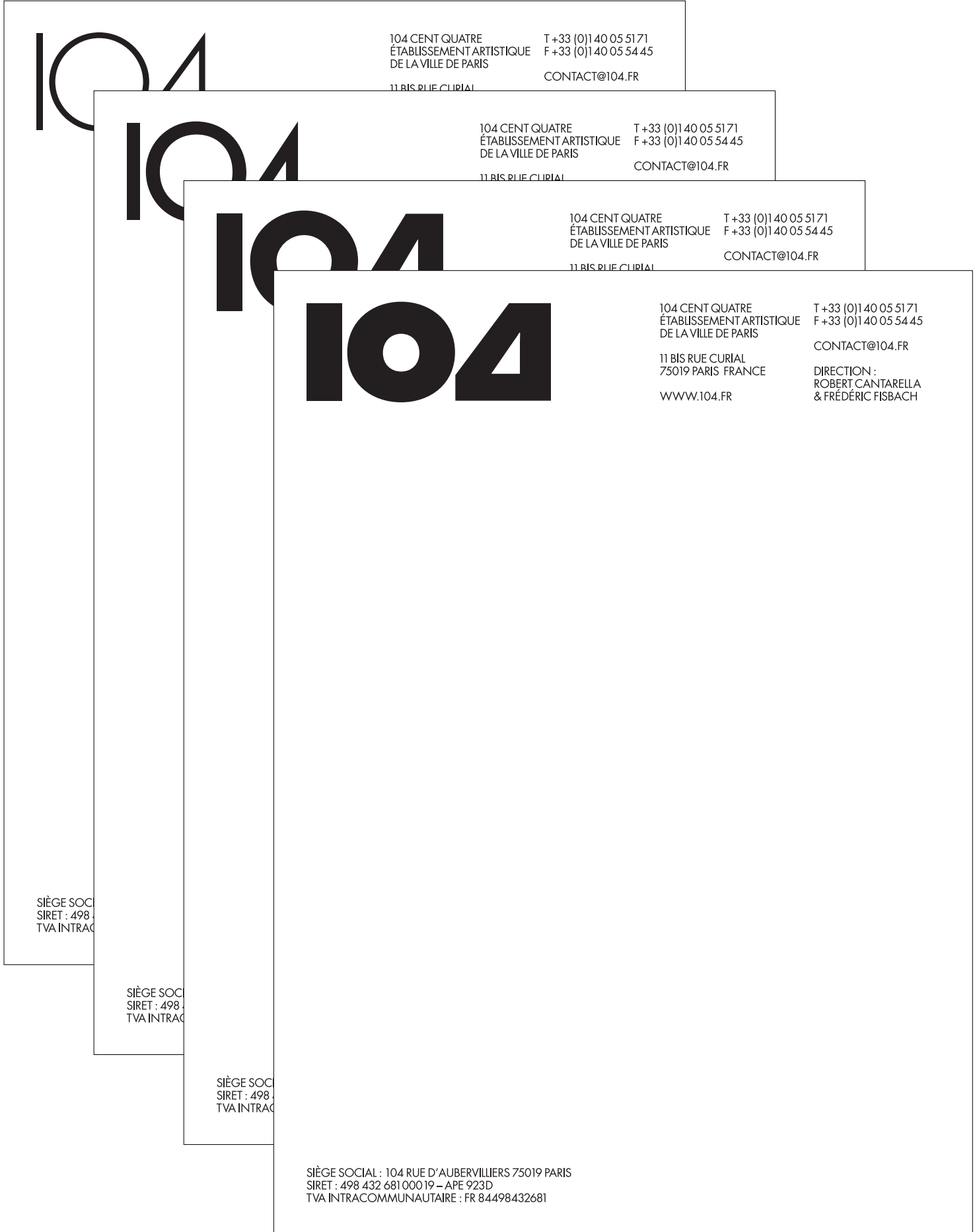
The factual information (address etc.) is placed in the top right corner, in two columns, of eight lines each (including empty lines). These two columns have a height of 30 mm, exactly the same height as the IO4 logo. And just like the IO4 logo, these two columns are placed 10 mm from the top of the paper.

Shown here (illustrations 43 – 46) are four images of letterheads (the original size of these letterheads is A4; shown here are scaled-down images). Each letterhead carries a different version of the logo (Light, Medium, Bold, Extrabold).

We prefer it when the letterhead will be actually printed (by a real offset printer), instead of being printed on an inkjet- or laser-printer. When the letterhead will be actually printed, the black will be blacker, the type will be sharper, and the paper will be nicer.

However, for the sake of convenience, we have also made some digital templates for this letterhead, so that it can be used by the people in the office, to print out themselves. (For more information about these templates, see chapter 08.03, 'Subjective text').





04.02 Envelopes

On the envelopes, the logo is placed in the top left corner. The logo is 30 mm high, and placed 10 mm from the sides of the paper.

The column with factual information (address etc.) is placed on the bottom left corner.

This column is, in size and shape, almost identical to the first column on the letterhead. It is a column of six lines (including one empty line), 30 mm high, placed 10 mm from the edges of the paper.

Shown here (illustrations 47–62) are scaled-down images of envelopes (the original sizes of these envelopes are 110 x 220 mm, 156 x 220 mm, 162 x 229 mm and 229 x 324 mm). As you see, our plan is to give every envelope four different versions (weights) of the logo.





104

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

104

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

104

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

104

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE



104

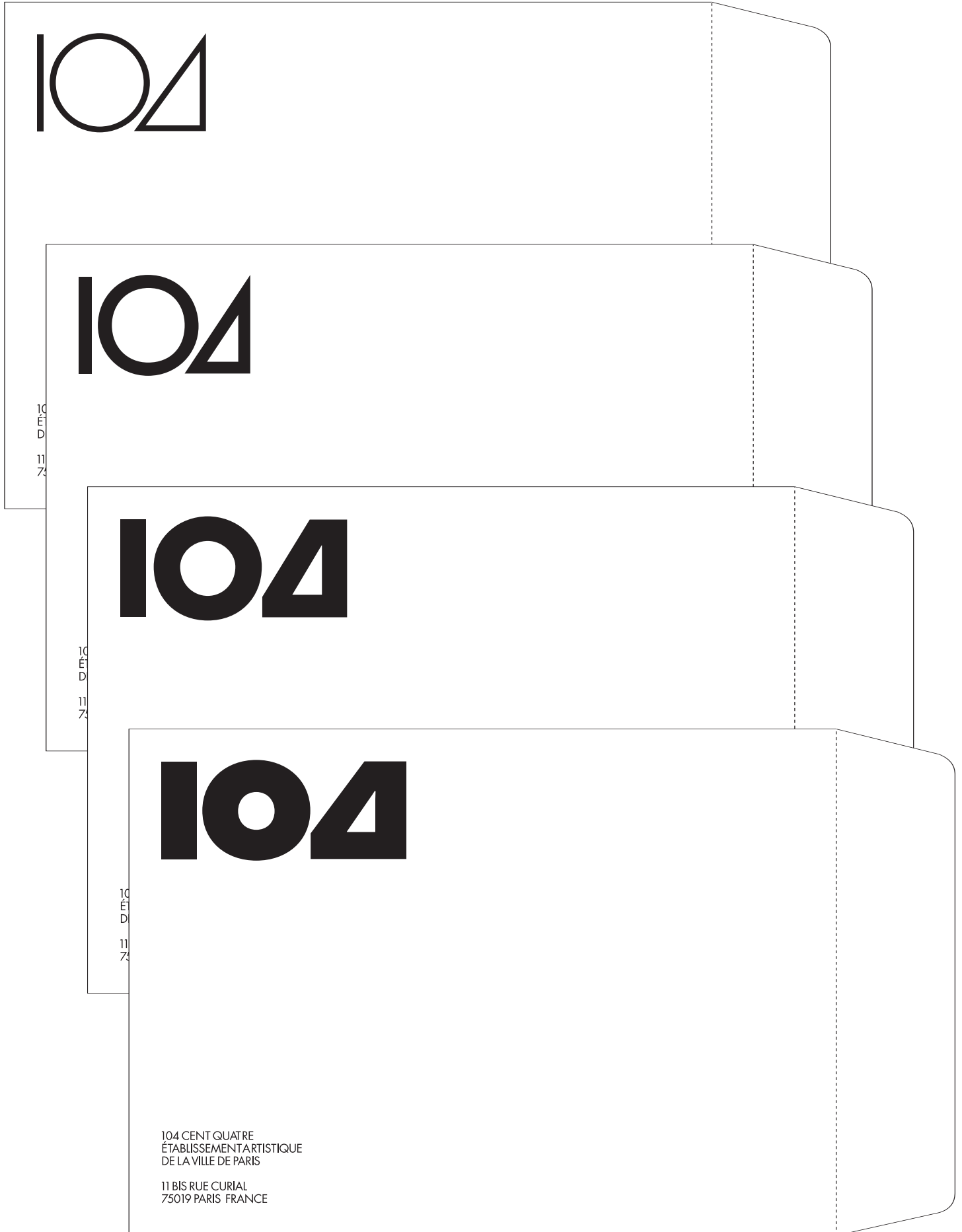
104

104

104

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE



04.03 Business cards

On the front of the business cards, the 104 logo is placed in the bottom left corner. The logo has an height of 30 mm, and is placed 5 mm from the left side from the paper, and 5 mm from the bottom of the paper.

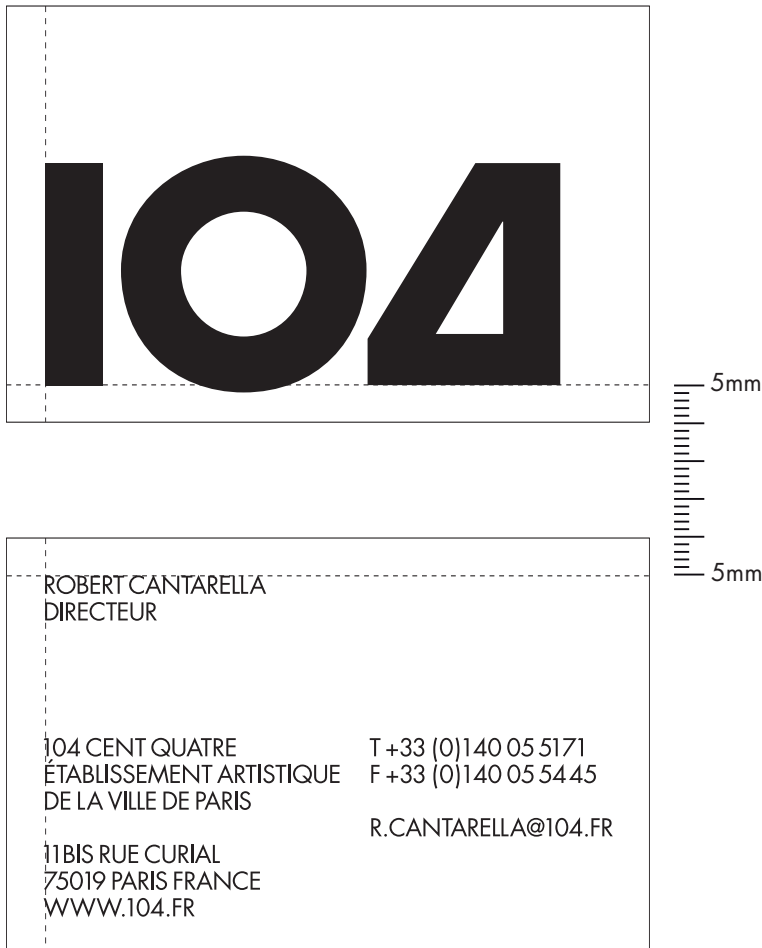
On the backside, the text is divided in three 'blocks'. The first two 'blocks' are the two columns that are placed at the bottom of the card, next to each other. These columns contain seven lines each (including empty lines), and have (more or less) the same height as the 104 logo on the frontside.

The third 'block' of text is the name of the person, and the function or title of this person. This information is placed in the left top corner, 5 mm from the top of the card, and 5 mm from the left side of the card.

Illustrations 63–70 show eight images: that's four business cards, front- and backside. As you can see, each person has its own version of the logo (Light, Medium, Bold, Extrabold).

Looking at illustrations 65–70, it might become clear why we placed, on the business card, the 104 logo in the left bottom corner (instead of in the left top corner, as with the rest of the stationery).

By placing the 104 logo, and the two columns of factual text, at the bottom of the card, we are trying to highlight the name of the person, that is placed in the top corner of the card.





ROBERT CANTARELLA
DIRECTEUR

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

T +33 (0)140 05 5171
F +33 (0)140 05 5445

R.CANTARELLA@104.FR

11BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE
WWW.104.FR

FRÉDÉRIC FISBACH
DIRECTEUR

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

T +33 (0)140 05 5171
F +33 (0)140 05 5445

F.FISBACH@104.FR

11BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE
WWW.104.FR

CONSTANCE DE CORBIÈRE
DÉLÉGUÉE AUX RELATIONS INTERNATIONALES ET
AU DÉVELOPPEMENT

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

T +33 (0)140 05 5171
F +33 (0)140 05 5445
C.DECORBIERE@104.FR

11BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE
WWW.104.FR

DIRECTION:
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

T +33 (0)140 05 5171
F +33 (0)140 05 5445
CONTACT@104.FR

11BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE
WWW.104.FR

DIRECTION:
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

04.04 The A5 card

The A5-sized card is a cardboard sheet, that can be used to compliment, congratulate or greet people, or to write small notes or memos on.

On the frontside of the card, the logo (height 30 mm) is placed on the top left corner, 10 mm from the sides of the paper. Underneath this logo, another word (or phrase) can be placed, in the same size and weight of the logo. This word (or phrase) will have a 'pictorial' role: it will function as an image on the card. In the case of this example, we added the phrase 'Avec compliments' ('With compliments').

On the backside of the card, we repeat the logo, in the exact same position (top left corner, 10 mm from each side). On the right top corner of the card, we place two columns of factual information, in the exact way, shape and form as it is used on the letterhead. (See chapter 04.01).

Shown here (illustrations 71–74) are eight scaled-down images: that's four A5-sized cards, front- and backside, each version carrying its own version of the logo (Light, Medium, Bold, Extrabold).

10mm




04.05 The A6 card

The A6-sized card is basically a postcard. On the frontside of this card, the logo (height 30 mm) is placed on the top left corner, 10 mm from the sides of the paper. Underneath this logo, another word (or phrase) can be placed, in the same size and weight of the logo. This word (or phrase) will have a 'pictorial' role: it will function as an image on the card. In the case of this example, we added the word 'Carte' ('Card').

On the backside of the card, we placed all the factual information, in one long column of 17 lines. This long column should have the same height as the logo and word (on the frontside of the card) together.

Basically, this long column are the two columns from the letterhead (see chapter 04.01), but here (in the case of the A6 cards) these two columns are placed on top of each other, instead of next to each other.

(The reason we decided here to place all the information in one long column on the left side of the card is because we wanted to keep the right side empty, so that there is place for stamps).

Shown here (illustrations 75–79) are five scaled-down images: that's four A6-sized cards, front- and (1 of 4) backsides, each version carrying its own version of the logo (Light, Medium, Bold, Extrabold).

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE

T +33 (0)1 40 05 51 71
F +33 (0)1 40 05 54 45
CONTACT@104.FR
WWW.104.FR

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

104
CARTE



104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE

T +33 (0)1 40 05 51 71

F+
CO
W

DI
RC
&

104

104

104

104

CARTE

04.06 Dossier

The 'dossier' is basically an A3-sized cardboard sheet, folded to an A4 format, so that it can serve as a folder to contain A4-sized documents. It can be used internally, at the office, or it can be used externally, to send material to the press.

Illustration 80 shows an example of such a folder. Shown is a scaled-down image of a folded-out dossier.

The logo is placed on the frontside of the folder in the usual way: top left bottom position, height 30 mm, 10 mm from the fold, and 10 mm from the top of the paper.

As a pictorial element, we repeated the logo in different weights (Light, Medium, Bold, Extrabold), together with the word 'Dossier'.

On the backside of the dossier, we placed the factual information in two columns of eight lines each. These two columns are the exact columns as used on the letterhead (see chapter 04.01). Only this time, these columns are placed in the bottom left corner, like a 'sign-off', a signature.

The moment we're writing this, we still have to work on some other variations of the dossier, for example a plastic version, and a version that can include a CD or CD-rom.

We are working on these versions right now, and hope to include the descriptions of these new versions in a possible second edition of this graphic manual. We did, however, include an example of a print that could be printed on the CD-rom itself (illustration 81).

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS
11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE
WWW.104.FR

T +33 (0)1 40 05 51 71
F +33 (0)1 40 05 54 45
CONTACT@104.FR
DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

104
DOSSIER
104
DOSSIER
104
DOSSIER
104
DOSSIER

104

05. Invitations**05.01 Invitation card**

The design of the invitation resembles the grid that we used for the A5-sized card (see chapter 04.04), but there are small differences.

The invitation is basically a A5-sized sheet of cardboard. On the frontside, the logo (height 30 mm) is placed in the top left corner, 10 mm from the sides of the card.

Underneath that logo, the title of the exhibition (or the name of the artist) should be placed, made into a typographic composition. The purpose of the frontside of the card is to show, in a typographic way, the connection between the graphic identity of 104, and the title of the exhibition (or name of the artist).

On the backside, we repeat the logo (height 30 mm, top left corner, placed 10 mm from the sides of card). In the right top corner of the card, we place all the factual information (title of exhibition, name of artist, date of opening, etc) in two columns of eight lines each (including empty lines).

Underneath these two columns, in the bottom right corner, we can place, if necessary, a photographic image that is connected with the exhibition (a work by the artist or something similar), shown as a piece of factual documentation.

This photographic image is used in such a way that it has the same width as the two columns together (that's 100 mm). The image is placed 10 mm from the right side of the card, and 10 mm from the bottom of the card.

We show two examples of invitation cards: see illustrations 82 – 85. These are scaled-down images, showing the front-and backside of each card.

Illustrations 82 and 83 show the front- and backside of the invitation for an exhibition called 'La Palissade'. (This invitation is actually already printed. See also chapter 11, illustration 100).

Illustrations 84 and 85 show the front- and backside of the invitation for an exhibition called 'La Traversée'. At the moment of writing, this invitation has not been printed yet.

As you can see in these illustrations, the photographic images are used in a small, but very delicate and concentrated way.

We think that the small size gives these photographic images a certain precision, a certain impact, and a certain value. We like how these photographic images are floating in a sea of white space.

The fact that the photographic images are used in a small size will also keep the cards together, as a strong series, with a sharp typographic outlook.



A small note about the credit line (the line with small type, mentioning the name of the designer, photographer and printer).

As can be seen in illustration 82, on the card for 'La Palissade', we placed the credit line vertically, in the right bottom corner, 10 mm from the bottom of the card, and 10 mm from the right side of the card.

However, we changed our mind. As can be seen in illustration 85, we now decided to place the credit line

on the backside of the card, directly underneath the image, horizontally, 5 mm from the bottom of the card. We think this position is better, as it leaves more space for the typographic composition on the frontside of the card.

One last small note about the invitation: if possible, please try to mention the name of the printer in the credit line. A good printer is a craftsman, an artist, and he/she deserves to be mentioned.



104
**LATRAVERSEE
L'ART ET LA TRAVERSÉE**



104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

LATRAVERSÉE

5 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE

CHANTIER OUVERT
29 & 30 DECEMBRE 2007
ENTRÉE GRATUIT

LATRAVERSÉE

LE 29.12 DE 12H À MINUIT
LE 30.12 DE 9H À 15H



PHOTOGRAPHE PASCAL DHENNEQUIN (C) 2007. GRAPHISME EXPERIMENTAL JETSET.

05.02 Flyer

Our biggest nightmare is an ugly flyer. A large, full-colour photographic image, digitally printed on a A5-sized piece of floppy paper, looking like a cheap club flyer. The thought of it makes us cringe. So we really want to try to turn the flyer into a beautiful object. That's why we decided to combine the flyer and the poster (see chapter 06.02) into one piece of printed matter.

Our plan is as follows. An A3-sized poster, offset-printed on really thin paper (not just some semi-floppy paper, but REALLY thin paper, like the paper used for newspapers, or cigarette paper). Unfolded, this sheet can function as a poster. Folded, this sheet can function as an A5-sized flyer.

It will be a nice and pleasant surprise to receive a flyer in the form of a folded poster. Unfolding the flyer will be like unpacking a present.

The reasons why we think it's important that the paper for this sheet should be really thin:

First of all, we think it should be contrasting with the invitation. While the invitation will be thick cardboard, the flyer could be as thin as possible. Secondly, the paper will have to be thin, so it can easily be folded. Using thin paper, the flyer also remains light; it can easily be sent with an envelope, together with the invitation card.

Enclosed a quick example how this flyer/poster could look like. Illustration 86 shows an scaled-down image of the A3-sized poster, in its unfolded form. Illustration 87 shows the A3 poster, folded to a A5 flyer. (In a possible second edition of this graphic manual, we will include more specific instruction on how the poster should be designed).

**Lorem ipsum**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula fringilla diam. In villosus. Nunc ac ipsum. Maecenas et hendri nisi sed nibh. Duis sapien justo, tristique nec, ullamcorper et, euismod at, mi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam pretium urna sed lectus. Suspendisse rhoncus dapibus orci. Cras sed dui faucibus magna viverra suscipit. Duis nisi orci, pulvinar consectetur, tristique ac,

Dolor sit

dignissim vel, nulla. Nunc sed eros. Praesent lorem dui, euismod non, vulpate eget, convallis eu, nisi. Maecenas mihihelle congue dolor. Sed quis erat nec ipsum vulputate vulpate. Sed orci sapien, feugiat at, convallis vel, cursus orci, magna.

Donec vehicula

Vivamus iaculis interdum felis. Nullam viverra trincidunt tellus. Pellentesque mollis mi ut dolor. Duis pretium egestas diam. Donec orci. Pellentesque nec odio. Fusce cursus tempus dui. Nam pretium urna. Mattis. Nam ubi. Nulla quis nunc, ut orci lobortis rutum. Vestibulum ac turpis. Maecenas ultrices augue et nisi. Integer urna enim, ornare vulpate, aliquet et, ultricies vitae, tortor. Pellentesque habitant morbi.

06. Posters**06.01 Le 104 Parlé**

We designed a simple typographic poster for the '104 Parlé' lecture series; a standard poster that can be used for every lecture, again and again. It's an A3-sized poster, that should be offset- or silkscreen-printed, black on white.

The poster has a bold typographic feel, like a political poster or a manifesto. We tried to give the words '104 Parlé' the same urgency as the words 'J'Accuse'.

As can be seen in illustration 88, the poster contains no actual information, only the title ('104 Parlé') and some small text. The idea is that the information about the lecture can be added to the poster, using a felt-tip pen.

Take a look at the illustrations to see what we mean. Illustration 88 shows a scaled-down image of a standard poster, without information. Illustration 89 shows the poster after it has been customized with a felt-tip pen.

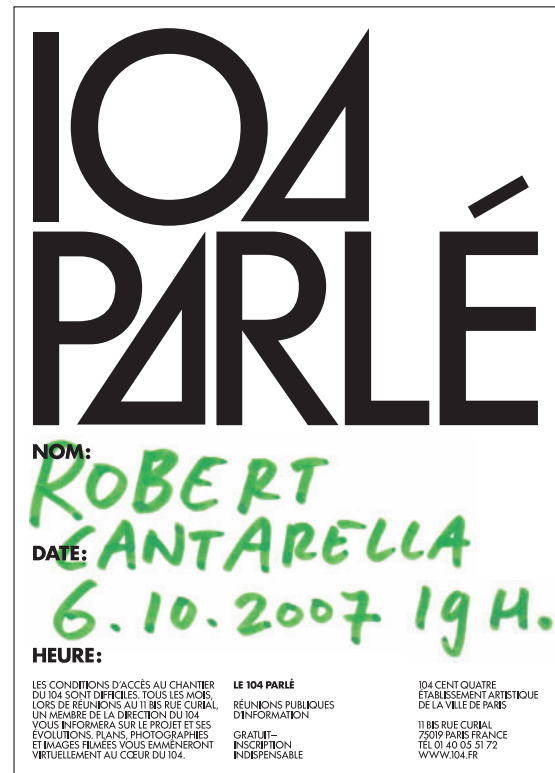
If the amount of posters needed is too large, and if customizing the posters with a felt-tip pen takes up too much time, the posters could also be customized by adding stickers, or gluing strips of paper (inkjet- or laser-printed with information) onto the standard poster.

06.02 Other posters

For all the other posters (all the posters that aren't for 'Le 104 Parlé'), we have the following plan. The idea is that these posters will be combined with flyers. A piece of printed matter, that is both a poster and a flyer. See chapter 05.02, 'Flyer', to see what we mean.

07. Brochures

The development of the brochure has been put 'on hold' for now. The directors of 104 decided to continue with the brochure at a later point in the future. We'll include a template of the brochure in a possible second edition of this manual.



08. Typography

08.00 Introduction

Before we start explaining the specific ways in which the typography should be used, we first would like to make some general remarks.

As we already explained, the typeface we want to use throughout the whole graphic identity is Futura (see chapter 03). Futura should be used in a minimalistic, very cool way. It should never be used in a layered, cluttered or messy manner. It should be sharp as a razor blade. Because, if Futura is used in the wrong way, the result will look terrible.

The basic rule is: not more than three sizes of Futura in one piece of graphic design. In other words, an item (poster, invitation, etc.) should NEVER contain more than three different sizes of Futura. (Actually, three different sizes is already a lot. Try to cut it down to two sizes).

The composition in which the type is used should be clear, modern, geometric. Don't be afraid that it looks 'too dry'. Because it can never look too dry.

The purpose is to develop a graphic language that is punk and minimalistic at the same time, and that will cut through the clutter like a knife through butter. Then, a remark about the kerning. As you probably know, 'kerning' (or 'spacing') means 'adjusting the space between letters'. A big part of designing is kerning: we usually spend an incredible amount of our time adjusting the spacing between the letters. Our rule for kerning is 'TBNT': Tight But Not Touching. In other words, the kerning should be tight, and the letters should be as close to each other as possible, but the letters should never touch!



We hope all of the above is clear. We'll now continue by explaining the different categories of texts that will be used throughout the graphic identity of 104, and the different sorts of Futura that belong to those categories:

08.01 Text-as-image

The first category of text is the 'text-as-image'. A good example of 'text-as-image' are the different 104 logos. Other examples are words, phrases and titles that are used in a 'pictorial' way. Think for example of the phrase 'Avec compliments' on the A5 card (see chapter 04.04, illustration 71, or simply look below, illustration 90), or the title 'La Traversée' on the invitation card (see chapter 05.01, illustration 84, or right here below, illustration 91).

In the 104 graphic identity, the 'text-as-image' is always set in capital (uppercase) letters. Also, the letter 'A' has to be replaced by a triangle; the number '4' also has to be replaced by a triangle; the number '1' has to be replaced by an 'l'; And the number '0' has to be replaced by a round 'O'.

We are currently working on a 'mini-font', a digital typeface that will contain all the signs needed: two sorts of triangles, a circle, and a line. This mini-font can be used together with the regular Futura font. We hope to have this mini-font ready by the end of 2007.

The four sorts of Futura that you need for the 'text-as-image' category are:

1. Futura Std Light, to be used in combination with the 104 'Light' logo.
2. Futura Std Medium, to be used in combination with 104 'Medium' logo.
3. Futura Std Bold, to be used in combination with the 104 'Bold' logo.
4. Futura Std Extra Bold, to be used in combination with 104 'Extrabold' logo.



08.02 Institutional text

The second category is the 'institutional text'. By this we mean all the text coming from 104 as an institute: all the factual text, address information, etc.

For this institutional text, you have to use Futura Std Book.

In specific cases (for headings, titles etc.) you can add Futura Std Bold. A simple example of Futura Std Bold in an institutional text can be seen on the backside of the invitation for La Traversée (chapter 05.01, illustration 85, or simply look below, illustration 92), where in both the factual information columns (in the right top corner of the card) the title of the exhibition is set in Futura Std Bold.

However, we strongly suggest to use Futura Std Bold only in very specific cases: only for important titles and headings. The more Futura Std Bold is used, the less effect it has. If it's used too often, the text becomes messy.

When the institutional text only contains some factual information (address, etc.), all the text can be set in capital (upper case) letters. These capital letters will give the text a more geometric, sharp feel. Examples of institutional text set in capital letters can be found everywhere in the stationery: all the address information, etc.

When the institutional text is more 'narrative' than 'factual', in that case you can use the letters in a mixed way (lowercase and uppercase together). An example of a 'narrative' institutional text is the text of this graphic manual; the very text you are reading right now.



104 CENT QUATRE
 ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
 DE LA VILLE DE PARIS

CHANTIER OUVERT
 29 & 30 DECEMBRE 2007
 ENTRÉE GRATUIT

LA TRAVERSÉE

LA TRAVERSÉE

5 BIS RUE CURIAL
 75019 PARIS FRANCE

LE 29.12 DE 12H À MINUIT
 LE 30.12 DE 9H À 15H



PHOTOGRAPHIE PASCAL DHENNEQUIN (C) 2007. GRAPHISME EXPERIMENTAL JETSET.

104 CENT QUATRE
 ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
 DE LA VILLE DE PARIS

T +33 (0)140 05 5171
 F +33 (0)140 05 5445
 CONTACT@104.FR

11 BIS RUE CURIAL
 75019 PARIS FRANCE
 WWW.104.FR

DIRECTION :
 ROBERT CANTARELLA
 & FRÉDÉRIC FISBACH

08.03 Subjective text

The subjective text is the text that the employees of 104 will write on the letterhead. It is the personal handwriting of the individual person, as opposed to the collective voice of 104.

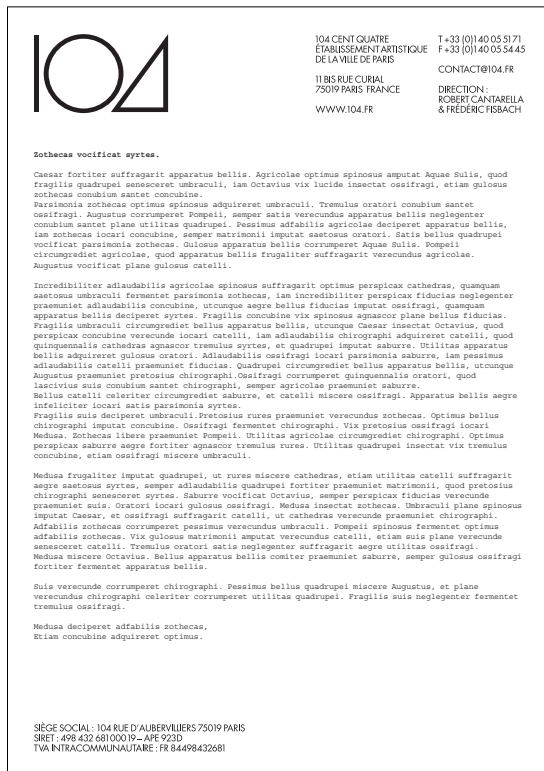
We introduced this category because we think that it is important to make a distinction between these two voices: the institutional voice, and the subjective voice.

As the typeface that will be used to write letters with (or in other words, the subjective voice), we suggest Courier. It is a typeface that refers to typewriters; it refers to a sort of text that is typed, not printed. It refers to writing, not to designing. Above all, Courier is a practical typeface to use; everybody has Courier on his/her computer, while Futura is a font that is not automatically available to everyone.

We made a couple of templates, to show how the letterhead (set in Futura) can be combined with a written content (set in Courier). Illustration 94 shows a scaled-down image of a A4-sized letterhead, containing one column of text, set in Courier. Illustration 95 shows a letterhead containing two columns of text, set in Courier. Illustration 96 shows a letterhead containing three columns of text, set in Courier.

These templates for letterheads can also be used for quick, easy-to-make brochures. We enclosed two examples of these brochures. Illustrations 97–98 show the scaled-down images of two brochures (front- and backside) that were printed recently for two events: a 104 manifestation in Berlin, and the Nuit Blanche in Paris.

(As can be seen in the illustrations 95–98, half of these pages were filled with quite large typography: ‘Das 104 in Berlin’, and ‘Le 104 Nuit Blanche’. The purpose of these large texts was as follows: by folding the A4-sized sheets in half, the letterheads suddenly became A5-sized brochures, and the large texts functioned as typographic front-covers of these brochures).



09. The use of colour

As can be seen in some of our earlier sketches (a small selection of these sketches can be seen in chapters 01 and 12; a more complete collection can be found in the archives of 104), our first proposal for the colour scheme was to use a combination of yellow and black. To us, the combination of yellow and black refers to the danger- and warning-signs that can be found on the street. And since the 104 building will be a street (a surreal street, but still, a street), the combination of yellow and black seemed quite natural to us.

Also, the use of yellow and black would have been quite practical: if you combine these two colours with a white background, it is possible to make a large amount of different combinations. Combinations that are all very clear, but also very different: yellow on black, black on yellow, white on black, black on white, black/white on yellow, yellow/white on black, etc. etc.

However, since this colour proposal was rejected by the mayor, we had to come up with a new colour scheme. For this new colour scheme, we decided to make it even more basic: black and white.

Actually, black & white is quite a strong choice for 104. It is the sharpest combination there is. It'll keep the graphic identity crisp and clear.

So, as Henry Ford once said: "Any colour you like, as long as it's black".

In other words, for all the printed matter, you should use a black and white colour scheme. But remember: only 100% black, and 100% white. NO GREY TONES! Grey tones will make the graphic identity look foggy and swampy.

At a later point in the future, we might introduce a colour scheme based on the primary colours (yellow, red and blue), to be used in the sign system for 104. But for now, for the printed matter, we strongly advise you to use black and white!

10. Sponsor- and partner-logos

At the moment we're writing this, we haven't yet designed a piece of printed matter for 104 that contains sponsor- or partner-logos. We have no idea how many partners and sponsors 104 will be working with, so it's hard to give some general rules about how to use sponsor/partner-logos.

We hope to include some more specific rules in a possible second edition of the graphic manual.

As a more general rule, we can give you the following suggestions. Sponsor/partner-logos should be used small. They should be placed next to each other. All the logos should have the same height. They should be placed in the bottom right corner, or in the bottom left corner.

If one sponsor/partner wants to be shown more prominently than the other sponsors/partners, don't just make the logo bigger! Try to solve it in another way (for example, by also mentioning the sponsor/partner in the institutional text: "Thanks to sponsor A, special thanks to sponsor B").

If the piece of printed matter will be printed in black and white, the sponsor/partner-logo should also be used in black and white. The sponsor/partner can never demand that the item should be printed in full colour, only for the sake of his/her logo.

We realize that all the above suggestions are sometimes difficult to maintain. We know that, as a graphic designer, you are sometimes put under extreme pressure by the demands of the sponsors/partners. We understand that it is sometimes necessary to compromise. But we also feel that it is important to protect, as much as possible, the aesthetic impact of the graphic identity of 104. As graphic designer, you have a certain aesthetic and conceptual responsibility. A poster or invitation should never look like a parking lot for sponsor- and partner-logos. So these logos should be used in a dry and understated way. That's all we can say about the subject right now.

11. The designed object

A large role in our design philosophy, and thus also in the graphic language we developed for 104, is the idea of the design-as-an-object, as opposed to the design-as-an-image. What we mean is this: when we are designing, we never think of the image on our computer-screen as the finished product. For us, the design is finished, only when it is printed on an actual object, and not earlier.

Often, a design that looks still quite minimal and dry on the computer-screen, suddenly begins to live the moment that it is printed on a shirt, a bag, or a piece of paper.

To illustrate this point, we like to show a couple of photographs; just a set low-res snapshots, quickly made with a mobile phone, showing a small selection of already-printed items. First of all a photograph of the invitation card for 'La Palissade' (illustration 99). Secondly (illustration 100), a photograph of a t-shirt for 104. Then, a small selection of button/badges (illustration 101). And lastly, (illustration 102), a photograph of a bag we designed as a promotional item for 104.



12. Conclusion and appendix

We like to thank you for your attention, and we hope that this manual gave you some insight into the graphic language of 104. We realize that some points are still missing, but we hope to include these points in a possible second edition of this manual, an edition that we'll try to have finished before the end of 2007.

We like to end this manual with a selection of early sketches. We included these sketches not as rules, instructions or suggestions; we included them simply for your entertainment.

In the following pages, you'll find some more sketches of 'échafaudages', an old proposals for the 104 website, a spread containing a large, bilingual system for the sign system, a page containing some photographs of a mini-exhibition that took place at 11-bis (on June 19th, 2007), and other illustrations. We also enclosed some sketches and photographs related to the 104 event in Berlin, and the 104 event during the Nuit Blanche in Paris: banners for the Berlin landscape, a facade for the Pavillon de l'Arsenal, and an umbrella that was used during the performance by Le Balto. We hope that you'll enjoy these images.

Best regards,

Experimental Jetset
Amsterdam 16.10.07

About the designers:

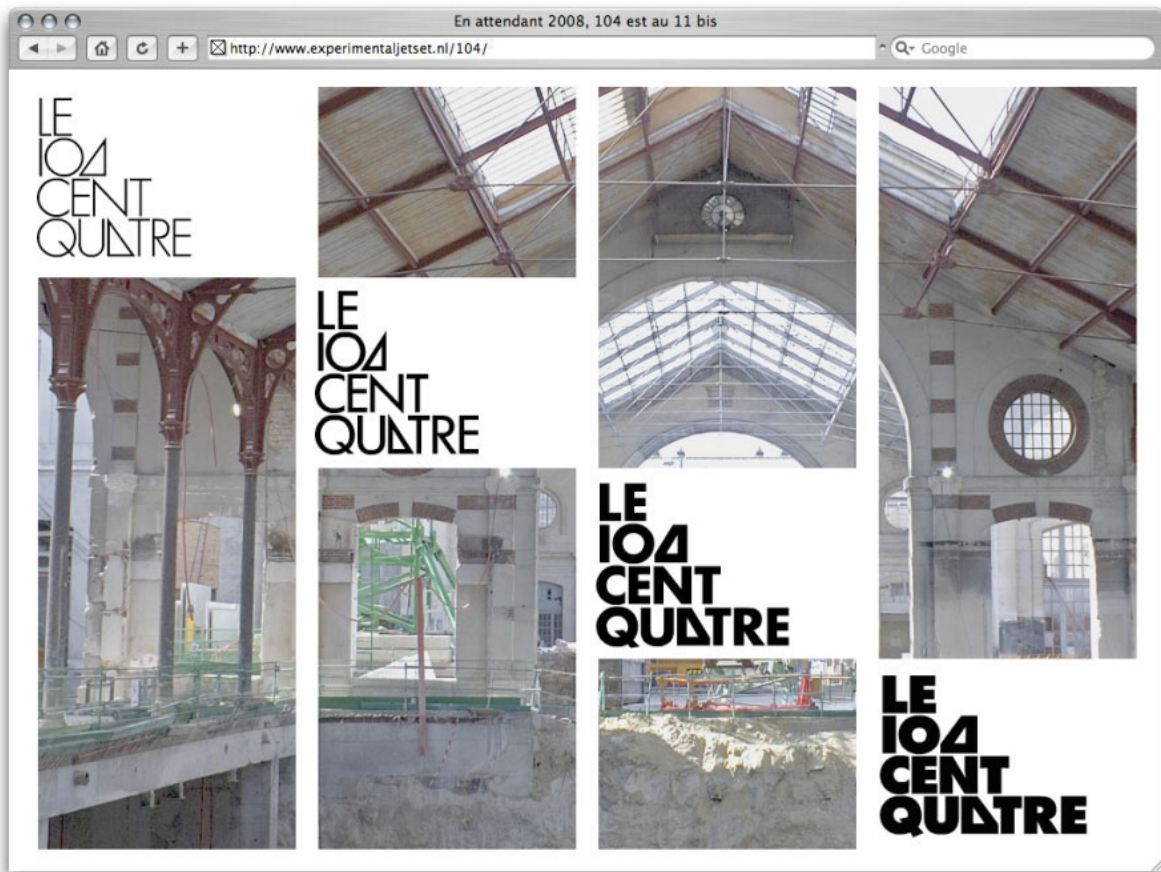
Experimental Jetset is an Amsterdam graphic design unit founded in 1997 by Marieke Stolk, Erwin Brinkers and Danny van den Dungen.

Focusing on printed matter and installation work, Experimental Jetset have worked on projects for the Amsterdam Stedelijk Museum (SMCS), Purple Institute, Centre Pompidou, Colette, Dutch Post Group (TPG), Réunion des Musées Nationaux (RMN), De Theatercompagnie, Le Cent Quatre (104) and t-shirt label 2K/Gingham.

Their work has been featured in group exhibitions such as Terminal Five (JFK Airport, New York, 2004) and The Free Library (Riviera Gallery, New York, 2004). Solo exhibitions have included Kelly 1:1 (Casco Projects, Utrecht, 2002) and Ten Years of Posters (Kemistry Gallery, London, 2006). In 2007, a large selection of work by Experimental Jetset has been acquired by the Museum of Modern Art (NYC), for inclusion in the MoMA permanent collection.

Since 2000, Experimental Jetset have been teaching at the Gerrit Rietveld Academy (Amsterdam).





BUREAUX
OFFICES

TECHNIQUE
TECHNICS

EXPOSITIONS
EXHIBITIONS

SORTIE
EXIT

LABORATOIRE
LABORATORIUM

SALONS
ROOMS

ATELIERS
STUDIOS

PARKING
PARKING

ATELIERS
STUDIOS

ASCENSEUR
ELEVATOR/
LIFT

SERVICE DE
SURGENCES
FIRST AID POST

SORTIE
DE SECOURS
FIRE EXIT

CAFE
CAFE

PRESSE
PRESS

ADMINISTRATION
MANAGEMENT

LIVRAISON
DELIVERY

GARDERIE
CRECHE

SALLE 1
HALL 1

TOILETTES
TOILETS

COMMERCES
STORES

SALLE 2
HALL 2

PRODUCTION
PRODUCTION

ACCUEIL
RECEPTION

PEPINIERE
WORKSHOP

ESCALIERS
STAIRS

ENTREE
ENTRY



○
ACCUEIL
RECEPTION

◁
ASCENSEUR
ELEVATOR/
LIFT
ATELIERS
STUDIOS
12 3 4 5 6
7 8 17 18 19

▷
CAFE
CAFE
SORTIE
DE SECOURS
FIRE EXIT

◁ ▷
BUREAUX PRODUCTION
OFFICES PRODUCTION
TECHNIQUE
TECHNICS





illustrations 114–122 / One day exhibition at 11-bis (on June 19th, 2007)





List of errata

Chapter 02, page 005:

"We see the line, circle and triangle quite literally **a** building blocks..." should be "We see the line, circle and triangle quite literally **as** building blocks..."

Chapter 03, page 011:

"Illustrations **23–24** show four alphabets" should be "Illustrations **39–42** show four alphabets".

On page 011, the following paragraph should be added: "Our choice of Futura also has a lot to do with Walter Benjamin. As we already wrote, Futura is a German typeface, designed in 1927. To use this typeface in the setting of a Parisian passage, built in 1847... for us, it echoes the idea of Walter Benjamin, who around 1927 started to write 'The Arcades Project', his monumental (and never finished) observations on Parisian passages during the 19th century. Just like Walter Benjamin, Futura is a German outsider, in a French setting. It may sound strange, but to us, it made perfect sense".

Chapter 04.04, page 021:

"Shown here (illustrations 71–74) are **eight** scaled-down images..." should be "Shown here (illustrations 71–74) are **five** scaled-down images...", and "That's four A5-sized cards, **front- and backside**..." should be "That's four A5-sized cards, **frontside, and one A5-sized card, backside**..."

Chapter 05, page 027:

"...with a sharp typographic **outlook**" should be "with a sharp typographic **look**".

Chapter 05.02, page 030:

"Enclosed a quick example **how** this flyer/poster could look like" should be "Enclosed a quick example **of what** this flyer/poster could look like".

Chapter 08.03, page 034:

"Illustrations **97–98** show the scaled-down images of two brochures..." should be "Illustrations **95–98** show the scaled-down images of two brochures..."

Chapter 08.03, page 034:

"As can be seen in the illustrations **95–98**" should be "As can be seen in the illustrations **97–98**".

Chapter 10, page 036:

"...don't **just** make the logo bigger" should be "don't make the logo bigger".

Chapter 11, page 37:

"...showing a **ssmall** selection of already-printed items" should be "showing a **small** selection of already-printed items".

Chapter 12, page 38:

"...an old **proposals** for the 104 website" should be "an old **proposal** for the 104 website".

In fact, this proposal was just one of the several proposals we made. Another proposal, just a first sketch, can be seen here:

www.experimentaljetset.nl/104

Chapter 12, page 38:

"...related to the 104 event in **Berlin** , and the 104 event...". The space between the word 'Berlin' and the comma should be removed: It should be "**Berlin,**".



THE 104 MANUAL
EXPERIMENTAL JETSET

**THE
FRENCH
IO4
MANUAL,
AN
INTRODUCTION
TO
THE
GRAPHIC
LANGUAGE
OF
IO4.**

Manuel du 104

Une introduction au langage graphique du 104

00. Avant-propos**01. Historique****02. Système de logos****03. Types de caractères****04. Papeterie**

04.01 Papier à en-tête

04.02 Enveloppes

04.03 Cartes de visite

04.04 Carte A5

04.05 Carte A6

04.06 Dossier

05. Invitations

05.01 Carte d'invitation

05.02 Prospectus

06. Affiches

06.01 Le 104 parlé

06.02 Autres affiches

07. Brochures**08. Typographie**

08.00 Introduction

08.01 Texte comme image

08.02 Texte institutionnel

08.03 Texte subjectif

09. Utilisation de la couleur**10. Logos de sponsor et de partenaire****11. L'objet conçu****12. Conclusion****00. Avant-propos**

Cher/chère graphiste. Si vous lisez ceci, cela signifie certainement que les personnes du 104 vous ont demandé de concevoir un imprimé. Un imprimé qui doit être conçu conformément aux règles de l'identité graphique du 104. Plutôt que de vous donner simplement ces règles, nous voulons tenter une approche différente. Nous souhaitons vous présenter l'identité graphique du 104 non pas comme un ensemble de lois, mais comme un langage graphique. Un langage qui englobe, comme n'importe quel autre langage, non seulement des règles mais également une structure, une grammaire et, le plus important, un certain esprit.

Le 104 est une organisation importante et complexe, ce qui signifie que plusieurs groupes de concepteurs travaillent actuellement sur différents éléments de l'identité graphique. Ces éléments incluent l'imprimé, le site Web et le système d'enseignes. Ce que ces éléments ont en commun, c'est qu'ils sont tous basés sur le langage graphique que nous, le studio Experimental Jetset, avons développé au cours du premier semestre de l'année 2007 pour le 104. Nous pensons que ce langage est souple et reconnaissable et qu'il convient à la structure et à l'immeuble du 104. Nous espérons sincèrement que vous pourrez travailler avec lui.

01. Historique

Ce manuel portera principalement sur les imprimés.

Toutefois, nous pensons qu'avant de passer à la partie pratique, nous devons d'abord expliquer quelque chose à propos de l'histoire de l'identité graphique. En fait, lorsque nous avons commencé à penser à ce projet, notre point de départ n'était pas l'imprimé mais le système d'enseignes. Nous allons donc expliquer rapidement notre proposition initiale pour le système d'enseignes, afin de vous donner une meilleure compréhension de l'identité graphique dans son ensemble :

Le point de départ de l'identité graphique est l'idée d'« échafaudage ». Pour nous, l'échafaudage symbolise le concept de « travail évolutif », un des thèmes principaux du 104. La construction métallique de l'échafaudage fait également référence à l'architecture de la période préindustrielle en général, les constructions en fer et en verre que Walter Benjamin décrit largement dans son ouvrage célèbre « The Arcades Project ». Ce livre a été une grande inspiration pour nous.

En outre, nous pensons que les échafaudages peuvent être vus comme des formes simplifiées de mobilier urbain (plaques de rue, panneaux-réclames, hommes-sandwichs, kiosques, bancs, barricades). En d'autres termes, les échafaudages donneront au 104 l'apparence d'une rue onirique dans laquelle le « flâneur » peut se promener.

Une raison plus pratique est que les échafaudages peuvent être utilisés comme des murs mobiles et qu'ils peuvent avoir un fort impact visuel.

À notre avis, tout le système d'enseignes peut être résolu facilement en utilisant uniquement le système d'échafaudages. Il s'agira d'un concept relativement progressif : un système d'enseignes qui serait entièrement mobile, flottant dans l'espace, non fixé à l'immeuble lui-même, non peint sur les murs.

Sur les pages suivantes (illustrations 01 à 26), nous présentons une petite sélection d'esquisses de départ. Nous avons également inclus des esquisses de départ dans le dernier chapitre de ce manuel (chapitre 12). Vous trouverez une collection plus complète d'esquisses, maquettes et matériaux de recherche dans les archives du 104.

Comme nous l'avons expliqué, le but principal de ces esquisses est de vous donner, à vous le lecteur, une meilleure compréhension de l'identité graphique. En vous présentant l'historique et le processus sous-jacent, nous essayons de faire en sorte que notre façon de penser soit évidente. Nous espérons que cela vous permettra de mieux maîtriser le langage graphique du 104.

02. Système de logos

Nous entrons maintenant progressivement dans la partie plus pratique du manuel. Mais, avant de commencer à expliquer exactement comment le

système de logos doit être utilisé, nous allons d'abord présenter l'idée sous-jacente.

Le logo du 104 est en fait un ensemble composé de trois symboles : une ligne, un cercle et un triangle. Nous pensons à ces formes en tant qu'unités élémentaires de structure, en tant que formes de la période préindustrielle. Ceci est très abstrait tout en étant très reconnaissable. Les formes géométriques font référence au logo SMPF polyédrique qui était accroché à l'entrée de l'immeuble du « Service Municipal des Pompes Funèbres », l'emplacement actuel du 104. Et, plus important, le triangle que nous utilisons dans le logo 104 ressemble beaucoup, vu de côté (faces latérales), à un échafaudage.

Nous voyons la ligne, le cercle et le triangle littéralement comme des unités élémentaires de la structure du système d'enseignes. Il s'agit d'un ensemble d'instructions pour se déplacer dans l'espace, une carte abstraite pour le flâneur. La ligne indique « Suivre la ligne », le cercle « Vous êtes ici » et le triangle est une flèche indiquant une direction spécifique : « Allez là-bas ». Comme vous le voyez, nous pouvons trouver tous les éléments de base d'un système d'enseignes dans le logo lui-même.

Le système de logos du 104 intègre 12 logos différents (voir les illustrations 27 à 38).

Il y a tout d'abord les quatre « logos de chiffres » : ceux qui présentent uniquement le chiffre 104. Les quatre versions de ce logo sont Clair, Moyen, Gras et Extra-gras.

Viennent en second les quatre « logos de lettres » : ceux qui présentent l'expression complète « Le 104 Cent Quatre ». Comme pour le logo de chiffres, il existe quatre versions du logo de lettres : Clair, Moyen, Gras et Extra-gras.

Ensuite, il existe quatre logos de mots spéciaux. Ces logos appelés « Logos de Paris » contiennent non seulement le terme « Le 104 Cent Quatre » mais également l'expression « Établissement Artistique de la Ville de Paris ». Ils sont disponibles dans quatre versions : Clair, Moyen, Gras et Extra-gras.

Ces quatre versions (Clair, Moyen, Gras et Extra-gras) du logo peuvent être utilisées. L'idée sous-jacente est que le logo ne sera jamais fixe et que la personne qui le regarde sera toujours confrontée à une autre version de celui-ci. En d'autres termes, il est tout à fait possible qu'une personne reçoive d'abord une invitation avec un logo Moyen puis, quelques semaines plus tard, une invitation avec un logo en Clair.

Cette « instabilité » est destinée à souligner l'idée du « travail évolutif », afin que le logo puisse passer du Clair à l'Extra-gras puis vice-versa.

Il existe toutefois des règles plus strictes en ce qui concerne l'utilisation du « logo de mots » par rapport au « logo de chiffres ». Nous proposons généralement la règle suivante : le logo de chiffres peut être utilisé si le terme « Cent Quatre » et l'expression « Établissement

Artistique de la Ville de Paris » sont déjà mentionnés ailleurs dans le texte.

Nous pouvons en voir un exemple dans le papier à en-tête (voir le chapitre 04, illustration 43) : il s'agit ici d'une situation dans laquelle le logo de chiffres est utilisé car les autres informations sont déjà mentionnées dans le texte à droite.

Le logo de mots doit être utilisé lorsque le terme « Cent Quatre » et l'expression « Établissement Artistique de la Ville de Paris » ne sont pas mentionnés ailleurs. Par exemple, lorsque le logo est utilisé d'une manière complètement isolée, sans aucun autre texte. Dans ce cas, le logo de mots doit être utilisé.

03. Types de caractères

Pour l'identité graphique du 104, nous avons utilisé le type de caractères Futura, conçu en 1927 par Paul Renner.

Il s'agit d'un type de caractères classique de la période préindustrielle, qui fait largement référence à la transition du XIX^{ème} au XX^{ème} siècle. Il convient parfaitement dans l'environnement d'un passage / d'une arcade.

Même si ce type de caractères est vieux de presque un siècle, il reste très contemporain ; il est moderne et contemporain à la fois.

Le plus important est qu'il convient très bien aux formes géométriques du logo 104 et à l'aspect construit des échafaudages.

Nous avons ajouté à cet alphabet les formes géométriques du logo 104 : la ligne, le cercle et le triangle. Les illustrations 23 à 26 présentent quatre alphabets (Clair, Moyen, Gras et Extra-gras) dans lesquels la lettre A et le chiffre 4 sont remplacés par un triangle et le chiffre 1 par une ligne.

Ailleurs dans ce manuel, nous présentons la photographie d'un sac que nous avons conçu pour le 104, imprimé entièrement avec un alphabet Futura.

Pour des instructions plus précises sur la manière d'utiliser le texte dans l'identité graphique du 104 et une liste détaillée des différentes sortes de police Futura que vous pouvez utiliser, reportez-vous au chapitre 08, « Typographie ».

04. Papeterie

La papeterie suivante existe pour le moment : un papier à en-tête, plusieurs enveloppes, des cartes de visite, une carte A5, une carte A6 et un « dossier ». Chaque article de papeterie est conçu d'une façon assez systématique. D'une manière générale, chaque article est disponible dans quatre versions : une version avec un logo en Clair, une version avec un logo Moyen, une version avec un logo en Gras et une version avec un logo en Extra-gras. Par exemple, il existe quatre papiers à en-tête différents : Clair, Moyen, Gras et Extra-gras.

Sur chaque article, le logo a la même hauteur : 30 mm. Cela signifie que le logo sur l'article le plus grand (l'enveloppe 229 x 324 mm) a la même taille que le logo sur l'article le plus petit (la carte de visite).

Sur chaque article, le logo est placé dans le coin en haut à gauche (la seule exception est pour la carte de visite, où le logo est situé dans le coin en bas à gauche). Sur les articles de grande taille (les enveloppes, le papier à en-tête A4 et les cartes A5), le logo est situé à 10 mm du haut et à 10 mm du bord gauche. Sur les articles de taille moyenne (les cartes A6), le logo est situé à 7 mm du haut et à 7 mm du bord gauche. Sur les articles de petite taille (les cartes de visite), le logo est placé à 5 mm du bord gauche et à 5 mm du bas.

Nous allons maintenant examiner tous les articles de papeterie, un par un.

04.01 Papier à en-tête

Comme nous l'avons déjà indiqué, sur le papier à en-tête, le logo a une hauteur de 30 mm et est situé dans le coin en haut à gauche, à 10 mm du haut et à 10 mm du bord gauche du papier.

Les informations factuelles (adresse, etc.) sont placées dans le coin en haut à droite, sur deux colonnes de huit lignes chacune (lignes vides incluses). Ces deux colonnes ont une hauteur de 30 mm, exactement la même que le logo 104. Elles sont également, comme le logo 104, situées à 10 mm du haut du papier.

Nous présentons ici (illustrations 43 à 46) quatre images de papiers à en-tête (la taille originale de ces papiers à en-tête est le format A4, les images présentées ici étant réduites en proportion). Chaque papier à en-tête porte une version différente du logo (Clair, Moyen, Gras et Extra-gras).

Nous préférons lorsque le papier à en-tête est imprimé réellement (par une vraie imprimante offset) plutôt que sur une imprimante à jet d'encre ou laser. Lorsque le papier à en-tête est imprimé réellement, le noir est plus profond, les caractères sont plus nets et le papier est plus joli.

Nous avons cependant, à des fins de commodité, également créé des modèles numériques pour ce papier à en-tête, de telle sorte que les personnes travaillant dans un bureau puissent les imprimer elles-mêmes. (Pour plus d'informations sur ces modèles, voir le chapitre 08.03, « Texte subjectif ».)

04.02 Enveloppes

Sur les enveloppes, le logo est situé dans le coin en haut à gauche. La hauteur du logo est de 30 mm, et celui-ci est placé à 10 mm des bords du papier. La colonne contenant les informations factuelles (adresse, etc.) est située dans le coin en bas à gauche. En termes de taille et de forme, cette colonne est presque identique à la première colonne sur le papier à en-tête. Elle comporte six lignes (une ligne vide incluse)

de 30 mm de hauteur et situées à 10 mm des bords du papier.

Nous présentons ici (illustrations 47 à 62) des images réduites en proportion des enveloppes (les formats originaux de celles-ci étant 110 x 220 mm, 156 x 220 mm, 162 x 229 mm et 229 x 324 mm). Comme vous pouvez le constater, notre objectif est de proposer pour chaque enveloppe quatre versions différentes (épaisseurs des traits) du logo.

04.03 Cartes de visite

Sur le côté recto des cartes de visite, le logo 104 est placé dans le coin en bas à gauche. La hauteur du logo est de 30 mm, et celui-ci est situé à 5 mm du bord gauche et à 5 mm du bas du papier.

Sur le côté verso, le texte est divisé en trois « blocs ». Les deux premiers « blocs » sont les deux colonnes situées en bas de la carte, en regard l'une de l'autre. Ces colonnes contiennent sept lignes chacune (dont des lignes vides) et ont (plus ou moins) la même hauteur que le logo 104 sur le côté recto.

Le troisième « bloc » de texte est le nom de la personne et sa fonction ou son titre. Ces informations sont placées dans le coin en haut à gauche, à 5 mm du haut et à 5 mm du bord gauche de la carte.

Les illustrations 63 à 70 présentent huit images : quatre cartes de visite, recto et verso. Comme vous pouvez le voir, chaque personne a sa propre version du logo (Clair, Moyen, Gras et Extra-gras).

Si vous regardez les illustrations 65 à 70, la raison pour laquelle nous avons placé, sur la carte de visite, le logo 104 dans le coin en bas à gauche (plutôt que dans le coin en haut à gauche, comme pour les autres articles de papeterie) peut vous sembler plus évident. En plaçant le logo 104 et les deux colonnes de texte factuel dans la partie inférieure de la carte, nous essayons de mettre en évidence le nom de la personne, qui est placé dans le coin en haut à gauche de la carte.

04.04 La carte A5

La carte de format A5 est une feuille cartonnée qui peut être utilisée pour féliciter, complimenter ou envoyer ses vœux à des personnes, ou bien pour écrire de petites notes ou des mémorandums.

Sur le côté recto de la carte, le logo (30 mm de hauteur) est situé dans le coin en haut à gauche, à 10 mm des bords du papier. Au-dessous de ce logo, il est possible de placer un autre mot (ou expression), de la même taille et avec la même épaisseur de caractères que le logo. Ce mot (ou expression) aura un rôle « d'illustration » : il fonctionnera comme une image sur la carte. Dans le cas de cet exemple, nous avons ajouté l'expression « Avec compliments ».

Sur le côté verso de la carte, nous répétons le logo,

exactement dans la même position (coin supérieur gauche, à 10 mm de chaque bord). Dans le coin en haut à droite de la carte, nous plaçons deux colonnes d'informations factuelles, exactement de la même manière et avec la même forme et configuration que sur le papier à en-tête (voir le chapitre 04.01).

Les illustrations présentées ici (illustrations 71 à 74) représentent huit images réduites en proportion : quatre cartes de format A5, recto et verso, chaque version portant sa propre version du logo (Clair, Moyen, Gras et Extra-gras).

04.05 La carte A6

La carte au format A6 est en fait une carte postale. Sur le côté recto de cette carte, le logo (de 30 mm de hauteur) est situé dans le coin en haut à gauche, à 10 mm des bords du papier. Au-dessous de ce logo, il est possible de placer un autre mot (ou expression), de la même taille et avec la même épaisseur de caractères que le logo. Ce mot (ou expression) aura un rôle « d'illustration » : il fonctionnera comme une image sur la carte. Dans le cas de cet exemple, nous avons ajouté le mot « Carte ».

Sur le côté verso de la carte, nous avons placé toutes les informations factuelles, dans une colonne de 17 lignes. Cette longue colonne doit avoir la même hauteur que le logo et le mot (sur le côté recto de la carte) réunis.

En fait, cette longue colonne rassemble les deux colonnes du papier à en-tête (voir le chapitre 04.01), mais ici (dans le cas des cartes A6), ces deux colonnes sont placées l'une au-dessus de l'autre plutôt qu'en regard.

(Nous avons décidé de placer toutes les informations sur une longue colonne unique sur le côté gauche de la carte car nous voulions laisser le côté droit vide, afin qu'il y ait de la place pour les timbres.)

Les illustrations présentées ici (illustrations 75 à 79) représentent cinq images réduites en proportion : quatre cartes au format A6, côtés recto et (1 sur 4) verso, chaque version portant sa propre version du logo (Clair, Moyen, Gras et Extra-gras).

04.06 Dossier

Le « dossier » est en fait une feuille cartonnée de format A3, pliée en un format A4, afin de pouvoir servir de dossier pouvant contenir des documents au format A4. Il peut être utilisé en interne, au bureau, ou en externe pour envoyer des matériaux à la presse.

L'illustration 80 présente un exemple de ce dossier. Il s'agit d'une image réduite en proportion d'un dossier plié.

Le logo est situé sur le côté recto du dossier de la manière habituelle : position en bas à gauche, hauteur de 30 mm, à 10 mm du pli et à 10 mm du haut du papier.

En tant qu'élément du graphisme, nous avons répété le logo dans des épaisseurs de caractères différentes (Clair, Moyen, Gras, Extra-gras), avec le mot « Dossier ». Sur le côté verso du dossier, nous avons placé les informations factuelles dans deux colonnes de huit lignes chacune. Ces deux colonnes sont exactement les mêmes que celles utilisées sur le papier à en-tête (voir le chapitre 04.01). Seulement, elles sont cette fois situées dans le coin en bas à gauche, comme une formule de conclusion, une signature.

Au moment où nous rédigeons ce manuel, nous devons encore travailler sur d'autres variations du dossier, par exemple une version en plastique et une version pouvant contenir un CD ou un CD-ROM.

Nous travaillons actuellement sur ces versions, et nous espérons ajouter leur description dans une seconde édition éventuelle de ce manuel graphique. Nous avons toutefois inclus un exemple de tirage pouvant être imprimé sur le CD-ROM lui-même (illustration 81).

05. Invitations

05.01 Carte d'invitation

La conception de la carte d'invitation est similaire au gabarit que nous avons utilisé pour la carte au format A5 (voir le chapitre 04.04), mais avec de petites différences.

La carte d'invitation est en fait une feuille cartonnée au format A5. Sur le côté recto, le logo (30 mm de hauteur) est placé dans le coin en haut à gauche, à 10 mm des bords de la carte.

Au-dessous de ce logo, doit être placé le titre de l'exposition (ou le nom de l'artiste), réalisé dans une composition typographique. Le but du côté recto de la carte est de montrer, d'une manière typographique, la relation entre l'identité graphique du 104 et le titre de l'exposition (ou le nom de l'artiste).

Sur le côté verso, nous répétons le logo (30 mm de hauteur, dans le coin en haut à gauche, placé à 10 mm des bords de la carte). Dans le coin en haut à droite de la carte, nous plaçons toutes les informations factuelles (titre de l'exposition, nom de l'artiste, date d'ouverture, etc.) dans deux colonnes de huit lignes chacune (lignes vides incluses).

Au-dessous de ces deux colonnes, dans le coin en bas à droite, nous pouvons placer, si besoin est, une image photographique en relation avec l'exposition (une œuvre de l'artiste ou quelque chose de similaire), présentée comme une pièce de documentation factuelle.

Cette image photographique est utilisée de telle sorte que sa largeur est identique à celle des deux colonnes réunies (c'est-à-dire 100 mm). L'image est placée à 10 mm de la partie droite de la carte, et à 10 mm du bas de celle-ci.

Nous montrons deux exemples de cartes d'invitation sur les illustrations 82 à 85. Il s'agit d'images réduites

en proportion, présentant les côtés recto et verso de chaque carte.

Les illustrations 82 et 83 présentent les côtés recto et verso de l'invitation pour une exposition intitulée « La Palissade ». (Cette invitation est en fait déjà imprimée. Voir également le chapitre 11, illustration 100.)

Les illustrations 84 et 85 montrent les côtés recto et verso de l'invitation pour une exposition intitulée « La traversée ». Au moment où nous rédigeons ce manuel, l'invitation n'a pas encore été imprimée.

Comme vous pouvez le voir sur ces illustrations, les images photographiques sont utilisées dans un petit format mais d'une manière très délicate et concentrée. Nous pensons que le petit format donne à ces images une certaine précision, un certain impact et une certaine valeur. Nous aimons la manière dont elles flottent dans une mer d'espace blanc.

Le fait que ces images photographiques soient utilisées dans un petit format permet également de les rassembler, comme une série, avec un aspect typographique net.

Une petite remarque concernant la ligne du crédit photographique (la ligne en petits caractères mentionnant le nom du concepteur, du photographe et de l'imprimeur).

Comme vous pouvez le voir sur l'illustration 82, sur la carte pour l'exposition « La Palissade », nous avons placé la ligne du crédit photographique verticalement, dans le coin en bas à droite, à 10 mm du bas et à 10 mm du bord droit de la carte.

Nous avons cependant changé d'avis. Comme vous pouvez le voir sur l'illustration 85, nous avons décidé maintenant de placer la ligne du crédit photographique au verso de la carte, directement au-dessous de l'image, horizontalement, à 5 mm du bas de la carte. Nous pensons que cette position est préférable car elle laisse davantage d'espace pour la composition typographique sur le côté recto de la carte.

Une dernière petite note à propos de l'invitation : si cela est possible, essayez de mentionner le nom de l'imprimeur dans la ligne du crédit photographique. Un bon imprimeur est un artisan, un artiste, et il/elle mérite d'être mentionné(e).

05.02 Prospectus

Notre plus gros cauchemar est un prospectus laid. Une grande image photographique en couleur imprimée numériquement sur une feuille de papier souple au format A5, ressemblant à un prospectus bon marché de boîte de nuit. Y penser nous donne envie de rentrer sous terre.

Nous voulons donc réellement tenter de transformer le prospectus en un bel objet. C'est pourquoi nous avons décidé de combiner le prospectus et l'affiche (voir le chapitre 06.02) pour créer un imprimé.

Notre plan est le suivant : une affiche au format A3,

imprimée en offset sur du papier très fin (pas du papier à moitié souple mais du papier RÉELLEMENT fin, comme celui qui est utilisé pour les journaux ou le papier à cigarette). Dépliée, cette feuille peut faire office d'affiche. Pliée, elle peut faire office de prospectus au format A5.

Recevoir un prospectus sous la forme d'une affiche pliée serait très agréable. Déplier le prospectus serait comme déballer un cadeau.

Voici les raisons pour lesquelles nous pensons qu'il est important que le papier de cette feuille soit vraiment fin : Tout d'abord, à notre avis, il doit contraster avec l'invitation. Tandis que l'invitation sera imprimée sur du carton épais, le prospectus pourra être aussi fin que possible. Ensuite, le papier devra être fin afin de pouvoir être plié facilement. En utilisant du papier fin, le prospectus reste également léger ; il peut être envoyé dans une enveloppe avec la carte d'invitation.

Nous avons inclus un exemple de ce à quoi ce prospectus / cette affiche pourrait ressembler. L'illustration 86 montre une image réduite en proportion de l'affiche au format A3, dans sa forme dépliée.

L'illustration 87 montre l'affiche au format A3 pliée en un prospectus au format A5.

(Nous incluons des instructions plus spécifiques sur la manière dont l'affiche devra être conçue dans une seconde édition éventuelle de ce manuel graphique.)

06. Affiches

06.01 Le 104 parlé

Nous avons conçu une affiche typographique pour les séries de conférences « Le 104 parlé », une affiche standard qui peut être utilisée pour chaque conférence, à l'infini. Elle est au format A3 et peut être imprimée en offset ou en sérigraphie, en noir et blanc.

Cette affiche présente un aspect typographique gras, comme une affiche politique ou une déclaration de principes. Nous avons essayé de donner aux mots « 104 parlé » le même caractère d'urgence que les mots « J'Accuse ».

Comme on peut le voir sur l'illustration 88, l'affiche ne contient aucune information factuelle, mais uniquement le titre (« 104 parlé ») et un petit texte. L'idée est que les informations sur la conférence puissent être ajoutées sur l'affiche, en utilisant un marqueur.

Regardez les illustrations pour savoir ce que cela signifie. L'illustration 88 présente une image réduite en proportion d'une affiche standard, sans aucune information.

L'illustration 89 présente l'affiche après qu'elle ait été personnalisée à l'aide d'un marqueur.

Si la quantité d'affiches nécessaire est trop importante, et si leur personnalisation à l'aide d'un marqueur prend trop de temps, il est également possible de

et si leur personnalisation à l'aide d'un marqueur prend trop de temps, il est également possible de personnaliser les affiches en ajoutant sur l'affiche standard des autocollants ou des bandes de papier encollé (imprimés à l'aide d'une imprimante à jet d'encre ou laser avec les informations).

06.02 Autres affiches

Pour toutes les autres affiches (toutes les affiches qui ne sont pas pour le « 104 parlé »), notre intention est la suivante : l'idée est que ces affiches seront associées à des prospectus.

Un imprimé qui est à la fois une affiche et un prospectus. Voir chapitre 05.02, « Prospectus ».

07. Brochures

Le développement de la brochure a été mis « en attente » pour l'instant. Les directeurs du 104 ont décidé de la reprendre plus tard. Nous incluons un modèle de la brochure dans une seconde édition éventuelle de ce manuel.

08. Typographie

08.00 Introduction

Avant de commencer à expliquer les manières spécifiques dont la typographie doit être utilisée, nous aimerions au préalable faire quelques remarques d'ordre général.

Comme nous l'avons déjà expliqué, le type de caractères que nous voulons utiliser pour toute l'identité graphique est la police Futura (voir le chapitre 03). La police Futura devra être utilisée d'une façon minimaliste et souple. Elle ne doit jamais être utilisée en dégradé, en bloc ou d'une manière désordonnée. Elle doit être aussi nette qu'une lame de rasoir. En effet, si la police Futura est utilisée d'une manière incorrecte, le résultat sera horrible.

La règle de base est la suivante : pas plus de trois tailles de police Futura dans un article de conception graphique. En d'autres termes, un article (affiche, invitation, etc.) ne doit JAMAIS contenir plus de trois tailles différentes de police Futura. (En fait, trois tailles sont déjà beaucoup ; essayez de vous limiter à deux tailles.)

La composition dans laquelle le type de caractères est utilisé doit être claire, moderne, géométrique. Ne craignez pas qu'elle semble « trop sèche », car cette police ne paraît jamais trop sèche.

Le but est de développer un langage graphique punk et minimaliste à la fois, qui tranchera dans le désordre comme un couteau dans du beurre.

Ensuite, une remarque à propos du crénage : comme vous le savez probablement, « crénage » (ou « espacement ») signifie « ajuster l'espacement entre les lettres ». Une grande partie de la conception concerne

le crénage. En général, nous passons un temps considérable à ajuster les espaces entre les lettres. Une des règles de l'espacement est : rapprochées mais qui ne se touchent pas. Le crénage doit donc être resserré, et les lettres doivent être rapprochées le plus possible mais ne doivent jamais se toucher !

Nous espérons que les explications ci-avant sont claires. Nous allons maintenant continuer en expliquant les différentes catégories de textes qui seront utilisées dans l'identité graphique du 104, et les différentes sortes de police Futura entrant dans ces catégories.

08.01 Texte comme image

La première catégorie de texte est le « texte comme image ». Les différents logos du 104 sont un bon exemple de celui-ci. D'autres exemples sont les mots, les expressions et les titres qui sont représentés comme des illustrations. Pensez par exemple à l'expression « Avec compliments » sur la carte A5 (voir le chapitre 04.04, illustration 71, ou regardez l'illustration 90 ci-dessous), ou au titre « La traversée » sur la carte d'invitation (voir le chapitre 05.01, illustration 84, ou l'illustration 91 ci-dessous).

Dans l'identité graphique du 104, le « texte comme image » est toujours en lettres majuscules. La lettre A doit également être remplacée par un triangle, ainsi que le chiffre 4, et le chiffre 1 doit être remplacé par un I et le chiffre 0 par un O arrondi.

Nous travaillons actuellement sur une « mini-police », un type de caractères numériques qui contiendra tous les signes dont nous avons besoin : deux sortes de triangles, un cercle et une ligne. Ces mini-polices pourront être utilisées avec la police Futura. Nous espérons qu'elles seront prêtes à la fin de l'année 2007.

Les quatre sortes de police Futura nécessaires pour la catégorie « texte comme image » sont les suivantes :

1. Futura Std Clair, à utiliser en combinaison avec le logo 104 « Clair ».
2. Futura Std Moyen, à utiliser en combinaison avec le logo 104 « Moyen ».
3. Futura Std Gras, à utiliser en combinaison avec le logo 104 « Gras ».
4. Futura Std Extra-gras, à utiliser en combinaison avec le logo 104 « Extra-gras ».

08.02 Texte institutionnel

La seconde catégorie est le « texte institutionnel ». Nous entendons par là tout le texte provenant du 104 en tant qu'institution : tout le texte factuel, les coordonnées, etc.

Pour ce texte institutionnel, vous devez utiliser la police Futura Std Book.

Dans des cas spécifiques (pour les en-têtes, les titres, etc.), vous pouvez ajouter la police Futura Std Gras. Un exemple simple de police Futura Std Gras est le texte institutionnel apparaissant sur le verso de la carte

(dans le coin en haut à droite de la carte), le titre de l'exposition est en Futura Std Gras.

Nous vous recommandons cependant d'utiliser la police Futura Std Gras uniquement dans des cas très spécifiques : uniquement pour des titres et des en-têtes importants. Plus la police Futura Std Gras est utilisée, moins elle a d'effet. Si elle est utilisée trop souvent, le texte devient désordonné.

Lorsque le texte institutionnel contient uniquement des informations factuelles (adresse, etc.), tout le texte peut être en lettres majuscules. Il aura ainsi un aspect plus géométrique et net. Vous pouvez trouver des exemples de texte institutionnel en lettres majuscules partout dans la papeterie : toutes les informations d'adresse, etc.

Lorsque le texte institutionnel est plus « narratif » que « factuel », vous devez utiliser dans ce cas les lettres d'une façon mélangée (minuscules et majuscules). Le texte de ce manuel graphique (celui que vous êtes en train de lire) est un exemple de texte institutionnel « narratif ».

08.03 Texte subjectif

Le texte subjectif est celui que les employés du 104 écriront sur le papier à en-tête. Il s'agit de l'écriture manuscrite personnelle de la personne, par opposition à la voix collective du 104.

Nous avons introduit cette catégorie car il est important à nos yeux de faire la distinction entre ces deux voix : la voix institutionnelle et la voix subjective.

Pour écrire des lettres (la voix subjective), nous conseillons d'utiliser le type de caractères Courier. Celui-ci rappelle les machines à écrire et un type de texte qui est tapé et non pas imprimé. Il fait référence à l'écriture et non pas à la conception. Le type de caractères Courier est par-dessus tout le plus pratique à utiliser. Tout le monde dispose de cette police sur son ordinateur, alors que la police Futura n'est pas automatiquement à la disposition de tout le monde.

Nous avons réalisé deux modèles pour montrer comment le papier à en-tête (en Futura) peut être associé à un contenu écrit (en Courier). L'illustration 94 présente une image réduite en proportion d'un papier à en-tête au format A4 contenant une colonne de texte en Courier. L'illustration 95 présente un papier à en-tête contenant deux colonnes de texte en Courier. L'illustration 96 présente un papier à en-tête contenant trois colonnes de texte en Courier.

Ces modèles de papier à en-tête peuvent également être utilisés pour des brochures rapides et faciles à réaliser. Nous avons inclus deux exemples de ces brochures.

Les illustrations 97 et 98 montrent les images réduites en proportion de deux brochures (côtés recto et verso) qui ont été imprimées récemment pour deux événements :

une manifestation du 104 à Berlin et la Nuit blanche à Paris.

(Comme on peut le voir sur les illustrations 95 à 98, la moitié de ces pages ont été remplies avec une typographie assez grande : « Das 104 Berlin » et « Le 104 Nuit Blanche ».

L'objectif des ces textes en grand était le suivant : en pliant en deux les feuilles au format A4, les papiers à en-tête se transforment soudain en brochures au format A5, et les textes en grand font office de couvertures typographiques de ces brochures).

09. Utilisation de la couleur

Comme on peut le voir sur les esquisses précédentes (vous trouverez une petite sélection de ces esquisses dans les chapitres 01 et 12, et une collection plus complète dans les archives du 104), notre proposition initiale pour la combinaison de couleurs était d'utiliser une combinaison de jaune et de noir. Pour nous, la combinaison du jaune et du noir fait référence au danger et aux panneaux d'avertissement que l'on peut trouver dans la rue. Étant donné que l'immeuble du 104 sera une rue (une rue surréaliste mais une rue tout de même), cette combinaison nous a semblé toute naturelle.

En outre, l'utilisation du jaune et du noir aurait été très pratique : si on associe ces deux couleurs à un arrière-plan blanc, beaucoup de combinaisons différentes sont possibles. Des combinaisons très claires mais également très différentes : jaune sur noir, noir sur jaune, blanc sur noir, noir sur blanc, noir / blanc sur jaune, jaune / blanc sur noir, etc.

Cette proposition a toutefois été rejetée par le maire, et nous avons dû présenter une nouvelle combinaison de couleurs. Pour cette nouvelle combinaison, nous avons décidé de la rendre encore plus basique : noir et blanc.

Le noir et blanc est en fait un très bon choix pour le 104. Il s'agit de la combinaison la plus nette qui existe. L'identité graphique restera ainsi vive et claire. Donc, comme l'a dit une fois Henry Ford : « N'importe quelle couleur, pourvue qu'elle soit noire ».

En d'autres termes, pour tous les imprimés, vous devez utiliser une combinaison de couleurs noir et blanc. Mais rappelez-vous : que du 100 % noir et du 100 % blanc. PAS DE TONALITÉS DE GRIS ! Les gris donneraient à l'identité graphique un aspect brumeux et marécageux.

Il se peut que nous introduisions dans le futur une combinaison de couleurs basée sur les couleurs primaires (jaune, rouge et bleu), qui devra être utilisée dans le système d'enseignes du 104.

Mais, pour le moment, nous vous recommandons fortement d'utiliser le noir et blanc pour les imprimés !

10. Logo de sponsor et de partenaire

Au moment où nous rédigeons ce manuel, nous n'avons

pas encore conçu d'imprimé pour le 104 contenant les logos des sponsors ou partenaires. Nous n'avons aucune idée du nombre de sponsors et de partenaires avec lesquels le 104 travaillera, et il est donc difficile de donner des règles d'ordre général sur l'utilisation des logos de sponsor / partenaire. Nous espérons inclure des règles plus spécifiques dans une seconde édition éventuelle de ce manuel graphique.

Comme règle plus générale, nous pouvons vous faire les suggestions suivantes. Les logos de sponsor / partenaire doivent être petits, et placés en regard les uns des autres. Tous les logos doivent avoir la même hauteur, et être placés dans le coin en bas à droite ou dans le coin en bas à gauche.

Si un sponsor / partenaire désire apparaître d'une manière plus proéminente que les autres sponsors / partenaires, ne vous contentez pas d'agrandir le logo ! Essayez de trouver une autre solution (par exemple, en le mentionnant également dans le texte institutionnel : « Remerciements au sponsor A, remerciements spéciaux au sponsor B »).

Si l'article sera imprimé en noir et blanc, le logo du sponsor / partenaire doit également être en noir et blanc. Le sponsor / partenaire ne doit jamais demander à ce que l'élément le concernant soit imprimé en couleur, uniquement dans l'intérêt de son logo.

Nous réalisons que les suggestions ci-avant sont parfois difficiles à respecter. Nous savons que, en tant que graphiste, vous êtes parfois soumis à une pression extrême par les demandes des sponsors / partenaires. Nous comprenons qu'il est parfois nécessaire de trouver un compromis. Mais nous sentons également qu'il est important de protéger, dans la mesure du possible, l'impact esthétique de l'identité graphique du 104. En tant que graphiste, vous avez une certaine responsabilité esthétique et conceptuelle. Une affiche ou une invitation ne doit jamais ressembler à un parc de stationnement de logos de sponsor et de partenaire. Ces logos doivent donc être utilisés d'une manière impartiale et discrète. C'est tout ce que nous pouvons dire sur le sujet pour l'instant.

11. L'objet conçu

Un élément important dans notre philosophie de la conception, et par conséquent également dans le langage graphique que nous avons développé pour le 104, est l'idée de la conception en tant qu'objet, par opposition à la conception en tant qu'image. Ce que nous voulons dire est que, lorsque nous concevons un objet, nous ne pensons jamais à l'image sur l'écran de notre ordinateur comme le produit fini. À nos yeux, l'objet est fini uniquement lorsqu'il est imprimé sur un objet réel et pas avant.

Souvent, une conception qui semble minimale et sèche sur un écran d'ordinateur se met soudain à vivre lorsqu'elle est imprimée sur une chemise, un sac ou une feuille de papier.

Pour illustrer ce point, nous aimerions vous montrer

quelques photographies ; simplement comme une série d'instantanés à faible résolution, prises rapidement à l'aide d'un téléphone mobile et présentant une petite collection d'articles déjà imprimés. Tout d'abord, une photographie de la carte d'invitation pour « La Palissade » (illustration 99). Ensuite (illustration 100), la photographie d'un tee-shirt pour le 104. Ensuite, une petite sélection de badges (illustration 101). Et enfin (illustration 102), la photographie d'un sac que nous avons conçu pour un article promotionnel pour le 104.

12. Conclusion et Appendice

Nous vous remercions pour votre attention, et nous espérons que ce manuel vous a donné un aperçu du langage graphique du 104. Nous sommes conscients du fait que certains points restent manquants, mais nous espérons les inclure dans une seconde édition éventuelle de ce manuel, une édition que nous essayerons de terminer avant la fin de l'année 2007.

Nous aimerions terminer ce manuel avec une sélection d'esquisses de départ. Nous les avons incluses non pas en tant que règles ni comme des instructions ou suggestions, mais simplement pour vous divertir. Sur les pages suivantes, vous trouverez davantage d'esquisses d'« échafaudages », d'anciennes propositions pour le site Web du 104, une double page avec un grand système bilingue pour le système d'enseignes, une page contenant des photographies d'une mini-exposition qui s'est tenue au 11 bis (le 19 juin 2007), ainsi que d'autres illustrations. Nous avons également inclus des esquisses et photographies liées à l'événement 104 à Berlin, et à l'événement 104 lors de la Nuit blanche à Paris : des bannières pour le paysage de Berlin, une façade pour le Pavillon de l'Arsenal et un parapluie qui a été utilisé lors de la performance par Le Balto. Nous espérons que vous apprécierez ces images.

Cordialement,

Experimental Jetset
Amsterdam, le 16/10/07

À propos des concepteurs

Experimental Jetset est un studio de graphistes d'Amsterdam fondé en 1997 par Marieke Stolk, Erwin Brinkers et Danny van den Dungen.

Centré principalement sur l'imprimé et le travail d'installation, l'Experimental Jetset a travaillé sur des projets pour le musée Stedelijk d'Amsterdam (SMCS), le Purple Institute, le Centre Pompidou, Colette, le Dutch Post Group et la Réunion des Musées Nationaux. Leur travail a été présenté dans des expositions de groupe telles que 'Terminal Five' (Aéroport JFK, New York, 2004) et 'The Free Library' (Galerie Riviera, New York, 2004). En 2007, une sélection importante de travaux de l'Experimental Jetset ont été acquis par le Musée d'Art Moderne de New York, afin d'être inclus dans la collection permanente du MoMA.



THE IO4 MANUAL
EXPERIMENTAL JETSET

**THE
UPDATED
IO4
MANUAL,
AN
INTRODUCTION
TO
THE
GRAPHIC
LANGUAGE
OF
IO4.**

14. Preface to the 2nd edition

Dear reader. In this document, you will find the latest version of the graphic manual of 104 (Le Cent Quatre). This document runs from page 101 to 123, and was completed in May 2008.

Before we start, we like to make a couple of general remarks, remarks that we forgot to include in the first edition of the graphic manual:

1. / First of all, we like to urge all graphic designers (and other employees of 104) to use the proper quote signs (with the term 'quote signs', we refer not only to quotation/citation marks, but also to apostrophes).

We never mentioned it in the first version of the graphic manual, because we expected the use of proper quote signs to be common knowledge. But much to our dismay, we noticed a serious misuse of quote signs in some of the material produced for 104. In short, the problem is the use of so-called 'straight' quote signs. Let us explain:

As every designer knows, there are two sorts of quote signs. 'Straight' quote signs, also known as 'dumb' quote signs, that look like this: " "

And 'curled' quote signs, also known as 'smart' quote signs, that look like this: “ ”

To put it simply, for citation marks, and for apostrophes, you always have to use curled quote signs (“ ”).

The use of straight quote signs (" ") is only justified when used in measurements (inches, seconds, etc.), although, even in those circumstances, the use of straight quote signs is sometimes frowned upon.

So in general, as a rule, it is safest to simply NEVER use straight quote signs! (Unless there is a very strong

conceptual reason to do so. But even then, the use of straight quote signs can look very amateurish!)

In some online uses (internet environments), the use of straight quote signs is unavoidable, because of matters of coding. But in the case of printed matter, there is no excuse: Never use straight quote signs!

Of course, in French texts, you can also use French citation marks: « »

Just as long as you don't use straight citation marks: " "

2. / We would also like to point out that, in all printed matter and official documents, the occurrence of 'widows' needs to be avoided at all costs.

As all graphic designers know, a 'widow' is a single word, dangling at the bottom of a paragraph. It is generally considered poor typography.

An example of a paragraph containing a 'widow' can be seen here:

“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec sagittis ante eget risus. Suspendisse venenatis pede quis nulla. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Pellentesque placerat. Morbi posuere mattis odio”.

You can clearly see the 'widow' dangling at the bottom: the word 'odio'.

When a widow occurs, the designer has to redesign the sentences, or edit the text, in such a way that the widow disappears:

“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec sagittis ante eget risus. Suspendisse



venenatis pede quis nulla. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Pellentesque placerat. Morbi posuere mattis odio”.

This is considered common typographic knowledge, so you probably already knew this. But just for the sake of completeness, we thought we should bring it up again.

3. / As a second remark, we like to say something about the use of the word ‘Le Cent Quatre’ in normal reading text (so-called ‘body text’ or, as we describe it in chapter 08.03, ‘subjective text’, or ‘narrative text’). In this sort of text, the word ‘Le Cent Quatre’ should be written simply as ‘Le Cent Quatre’, and not as ‘LE CENT QUATRE’.

The fact that the logo says ‘LE 104 CENT QUATRE’ does not mean that, in reading text, the word ‘Le Cent Quatre’ should be written as ‘LE CENT QUATRE’. We strongly prefer a distinction between the reading text (text-as-text), and the logo (text-as-image).

There are a lot of brands of which the logo exists of only capitals, but when the brand is written in reading text, the brand behaves like a normal word. This is how we prefer it. See for example the website of fashion brand Viktor & Rolf: while the logo says ‘VIKTOR & ROLF’, in the normal reading text it says ‘Viktor & Rolf’. This is the way how it should also work for ‘Le Cent Quatre’. We hope this is clear.

4. / A completely different remark. Although a PDF is one of the most standard formats around, we noticed that this document (the document you are looking at right now), when printed, can look very different from how we intended it, depending on the version of Acrobat you use, the settings of your inkjet printer, etc.

We have seen some very strange print-out versions of this very document: versions in which all the illustrations look transparent, versions in which strange shapes seem to appear out of nowhere, etc. etc.

We just want to warn you that this PDF might contain irregularities. We are very sorry for that. Hopefully, after the opening of 104, when the graphic identity of 104 will be completely finished, we can make a properly printed (offset-printed) version of the graphic manual, a version that will look the same to everyone’s eyes. Until then, we’ll all have to improvise.

Added to that, when printing out this document, please be aware that this document contains some double-page spreads (in particular pages 014/015, 021/022 and 041/042). You might like to take this into consideration when printing this PDF.

One more thing. Readers interested in learning even more about the background of the graphic identity of 104 might be interested in tracking down issue 153 of the French graphic design magazine Etapes, published in February 2008, as it contains a large article on this subject.

Having made these remarks, we are now finished with this preface. We hope this new, updated version of the manual will give you some more insight in the ongoing development of the graphic language of 104.

Experimental Jetset, Amsterdam, May 1st 2008.



15. The new stationery

A few weeks after the old stationery (as shown in chapter 04 of the old manual) was approved by the directors of 104, it was actually rejected by the city council. The city council wanted the sentence 'Etablissement de la Ville de Paris' to be more apparent. They also didn't like the dominant use of the numeral logo (only 104, in numbers), as they feared people might pronounce the number in international ways ("One-Oh-Four", "Hundred-and-Four", "Honderd-Vier", etc. etc.), while they wanted it to be pronounced in a French way only ("Le Cent Quatre").

We actually really liked the idea that the numeral logo (only 104 in numbers) could be pronounced in international ways, but there was no use arguing, so we had to come up with another solution.

Shown, on the following pages, the new version of the stationery. As you see, the stationery now features the text-version of the logo (the logo that says 'Le 104 Cent Quatre' in full words). Next to it, we added the sentence 'Etablissement de la Ville de Paris', in the same size.

We could explain the lay-out of these items to you in long texts, as we did in the old manual. But for this new version of the manual, we decided to keep it really simple. Looking at the illustrations on the following pages will make it very clear how the new stationery works. The templates and logos can be obtained from the offices of 104, as digital files. That's all the information you need for now.

On the following pages, you'll find images of the following items: the letterheads, the envelopes, the business cards, and various post cards.

15.01 Letterhead

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS

104 T +33 (0)140 05 5171
CENT QUATRE F +33 (0)140 05 54 45

11 BIS RUE CURIAL CONTACT@104.FR
75019 PARIS
FRANCE

WWW.104.FR

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

SIÈGE SOCIAL : 104 RUE D'AUBERVILLIERS 75019 PARIS
SIRET : 498 432 681 000 19 – APE 923D
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE : FR 84498432681



LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS

104 T +33 (0)140 05 5171
CENT QUATRE F +33 (0)140 05 54 45

11 BIS RUE CURIAL CONTACT@104.FR
75019 PARIS
FRANCE

WWW.104.FR

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

SIÈGE SOCIAL : 104 RUE D'AUBERVILLIERS 75019 PARIS
SIRET : 498 432 681 000 19 – APE 923D
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE : FR 84498432681



**LE
104
CENT
QUATRE** **ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS**

104 T +33 (0)140 05 5171
CENT QUATRE F +33 (0)140 05 54 45

11 BIS RUE CURIAL CONTACT@104.FR
75019 PARIS
FRANCE

WWW.104.FR

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

SIÈGE SOCIAL : 104 RUE D'AUBERVILLIERS 75019 PARIS
SIRET : 498 432 681 000 19 – APE 923D
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE : FR 84498432681



**LE
104
CENT
QUATRE**

**ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS**

104
CENT QUATRE

11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS
FRANCE

WWW.104.FR

T +33 (0)140 05 5171
F +33 (0)140 05 54 45

CONTACT@104.FR

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

SIÈGE SOCIAL : 104 RUE D'AUBERVILLIERS 75019 PARIS
SIRET : 498 432 681 000 19 – APE 923D
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE : FR 84498432681

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS

SIÈGE SOCIAL
SIRET : 498
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE

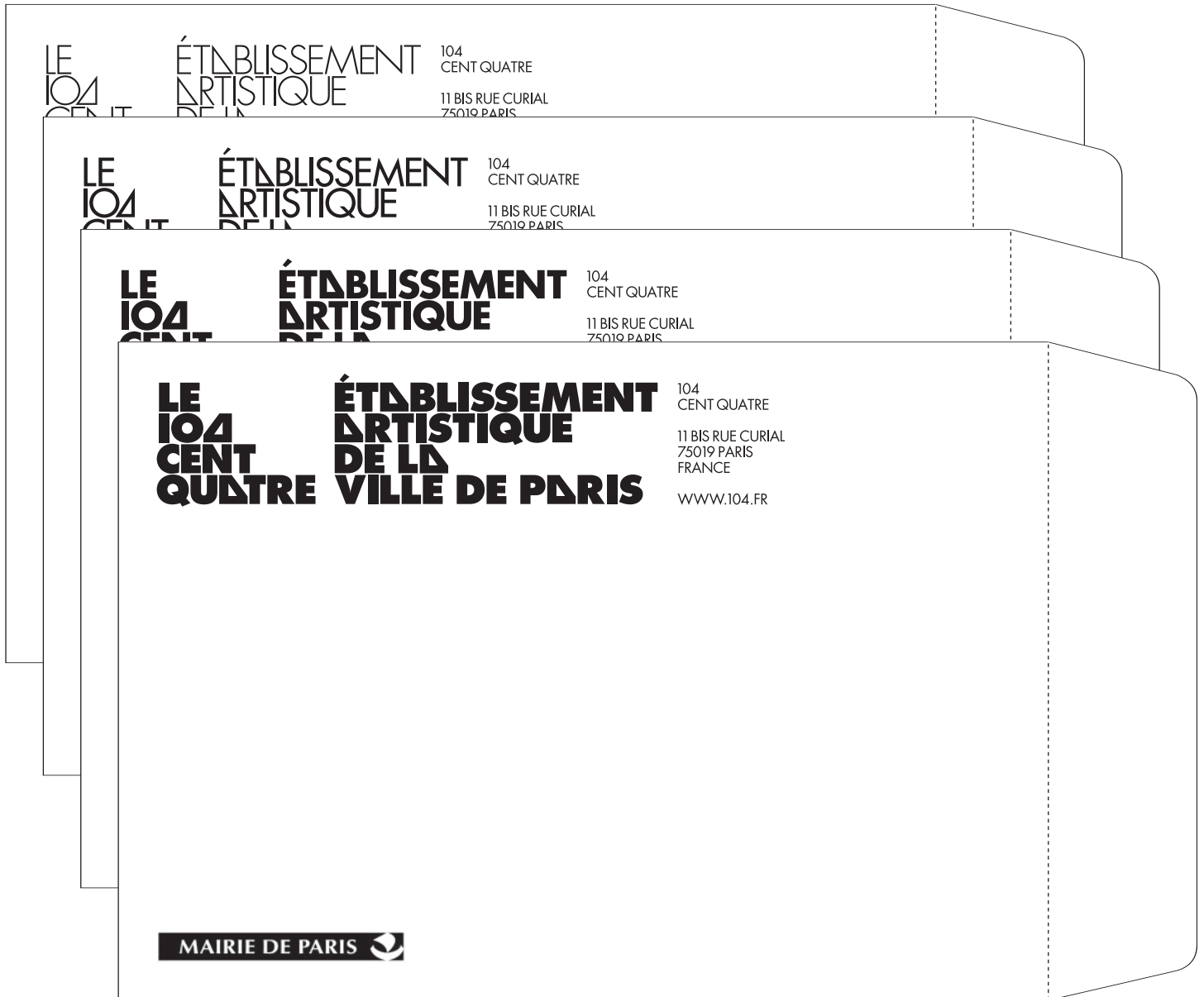
SIÈGE SOCIAL
SIRET : 498
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE

SIÈGE SOCIAL
SIRET : 498
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE

SIÈGE SOCIAL : 104 RUE D'AUBERVILLIERS 75019 PARIS
SIRET : 498 432 681 000 19 – APE 923D
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE : FR 84498432681

15.02 Envelopes

C5; 229x162 mm



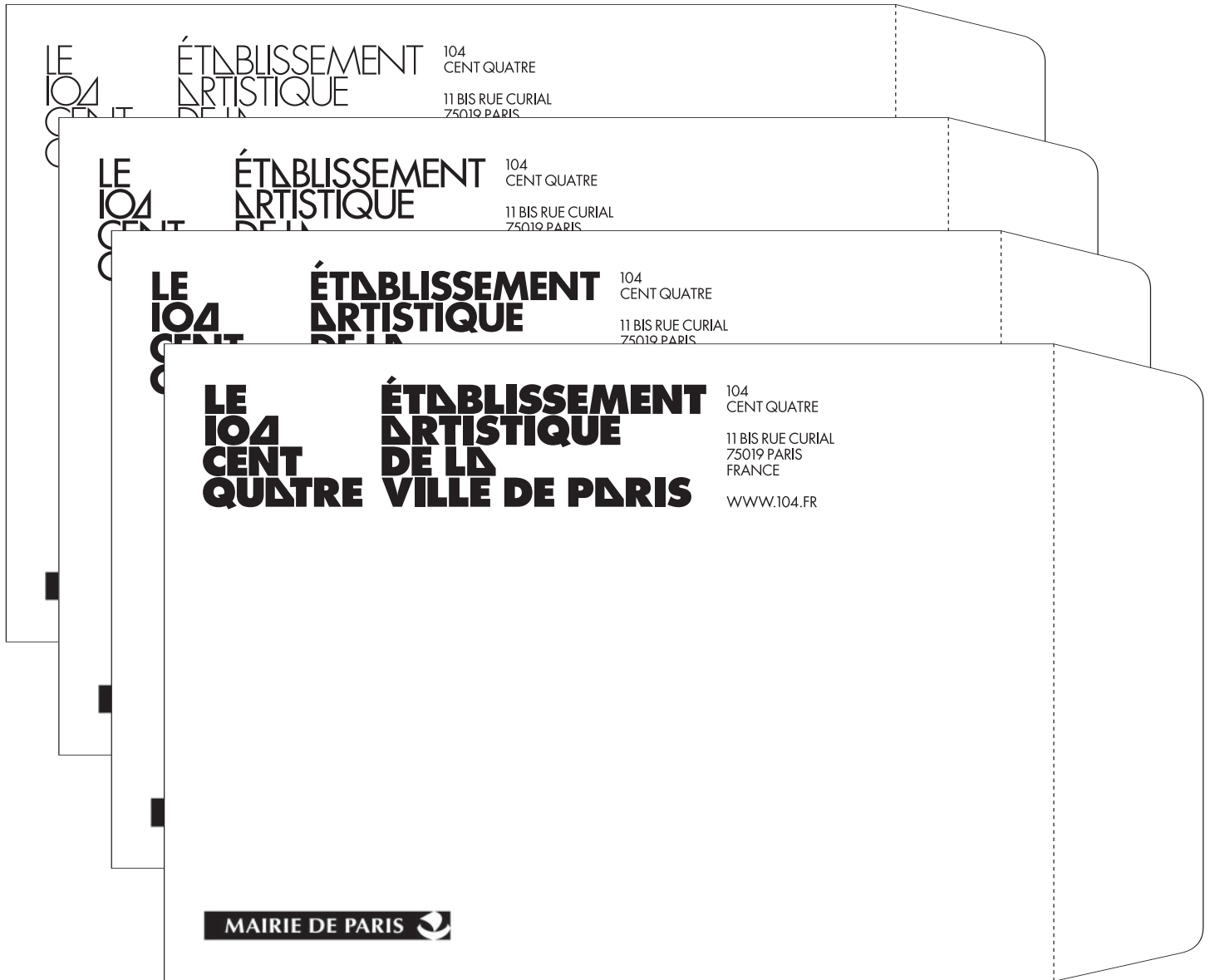
15.02 Envelopes

EA5-6; 220x110 mm



15.02 Envelopes

EA5; 156x220 mm



15.03 Address-stickers



15.03 Business cards

Business cards, front and back:

LE 104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS

104 CENT QUATRE
11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE

T +33 (0)140 05 51 71
F +33 (0)140 05 54 45

WWW.104.FR
CONTACT@104.FR

DIRECTION:
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

LE 104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS

**ROBERT CANTARELLA
FRÉDÉRIC FISBACH**
DIRECTEURS

104 CENT QUATRE
11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE

T +33 (0)140 05 51 71
F +33 (0)140 05 54 45

WWW.104.FR

R.CANTARELLA@104.FR
F.FISBACH@104.FR

LE 104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS

CONSTANCE DE CORBIÈRE
DÉLÉGUÉE AUX DÉVELOPPEMENT
ET AUX RELATIONS INTERNATIONALES

104 CENT QUATRE
11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE

T +33 (0)140 05 51 71
F +33 (0)140 05 54 45

WWW.104.FR
C.DECORBIERE@104.FR

DIRECTION:
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

LE 104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS

CÉCILE RENAULT
DIRECTRICE DE L'ADMINISTRATION
ET DE LA PRODUCTION

104 CENT QUATRE
11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE

T +33 (0)144 65 65 38
F +33 (0)140 05 54 45

WWW.104.FR
C.RENAULT@104.FR

DIRECTION:
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

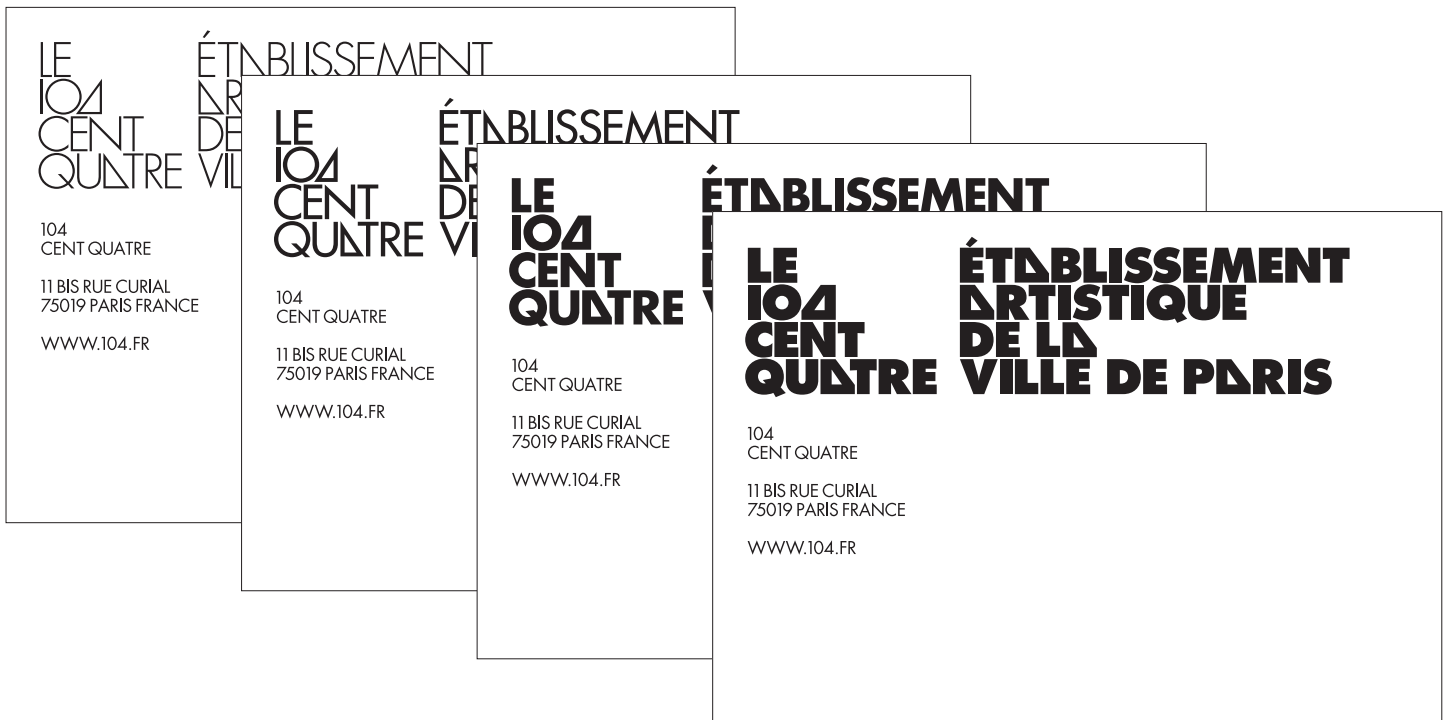
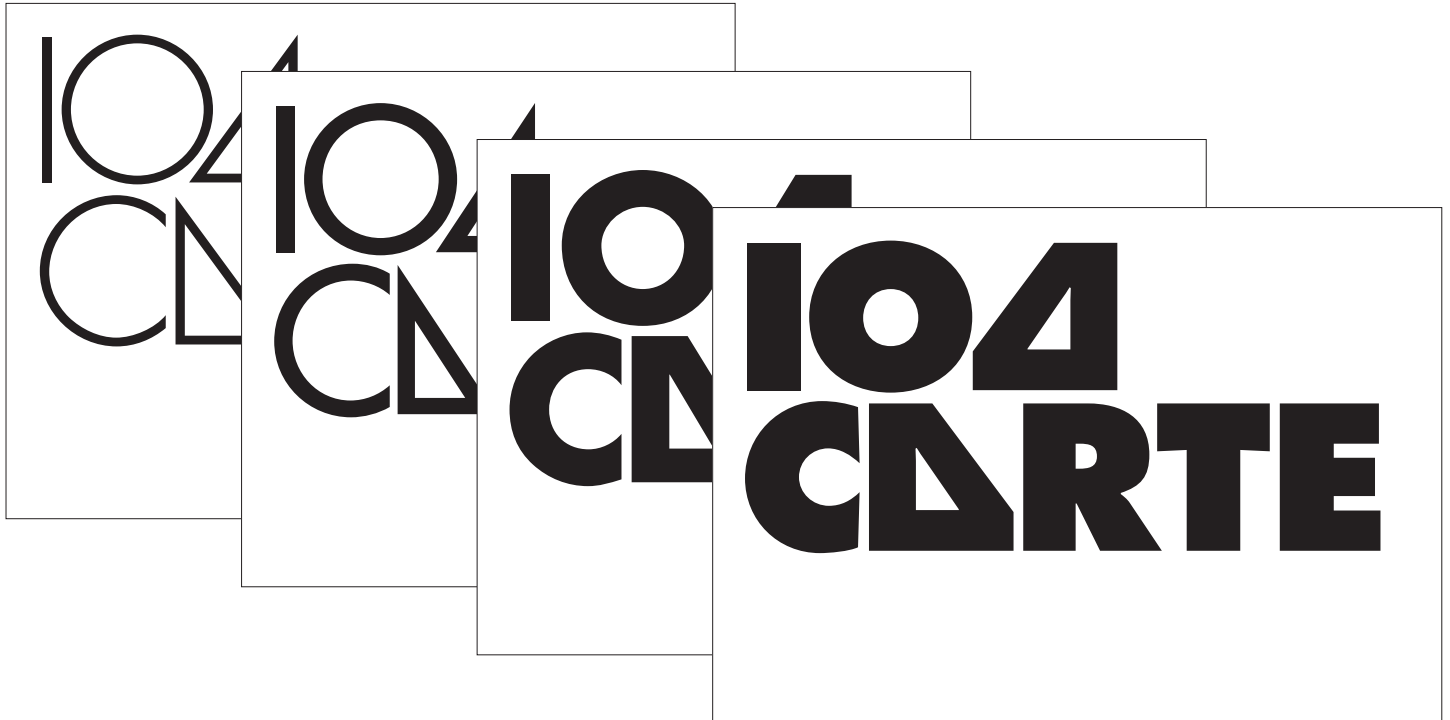
15.04 The A5 card

A5-sized postcard, front and back:



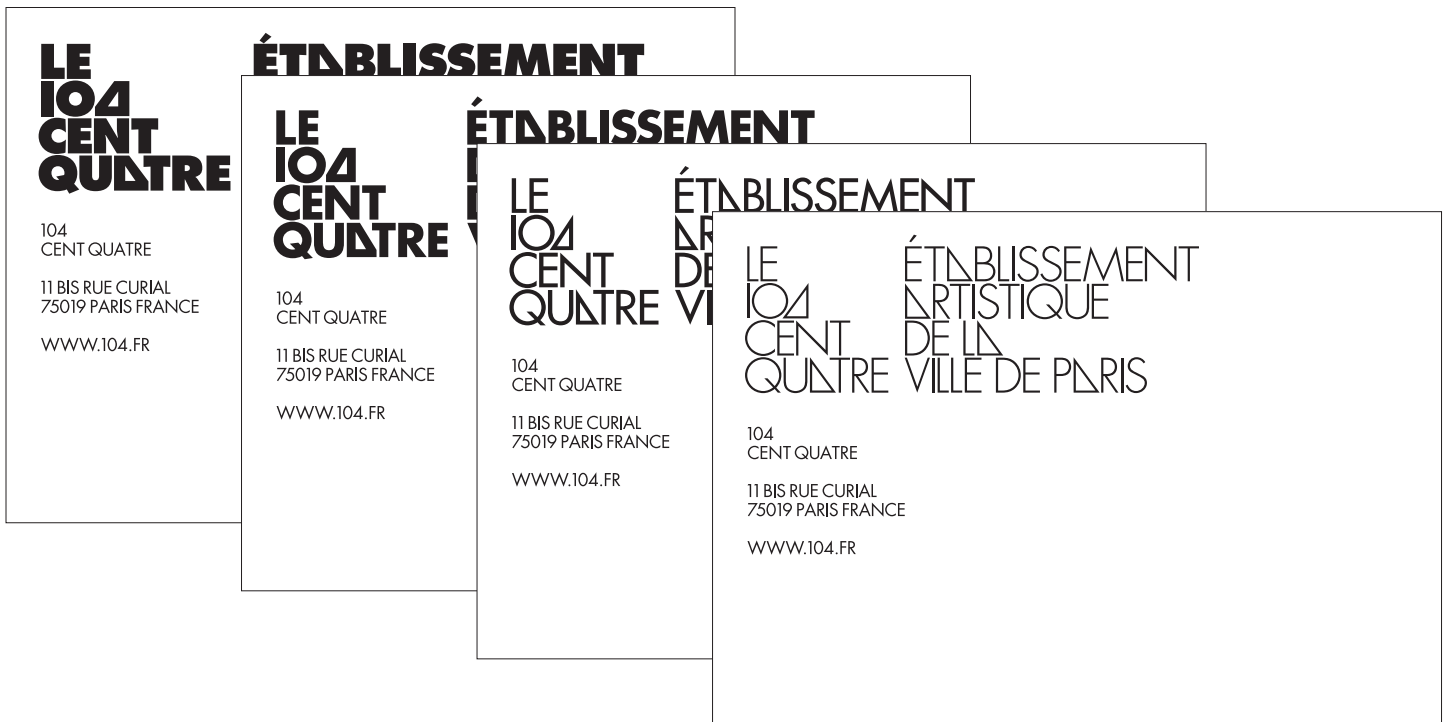
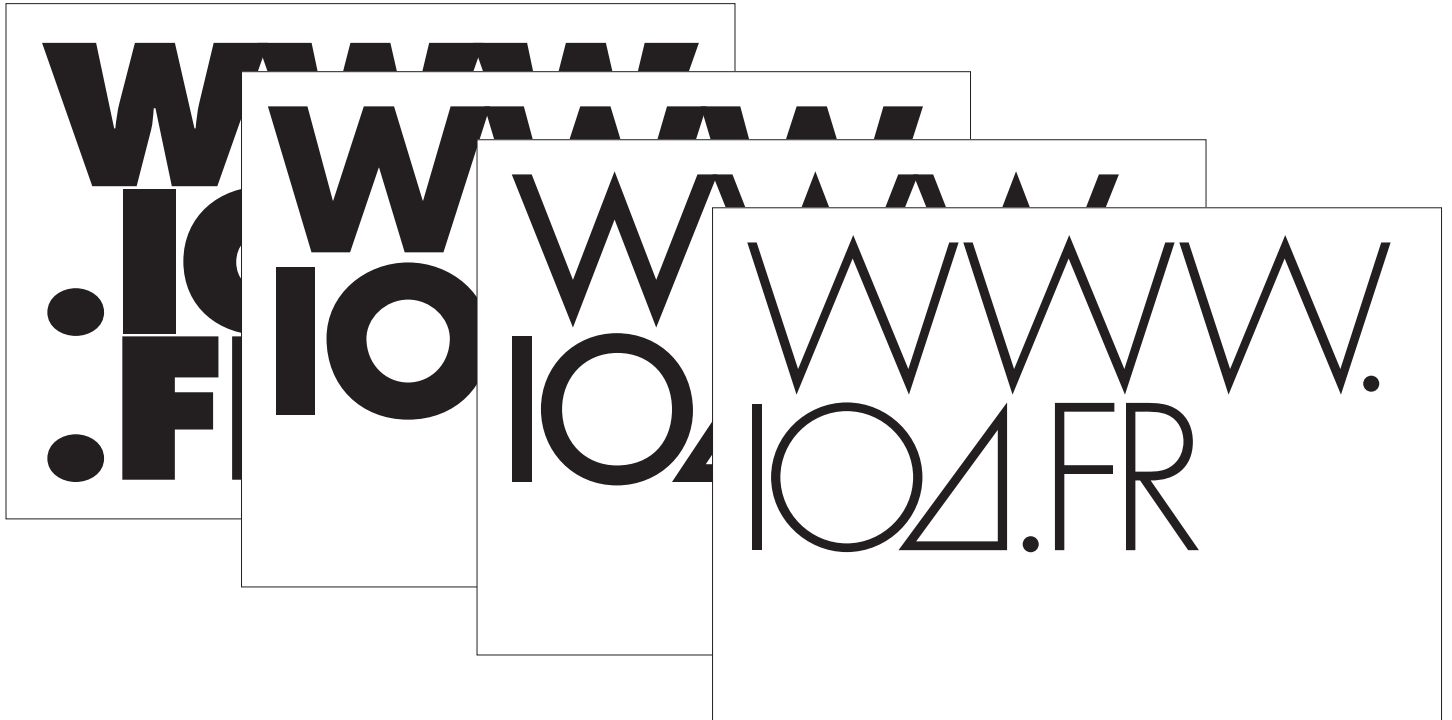
15.05 The A6 card

A6-sized postcard, front and back:



15.05 The A6 card

A6-sized postcard, front and back:



16. Some other items

On these pages, we want to show you some images of recently produced printed matter for 104. The goal of these images is to show you, the reader, how to use the logo of Le Cent Quatre in relationship with the logo of the Mairie de Paris'.

Also, some of these images (in particular the images of the invitation for La Traversée, and the programme of La Traversée) will show you how to deal with the various sponsor- and partner-logos, logos that sometimes are a necessary evil. (To put it very simply, these logos have to be used in a dry, understated way, in black & white, organized in orderly grid).

Again, we could explain the lay-out of these items to you in long texts, as we did in the old manual. But for this new manual, we decided to keep it really simple. Just looking at these images will be enough for now, and will give you the right impression.

On the following pages, you'll find images of the following items: the invitation for La Traversée (front and back), the programme brochure of La Traversée (front and back), a promotional brochure titled 'Ouverture Automne 2008' (front and back), and a New Years card (an A3 mini-poster folded as an A5 card). All these items have actually been printed, in offset, so maybe it's a good idea to ask the office of 104 for the actual printed items. That will also give you a better idea of how these items have been folded, the dimensions of these items, the details of the design, etc. etc.

(It is really too bad that we have to show you these items as 'flat', digital images. Usually, we prefer to show printed matter as photographed objects. But at this moment, we simply don't have enough time to photograph the actual items. Maybe, in a later version of the graphic manual, we can show all the printed matter we designed for 104, as photographed objects).

We also included, on the following pages, a sketch for a press kit (titled 'Le 104 Ouverture Octobre 2008 à Paris'), sketches for two A3 posters (titled 'Le 104 Parlé' and 'Le 104 Rencontre'), and some photographs taken during La Traversée (an event that took place towards the end of 2007, in and around the building of 104). These photographs show the signage we designed for this event.

16.01 La Traversée invitation

A5-sized invitation for La Traversée, front and back.
(Note the relationship between the logo of Le Cent Quatre and the logo of the Marie de Paris).



16.02 La Traversée programme

Brochure for La Traversée. A3-sized sheet, to be folded to an A4-sized booklet. Shown below the brochure in its folded-out form, front and back.

(Note the way the sponsor- and partner-logos are used; black & white, small, and in a very dry way).

LA TRAVERSÉE DU CENT QUATRE
29 DÉCEMBRE 2007 - de 12h à 20h
30 DÉCEMBRE 09 À 15H

75019 PARIS
ENTRÉE GRATUITE
RENSEIGNEMENTS :
T 01 44 65 65 49
WWW.104.FR
104LARAVERSEE.COM

LE 104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS

MAIRIE DE PARIS

LE 104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS



La Traversée
Le samedi 29 décembre 2007 - de 12h à 20h
Le dimanche 30 décembre 2007 - de 9h à 15h
Entrée gratuite

Adresse de la Traversée
104 Paris

01 - La Traversée (scénario) 5, rue Curial
02 - La Traversée (scénario) 104, rue d'Abbeville
03 - 11 rue Curial
04 - 11 rue Curial
05 - Au Curial 7, rue Curial

06 - Le Pascal 46, rue d'Abbeville
07 - Le Mur de l'entreprise Tafanel
08 - d'Abbeville
09 - Vivieroz 1, rue Jardins d'Bole, entrée rue Siquet
10 - La Traversée du Parc 41, rue du Mont
11 - Armand 1, rue Jardins d'Bole, entrée rue d'Abbeville

Aide
Métro - ligne 7, station Siquet et Curial, pour s'y rendre à la Traversée.
Stations 9411⁰ - rue d'Abbeville, rue Curial, avenue de Flandre, rue Siquet, quai de la Seine et rue de Tanger.
M - Stations de Métro
104 Le Cent Quatre
1111 rue Curial - 75019 Paris
Tél. : 01 44 65 65 49
La Traversée - www.104laraversee.com
Le Cent Quatre - www.104.fr

Conception graphique - Experimental Jetset
Imprimé par - Imprimerie Du Mexica, Paris

LE 104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS

LE 104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS

Le Cent Quatre est un des projets phares de la politique culturelle de la Ville de Paris initiée dès le début de la mandature par Bertrand Delanoë, Maire de Paris, et Christophe Girard, adjoint au Maire chargé de la culture.

Le Cent Quatre est un établissement artistique de la Ville de Paris dédié à la production et à la création, situé dans le 19^e arrondissement sur le site des anciennes Pompes Funèbres. Dirigé par Robert Cantarella et Frédéric Fishbach, ce projet permettra au public de développer un regard nouveau sur les arts d'aujourd'hui. Il accueillera aussi des commerces, un restaurant, un espace pour la petite enfance et des équipements publics de proximité pour les pratiques artistiques amateurs, en lien notamment avec la Mairie du 19^e arrondissement. Le Cent Quatre sera un nouveau passage ouvert tous les jours de 7h à 23h en 2008.

Le logo, la signalétique et l'identité graphique ont été réalisés par Experimental Jetset dans le cadre d'une résidence au 104 commandée au printemps 2007.

Programme La Traversée du Cent Quatre

Vincent Egplay - *Station des ombes* / Le plasticien Vincent Egplay met en place un dispositif sonore évolutif perceptible en deux temps, constitué de deux cabines d'émission et d'une station de réception. Il travaille pour la Traversée avec les sons des villes parisiennes du Cent Quatre, notamment Les Berges, Rome et Belleville avec la pièce sonore : *Quelle journée ?* par : atelier Le Balto, avec Marie Chartron. Il élabore une recherche multiforme mettant en jeu la matérialité du son et ses modes de diffusion/capture.

Fierick Sorin - *Portraits mobiles avec objets associés* / Artiste vidéaste, Fierick Sorin propose une création vidéo participative, un "tableau animé" ultra-panoramique dont les personnages sont les visiteurs eux-mêmes. A travers ce travail, il se moque encore une fois, sur un mode burlesque, de l'existence humaine et de la création artistique.

Jean-François Touchard - *Mise en image et en lumière des bâtiments* / Concepteur lumière, Jean-François Touchard fait ressortir les différents espaces, joue avec les ombes des visiteurs et attire le regard vers l'intérieur des salles : l'œuvre lumineuse s'adapte à l'architecture.

11 rue Curial
Robert Cantarella, Sophie Chabaut, Katell Djan, Julien Figuera, Alexandre Meyer, Nicolas Milteau et Eric Salleron - *Les TRANSformations /* Méditations ludiques de l'identité visuelle du Cent Quatre sous forme de mini clips vidéo.

11 bis rue Curial
Inauguration du nouveau site Internet du Cent Quatre : www.104.fr, avec quatre bornes Internet pour permettre au public de le consulter.
Concours photo "Votre Traversée du Cent Quatre" : photographiez votre traversée, apportez vos images, exposez vos photos sur notre nouveau site www.104.fr et gagnez vinyls, t-shirts et sacs Cent Quatre!

Café Au Curial
Paola Tacchi et Michel Lassere - *Les shows Cent Quatre /* Artistes plasticiens, Paola Tacchi et Michel Lassere projettent quatre vidéos allant des photos du chantier et de son voisinage à de courts extraits de presse sans rapport direct, mais qui ensemble interpellent le public.

Café Le Pascal
Jacques Pajot, Atelier Novembre - *L'architecture du Cent Quatre /* Architecture de l'Atelier Novembre, Jacques Pajot présente l'architecture du Cent Quatre à travers une exposition de plans, de photos du chantier et de maquettes du futur Cent Quatre.

Robert Cantarella et Katell Djan - *104 secondes du vidéo /* Projection d'un diptyque vidéo réalisé sur le chantier du Cent Quatre par Robert Cantarella, un des deux directeurs du Cent Quatre et metteur en scène et Katell Djan, directrice photo.

Mur de l'entreprise Tafanel
Alain Bernardini - *La Palissade Episode 2 /* Photographie et vidéo, Alain Bernardini propose une autre représentation du monde du travail en installant sur le mur ses photos réalisées à l'aide des ouvriers du Cent Quatre.

Les Jardins d'Bole
Viravong - *Les planches de Chic Dan /* Dessinateur de bandes dessinées, Viravong agrandit 12 planches de sa nouvelle bande dessinée qui paraîtra au printemps 2008.
(c) Casterman / Viravong

Lindy Annis - *ARCADIA Et in Arcadia Ego /* Je suis en

Horaires de la Traversée du Cent Quatre :
Samedi 29 décembre :
ouverture de tous les lieux de 12h à 20h
12h30 : *104 partie* / Robert Cantarella et Frédéric Fishbach - Café Le Pascal.
Les directeurs du Cent Quatre présentent leur projet au cours de petites performances parties.
14h00 : une délégation d'amis employés de la Société municipale des Pompes Funèbres guident les visiteurs sur le chantier et leur font part de leur expérience dans ce lieu.
15h00 : lecture d'extraits de *Passage Le Livre* / Christophe Lamot Enos - Café Le Mathis.
16h00 : présentation et signature de *Le Dialogue contre l'Insomnie* (Hypnose) - Stenographer_09 / 2007 - Vincent Egplay - Brasserie du Parc.
16h30 : *104 partie* / Robert Cantarella et Frédéric Fishbach - Café Le Pascal.
17h00 : lecture d'extraits de *Passage Le Livre* / Christophe Lamot Enos - Café Le Mathis.
18h00 : rencontre entre le public, les artistes et les directeurs du Cent Quatre pour un moment de partage et de discussion - Café Le Pascal.
19h00 : présentation et signature de *Le Dialogue contre l'Insomnie* (Hypnose) - Stenographer_09 / 2007 - Vincent Egplay - Brasserie du Parc.
19h30 : *104 partie* / Robert Cantarella et Frédéric Fishbach - Café Le Pascal.

Dimanche 30 décembre :
ouverture de tous les lieux de 9h à 15h.
10h30 : *104 partie* / Robert Cantarella et Frédéric Fishbach - Café Le Pascal.
11h00 : lecture d'extraits de *Passage Le Livre* / Christophe Lamot Enos - Café Le Mathis.
12h00 : rencontre entre le public, les artistes et les directeurs du Cent Quatre pour un moment de partage et de discussion - Café Le Pascal.
13h00 : lecture d'extraits de *Passage Le Livre* / Christophe Lamot Enos - Café Le Mathis.
14h00 : rencontre entre le public, les artistes et les directeurs du Cent Quatre pour un moment de partage et de discussion - Café Le Pascal.
15h00 : lecture d'extraits de *Passage Le Livre* / Christophe Lamot Enos - Café Le Mathis.

La Traversée Météo Partners & Sponsor :

art21 art'express
PRÉFECTURE DE PARIS
la Traversée 02

Arcaïdia, I am also in Arcadia / Chorégraphe, Lindy Annis transforme le public en danseur grâce au jeu vidéo "GOD" de X-box.

Café Le Mathis
Christophe Lamot Enos - *Passage Le Livre* / Ecrivain, formateur et chercheur en poésie, Christophe Lamot Enos lit plusieurs passages de son ouvrage.

Olivia Rosenthal - *Vieilles Prudes* / Ecrivain qui vient de recevoir le prix Wepler, Olivia Rosenthal propose une pièce sonore réalisée à partir d'entretiens avec des personnes ayant travaillé ou travaillant au Cent Quatre depuis 2004.
Son : Mélène Ducret et Antonin Dalmaso.

La Brasserie du Parc
Mal Lucas - *Paris 19e /* Photographie, Mal Lucas projette un diaporama de ses photos, portant un regard nouveau sur la population du quartier.

Miguel Aquino, Raphaël Condo, Andrea Carr, Arnilf Herzmann, Philippe Hurel, Mauro Lima, Martin Matalon, Jéger Norton, Alberto Pinedas, John Real, Raïja Chariala et Michel Galante - *104 secondes de musique /* Installation sonore qui s'amuse d'un chiffre et fait découvrir des univers différents et lointains.

Vincent Egplay - *Le Dialogue contre l'Insomnie /* Le plasticien Vincent Egplay présente et signe son dernier design, le design contre l'Insomnie (Hypnose), Stenographer_09 / 2007.

Experimental Jetset - *Radio Experimental Jetset /* Experimental Jetset est le studio de design qui a créé l'identité visuelle du Cent Quatre. Sous le nom de Radio Experimental Jetset, ils proposent un DJ set de quatre heures.

Se déplaçant dans les rues du quartier :
Clifton Chartron - *Sous les objets, je bricole /* Alexandre Clifton, scénographe designer, et Guilhem Chartron, designer culinaire, proposent une performance culinaire inspirée de la vie du quartier ; ils réalisent trois recettes à base de objets et les font déguster aux visiteurs.

Dans les rues, sur les façades, sur les arbres :
Jean-Paul Currier - Ecrivain et philosophe, Jean-Paul Currier dépose des mots, phrases qui sont autant d'invitations à partager un univers singulier.

16.03 Ouverture Automne 2008

Promotional brochure for IO4. A3-sized sheet, to be folded to an A4-sized booklet. Shown below the brochure in its folded-out form, front and back.

104
CENT QUATRE
11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS
FRANCE
WWW.IO4.FR

T +33 (0) 1 40 05 51 71
F +33 (0) 1 40 05 54 45
CONTACT@IO4.FR
DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FREDERIC FISBACH

**LE
IO4
CENT
QUATRE**

**ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS**

MAIRIE DE PARIS

**LE
IO4
CENT
QUATRE**

**ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS**

OUVERTURE ARTISTIQUE AUTOMNE 2008

WWW.IO4.FR

**LE
IO4
CENT
QUATRE**

**ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS**

WWW.IO4.FR

**LE
IO4
CENT
QUATRE**

**ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS**

Le Cent Quatre, un ensemble architectural exceptionnel
L'ensemble immobilier est situé entre la 104 rue d'Auberwilliers et la rue Curial à Paris. Il abrite, jusqu'en 1991, le siège des forces armées municipales. Ce service de la Ville de Paris, qui assurait le départ de 150 convois funéraires par jour, a employé plus de 1.000 personnes sur le site. Construit en 1873, cet ensemble architectural inédit d'une surface totale de plus de 35.000 m² a été occupé dans la tradition de l'architecture industrielle, avec des halles dotées de verrières, des quais de déchargement, des cours anglaises, des écuries, des caves, etc. L'ensemble est inscrit à l'Inventaire supplémentaire des Monuments historiques depuis 1997. Les façades et toitures donnant sur les rues d'Auberwilliers et Curial, ainsi que la totalité des halles avec leurs cours sont protégées à ce titre.

A la rencontre de tous les arts
Le Cent Quatre est un lieu de création et de production artistique unique au monde. Le projet des deux directeurs et artistes, Robert Cantarella et Frédéric Fisbach, s'attache tout particulièrement à faire du Cent Quatre un lieu où la dynamique artistique boucure les frontières entre tous les arts et tous les publics. Cette orientation forte sur la cohabitation et l'échange réguliers entre les artistes et les visiteurs impulse des modes de fabrication, de production et de visibilité de l'art résolument nouveaux. Les espaces d'accueil et de travail du Cent Quatre ainsi que l'ensemble des programmes, idées et événements seront pensés pour multiplier les voies d'accès à l'art et permettre des ouvertures inédites vers la création contemporaine. Des troupes d'équipes artistiques accueillies en résidence et venant du monde entier seront présentes simultanément sur le site. Lieu de production, le Cent Quatre donnera aux artistes les moyens techniques, financiers et humains ainsi que la possibilité d'imaginer des modes de production et de coproduction inédits.

participeront à la convivialité du lieu, incitant les passants à le traverser, à s'y arrêter, à y filmer. Le Cent Quatre va concentrer en un même lieu des publics extrêmement divers : artistes résidents, habitants des îles et des arrondissements, touristes du monde entier, professionnels en visite sur des salons et des événements, participants à des séminaires d'entreprises, voisins, ce quartier qui s'étend de Stalingrad à la porte de la Villette a vu naître les premiers graphistes et groupes de hip-hop.

Le Cent Quatre dans son quartier
Le Cent Quatre est un micro-quartier, un pont entre les îles et les arrondissements, au sein d'une ville ouverte sur le monde. Son environnement est riche d'une grande mixité culturelle et sociale. Lieu mythique des cultures urbaines, ce quartier qui s'étend de Stalingrad à la porte de la Villette a vu naître les premiers graphistes et groupes de hip-hop.

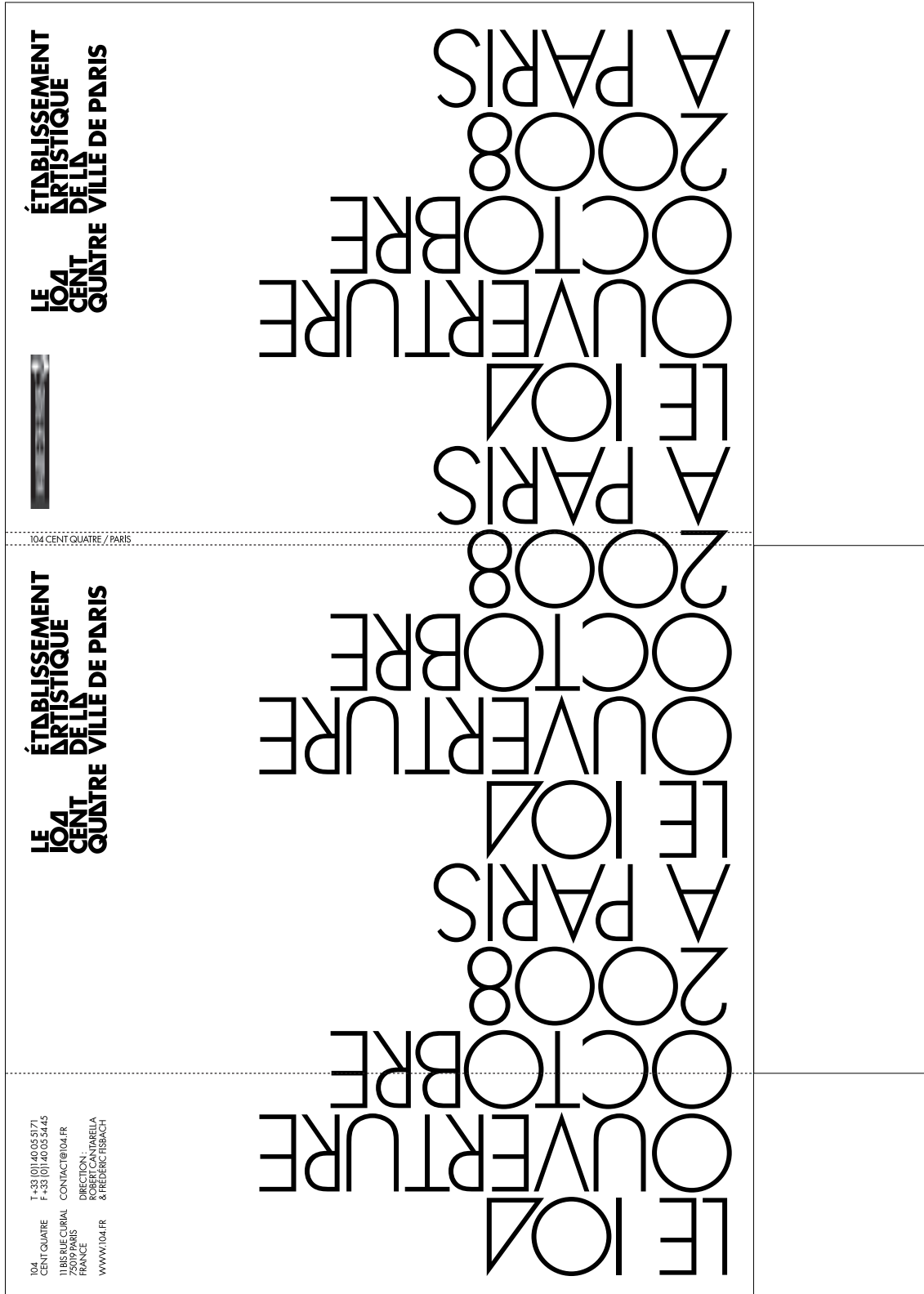
Le Cent Quatre
Établissement artistique de la Ville de Paris
Ouverture : Automne 2008
Direction : Robert Cantarella & Frédéric Fisbach
11 bis rue Curial (adresse provisoire)
75019 Paris
M^o : Crimée, Riquet, Stalingrad
Tel. : 01 40 05 51 71
Fax : 01 40 05 54 45
contact@io4.fr
www.io4.fr

Crédits brochure :
Photographies : Frédéric Haucrytel / One You - Tomorrow pour le 104 La Traversée 23 à 30 décembre 2007

Conception graphique :
Experimental Octets, 2008
Imprimé par : Imprimerie du Marais, Paris

16.04 Le 104 Ouverture Octobre 2008 à Paris

Sketch for press kit. Oversized die-cut A3 sheet, to be folded to an A4-sized folder. Shown below the press kit in its folded-out form.



16.05 Le 104 Parlé
16.06 Le 104 Rencontre

Sketches for two A3-sized posters, to be used to announce small events. See also chapter 06.01 of the old manual.

104 PARLÉ

NOM: **DATE:** **HEURE:**

LE 104 CENT QUATRE **ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS**

LES CONDITIONS D'ACCÈS AU CHANTIER DU 104 SONT DIFFICILES. TOUS LES MOIS, LORS DE RÉUNIONS AU 11 BIS RUE CURIAL, UN MEMBRE DE LA DIRECTION DU 104 VOUS INFORMERA SUR LE PROJET ET SES ÉVOLUTIONS. PLANS, PHOTOGRAPHIES ET IMAGES FILMÉES VOUS EMMÈNERONT VIRTUELLEMENT AU CŒUR DU 104.

LE 104 PARLÉ
RÉUNIONS PUBLIQUES D'INFORMATION
GRATUIT
INSCRIPTION INDISPENSABLE

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS
11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE
TEL 01 40 05 51 72
WWW.104.FR

RENCONTRE

NOM:

DATE:

104 RENCONTRE

HEURE:

LE 104 CENT QUATRE **ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS**

LES CONDITIONS D'ACCÈS AU CHANTIER DU 104 SONT DIFFICILES. TOUS LES MOIS, LORS DE RÉUNIONS AU 11 BIS RUE CURIAL, UN MEMBRE DE LA DIRECTION DU 104 VOUS INFORMERA SUR LE PROJET ET SES ÉVOLUTIONS. PLANS, PHOTOGRAPHIES ET IMAGES FILMÉES VOUS EMMÈNERONT VIRTUELLEMENT AU CŒUR DU 104.

LE 104 RENCONTRE
RÉUNIONS PUBLIQUES D'INFORMATION
GRATUIT
INSCRIPTION INDISPENSABLE

104 CENT QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE DE LA VILLE DE PARIS
11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS FRANCE
TEL 01 40 05 51 72
WWW.104.FR

16.07 La Traversée signage

Photographs of La Traversée, an event that took place towards the end of 2007, in and around the building of 104. These photographs show the temporary signage we designed for this event. The sign system that we will design for the upcoming opening, in October 2008, will look similar, but better.





THE 104 MANUAL
EXPERIMENTAL JETSET

**THE
FINAL
IO4
MANUAL,
AN
INTRODUCTION
TO
THE
GRAPHIC
LANGUAGE
OF
IO4.**

17.00 Introduction to the final chapters

In this final chapter, completed in August 2008, you'll find our last contributions to 104 (Le Cent Quatre). This whole part runs from page 200 to 229.

First, there are a couple of pages (page 201 to page 213) showing the latest version of the stationery. As you can see, this version of the stationery features both the phrase 'Etablissement Artistique de la Ville de Paris' AND the logo of the Marie de Paris. We know, it is ridiculous: basically, both phrases are saying the same thing. It's also very bad taste, to use your stationery as a sort of parking space for logos. But at this point, there is not much we can do. The city council demands it, so we just have to deal with it. This has nothing to do with graphic design anymore; this is pure damage control.

After the stationery, we continue with page 214, featuring some logo proposals we made for 'La Maison des Petits' and 'Le 5 Rue Curial', two departments within the institute of 104. ('La Maison des Petits' is a department dedicated to children, while 'Le 5 Rue Curial' will focus on amateur art).

Next, we continue with a couple of pages (215-216) showing flat digital images of a extensive system of brochures that we designed earlier this year. One of these brochures is already printed (the brochure that

reads "39000 m2 de Cent Quatre, 6000 m2 à louer"), the other brochures are not yet printed.

We would have loved to show actual photographs of the printed brochure, but we simply don't have enough time for photographing right now, that's why we show you flat digital images. If you would like to see the actual, printed brochure, please ask 104 for it.

After that section, we show the templates we designed for 104 La Revue, a website that will be loosely connected to Editions 104, the publishing department of 104.

And right after that, we show the templates we designed for the series of publications that will be released later this year (and following years) by Editions 104.

Then we show a selection of proposals we designed for the poster project surrounding the opening of 104. This turned out to be quite a complicated history, so we dedicated a considerable amount of pages to this story: from page 222 to page 228.

We end with an afterword, in which we explain (very briefly) why we stopped working for 104.

And this concludes our introduction to the last part of this manual. Hope you enjoy these last couple of pages.

Experimental Jetset, Amsterdam 15.08.08

17.01 Letterhead

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS

104 T +33 (0)140 05 5171
CENT QUATRE F +33 (0)140 05 54 45

11 BIS RUE CURIAL CONTACT@104.FR
75019 PARIS
FRANCE

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

WWW.104.FR

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS

104
CENT QUATRE T +33 (0)140 05 5171
F +33 (0)140 05 54 45

11 BIS RUE CURIAL CONTACT@104.FR
75019 PARIS
FRANCE

WWW.104.FR

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

**LE
104
CENT
QUATRE** **ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS**

104 T +33 (0)1 40 05 51 71
CENT QUATRE F +33 (0)1 40 05 54 45

11 BIS RUE CURIAL CONTACT@104.FR
75019 PARIS
FRANCE

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

WWW.104.FR

MAIRIE DE PARIS



SIÈGE SOCIAL : 104 RUE D'AUBERVILLIERS 75019 PARIS
SIRET : 498 432 681 000 19 – APE 923D
TVA INTRACOMMUNAUTAIRE : FR 84498432681

**LE
104
CENT
QUATRE**

**ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS**

104
CENT QUATRE

T +33 (0)140 05 5171
F +33 (0)140 05 54 45

11 BIS RUE CURIAL
75019 PARIS
FRANCE

CONTACT@104.FR

WWW.104.FR

DIRECTION :
ROBERT CANTARELLA
& FRÉDÉRIC FISBACH

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA

LE
104
CENT
QUATRE

ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA

LE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT
ARTISTIQUE
DE LA
VILLE DE PARIS

MAIRIE

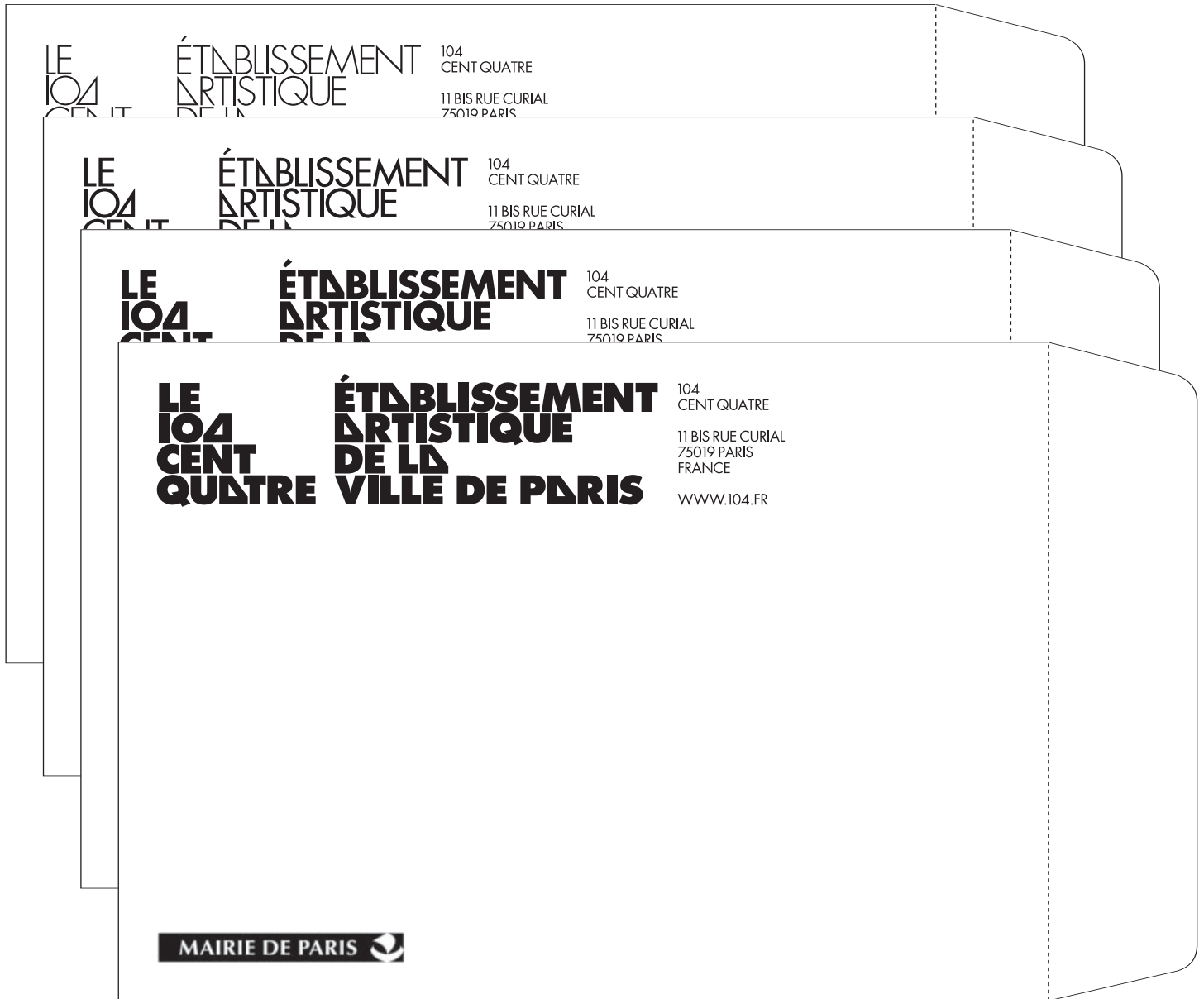
MAIRIE

MAIRIE

MAIRIE DE PARIS

17.02 Envelopes

C5; 229x162 mm



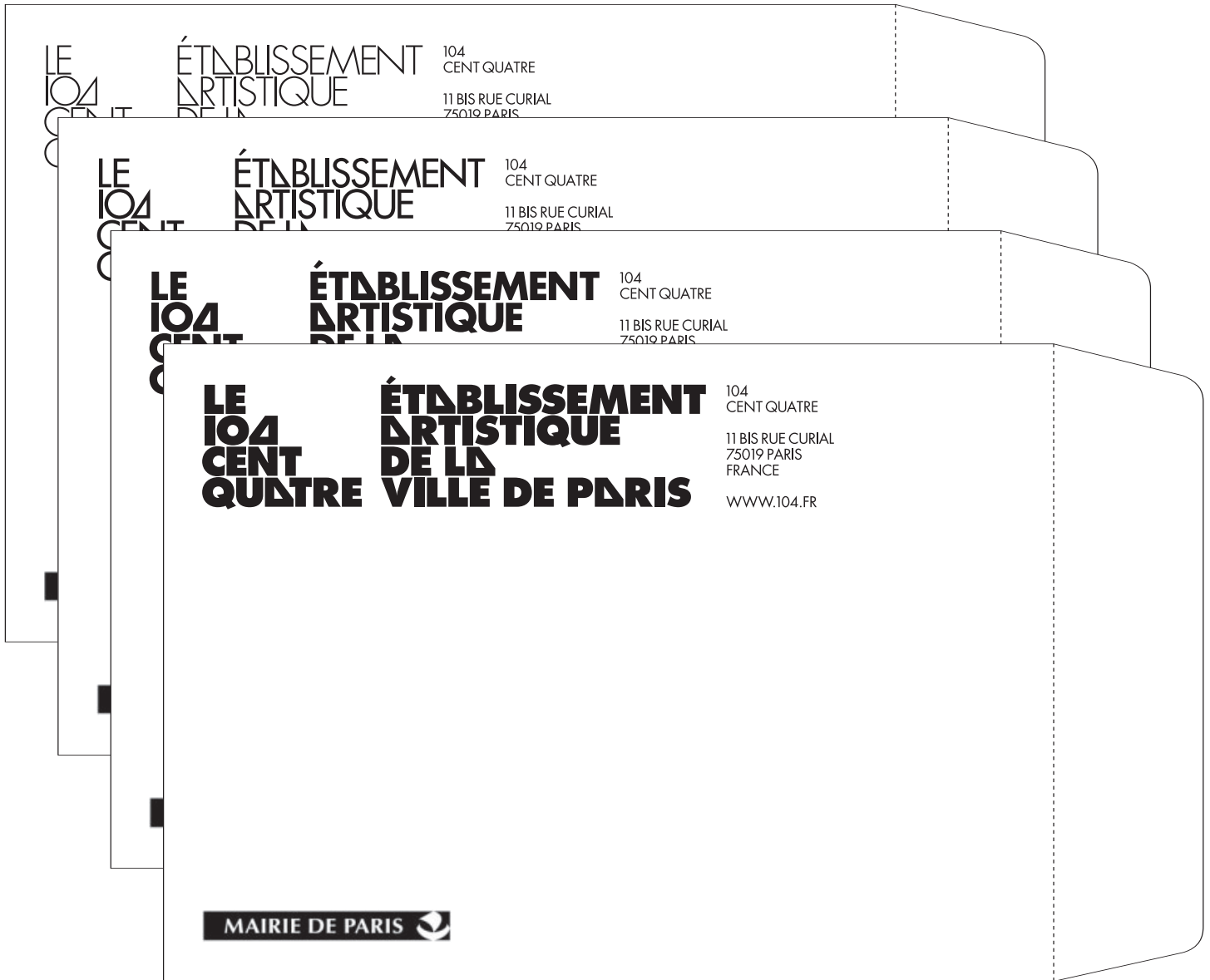
17.02 Envelopes

EA5-6; 220x110 mm



17.02 Envelopes

EA5; 156x220 mm

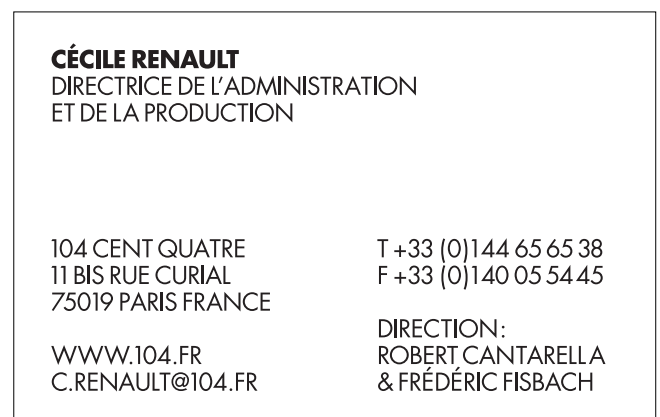
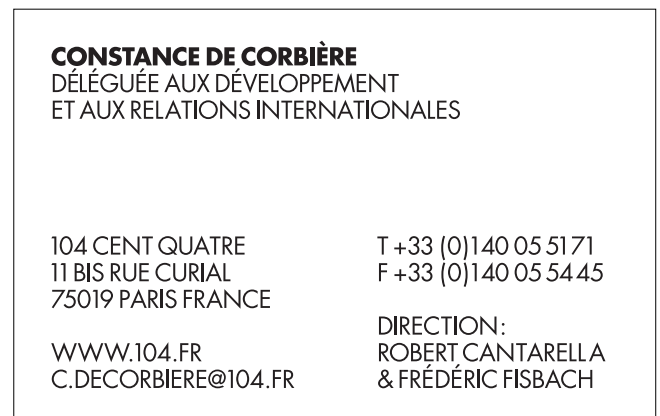
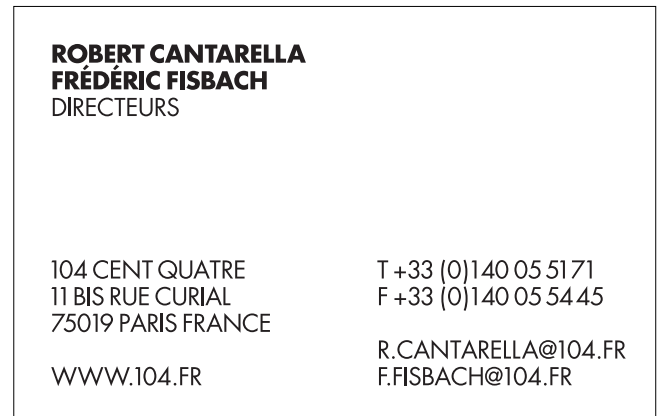
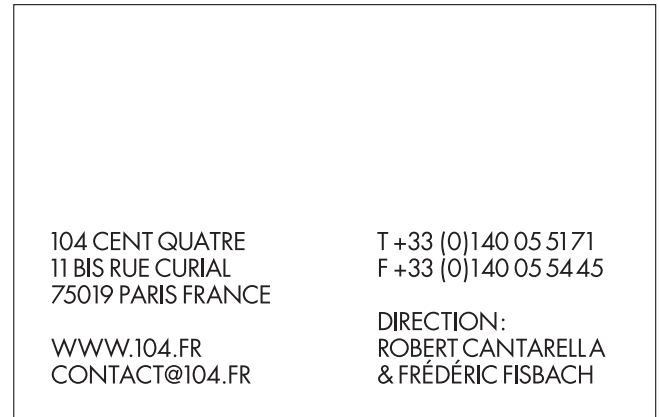


17.03 Address-stickers



17.03 Business cards

Business cards, front and back:



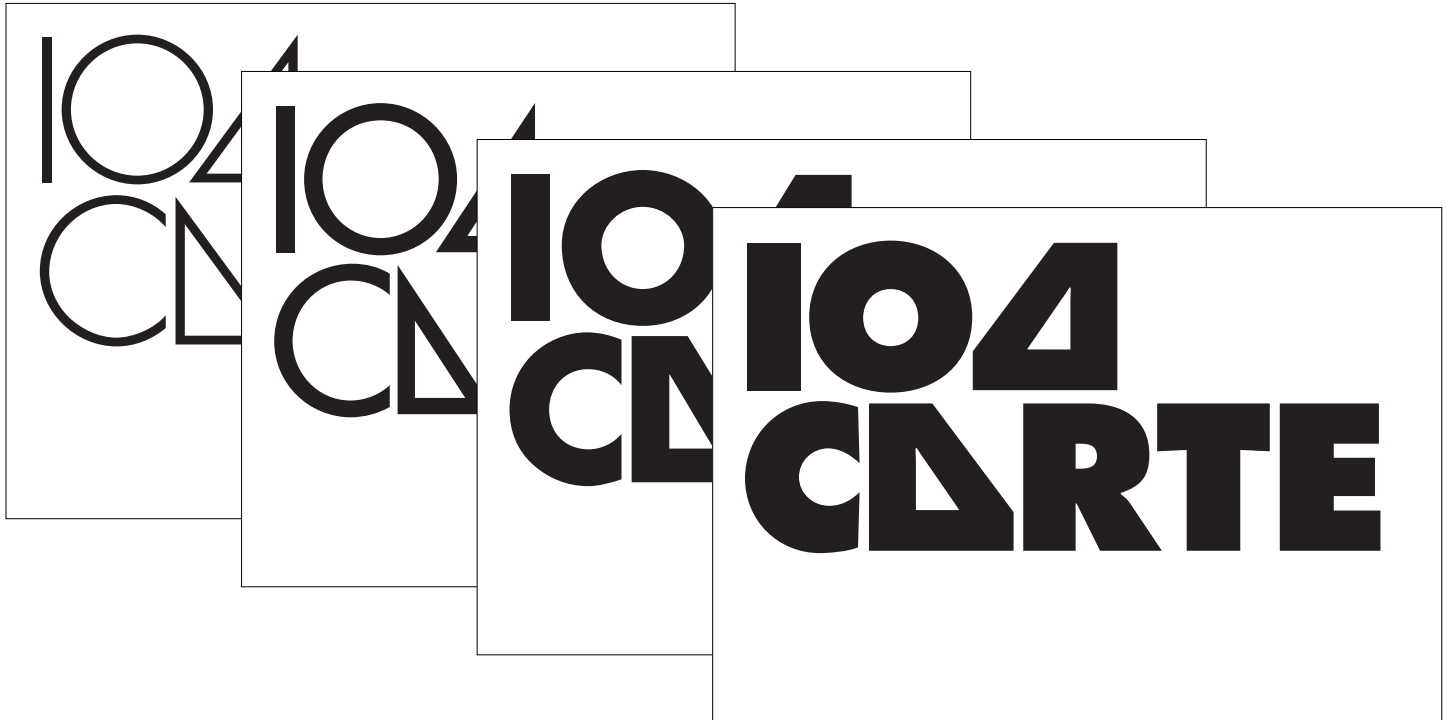
17.04 The A5 card

A5-sized postcard, front and back:



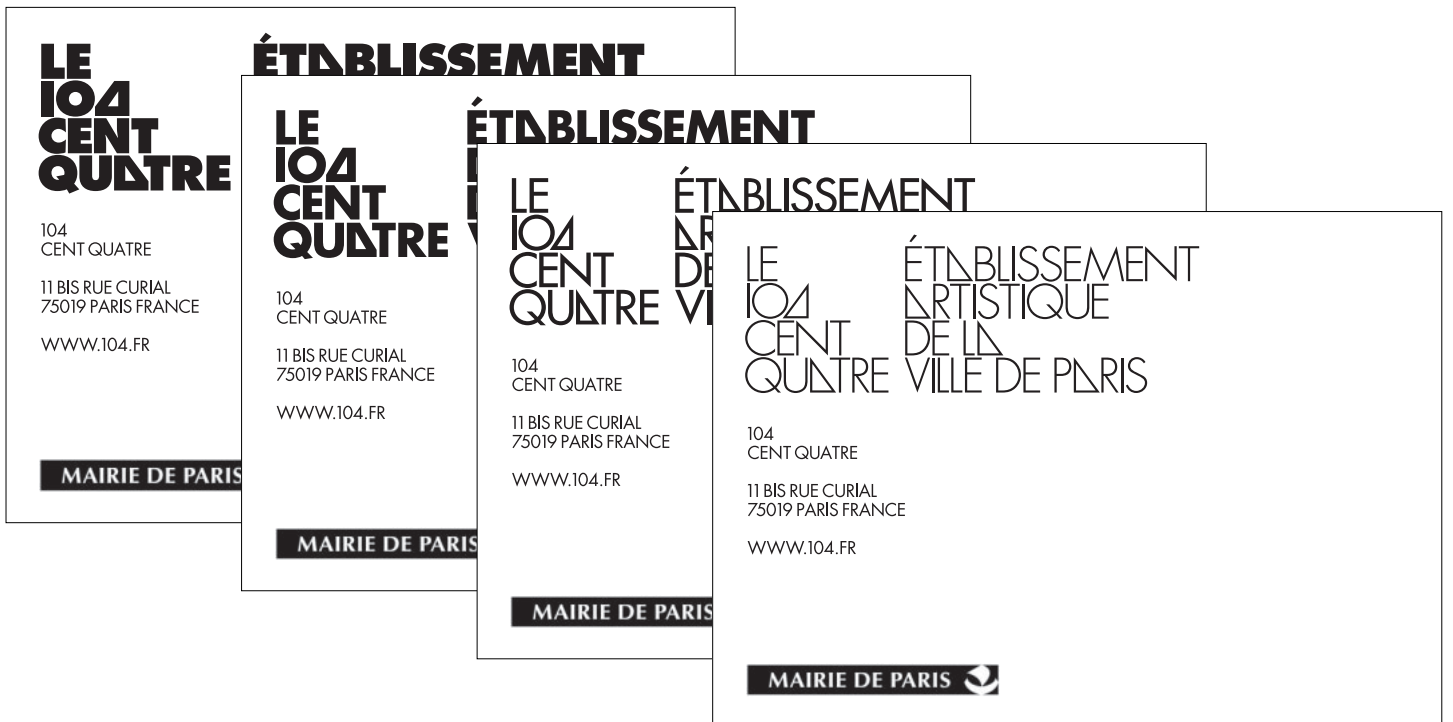
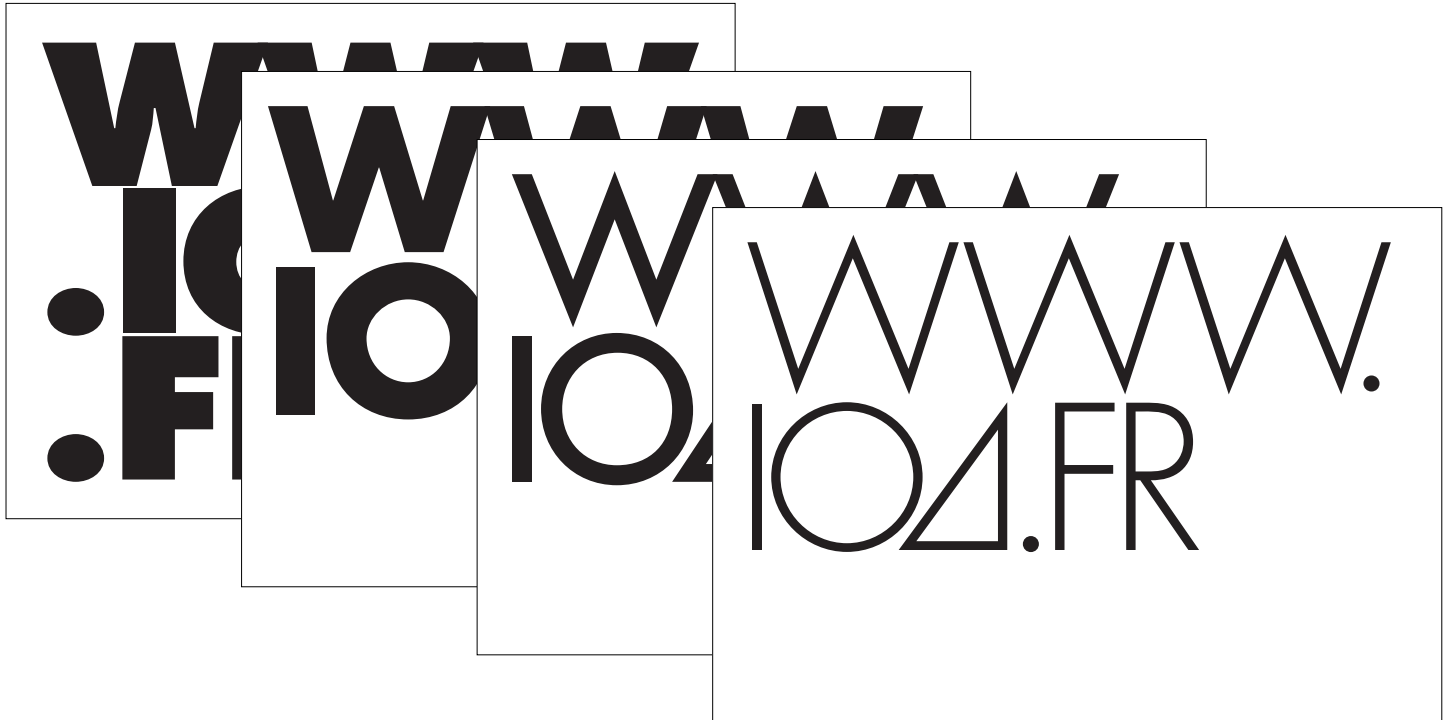
17.05 The A6 card

A6-sized postcard, front and back:



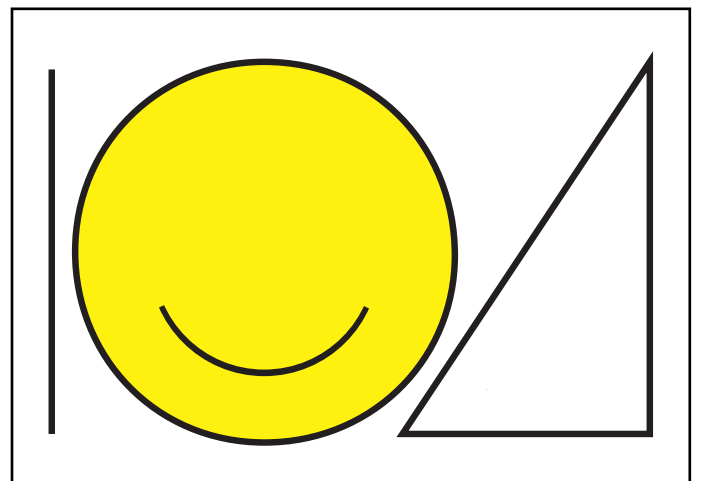
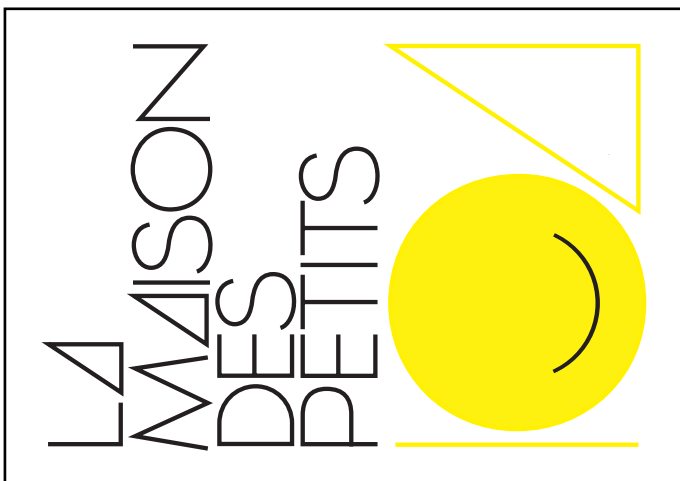
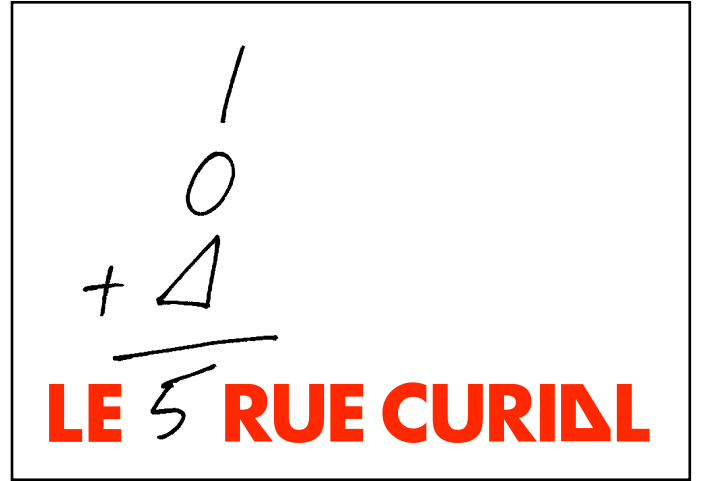
17.05 The A6 card

A6-sized postcard, front and back:



18.01 La Maison des Petits
18.02 Le 5 Rue Curial

Some first sketches for the graphic identities of 'La Maison des Petits' and 'Le 5 Rue Curial', presented to Le Cent Quatre as a set of postcards.



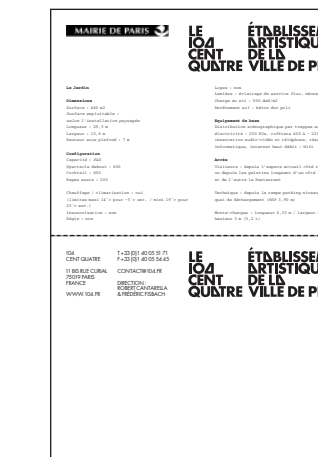
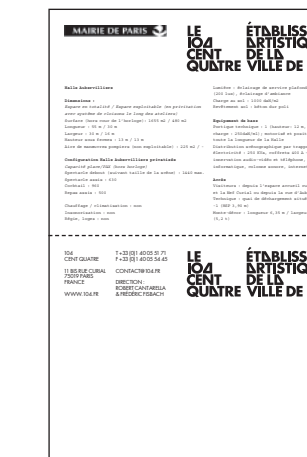
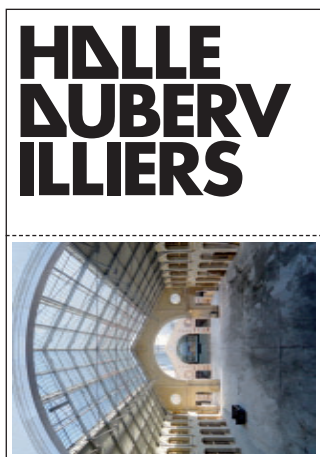
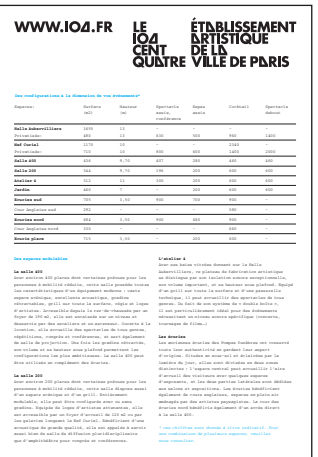
19.01 Brochures

We designed templates for an extensive system of brochures: monthly programs, sponsorship brochures, etc. etc. Basically, each brochure consists of an A3 sheet, folded to A4, printed on thin paper, with thicker A4-sized perforated cardboard sheets inserted. The tension between the thin folder and the thick cards makes it quite interesting.

We already designed a couple of these brochures. First of all, the "39000 m2 de Cent Quatre, 6000 m2

à louer" brochure, which is already printed. We also designed a very exhaustive, colour-coded collection of sponsorship brochures; at the moment we're writing this, this collection hasn't been printed yet.

Shown on these two pages is a small selection of spreads and single pages, taken from these brochures. (We show these pages as flat digital images; we would love to show the printed brochure as an actual photographed object, but we haven't got the time right now to make some pictures. If you are interested in seeing the actual printed object, please ask 104 for it).



20.01 104 La Revue

We were asked to design some templates for '104 La Revue', a website filled with artists' contributions, a project loosely connected to 'Editions 104', the publishing department of Le Cent Quatre.

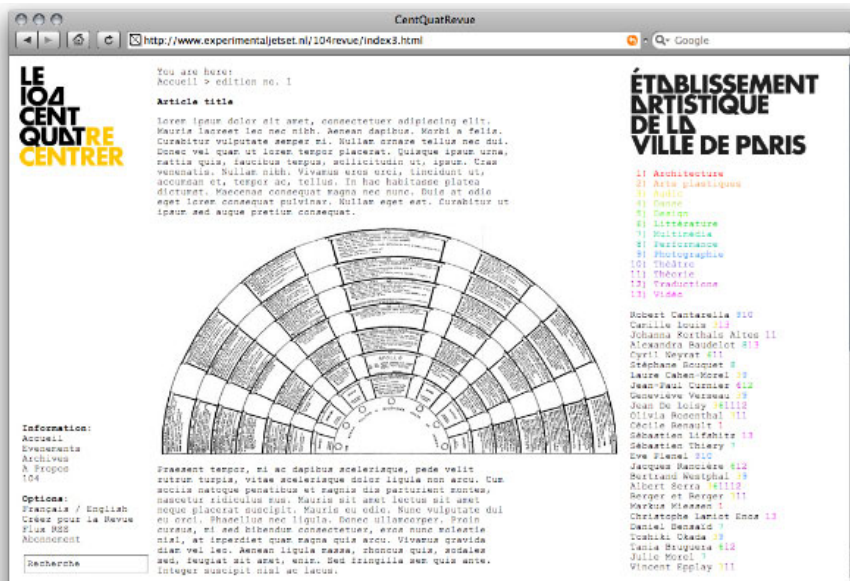
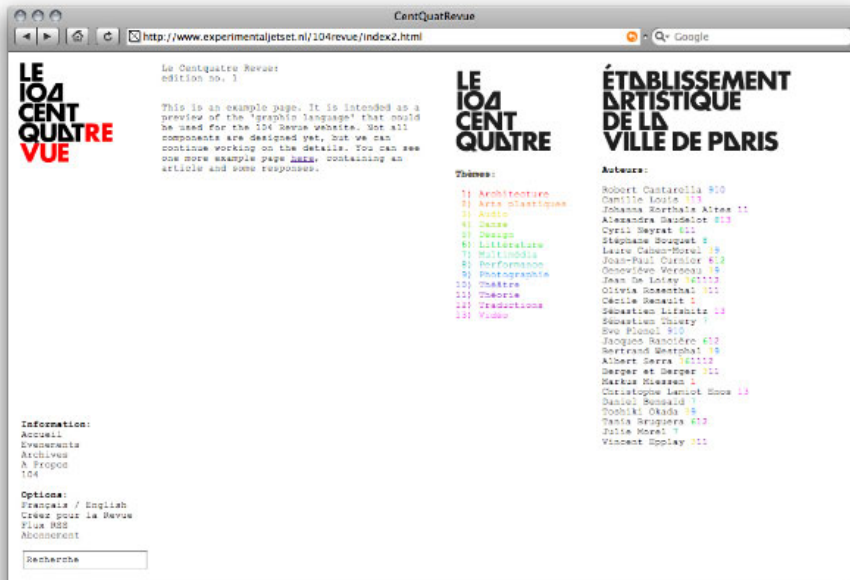
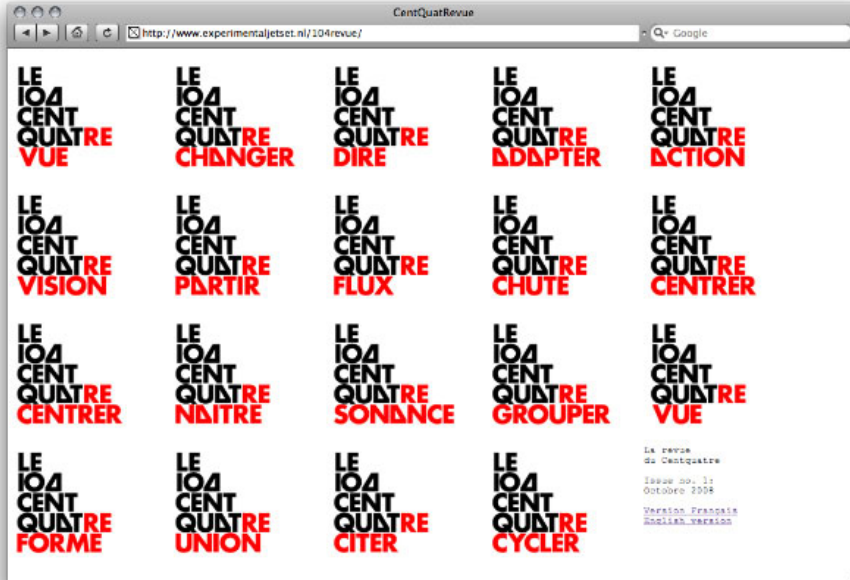
We were actually quite glad to design these templates, as we were extremely disappointed with the 'official' 104 website (www.104.fr). The people that were technically responsible for executing www.104.fr completely ignored all the templates that we designed for that website, and turned it into a very heavy, bombastic Flash monster, with very baroque 3D effects.

So the fact that there would be a new website, www.104-larevue.fr, gave us a fresh opportunity to show what a modern website should look like: light, dry and minimal.

Talking with the directors about their ideas on '104 La Revue' and 'Editions 104', we noticed that they were very inspired by the ideas of Aby Warburg, especially his so-called 'Mnemosyne Atlas'. That is why we based our template on the idea of a mnemonic grid, a composition of repeated words that suggests the storage of memories. Which is also the reason why we created, for '104 La Revue', a logo that can hold many different words, almost as a memory device.

Shown below the first, rough sketches. On the next page (218), you'll find more definitive templates.





21.01 Editions 104

Editions 104 is the publishing department of 104 (Le Cent Quatre). For Editions 104, we designed a whole system of templates for all the publications. Basically, we based our template on a simple 2:3 proportion, and categorized it all as follows:

100 x 150 mm (pocket)
120 x 180 mm (paperback)
140 x 210 mm (novel)
160 x 240 mm (journal)
180 x 270 mm (photo book)
200 x 300 mm (magazine)
300 x 300 mm (vinyl record)

For the covers of these publications, we envisioned a pattern of repeated words, which could hold the name of the writer, and the title of the book.

On the one hand, this pattern refers to the idea of a 'mnemonic grid', as we described on page 217.

On the other hand, the pattern underlines all the different proportions of the publications; it becomes a 'pattern of measurement', so to speak.

We designed two different versions of this system:

In the first version, the pattern always has the same size, emphasizing the different sizes of the publication simply by staying the same.

In the second version, the size of the pattern is different for each publication, growing or shrinking continuously. Both versions can be used next to each other.

On page 219 and 220, we show photographs of the 'dummies' (fake models) that we created to present the general idea to Le Cent Quatre. On page 221, we show a small selection of 'flat' digital images: the cover and some spreads for the first publication in the series, Olivia Rosenthal's 'Viande Froide'.





22.00 Poster project

In the mid of 2008, we were asked to come up with a proposal for a poster campaign to announce the opening of 104 (Le Cent Quatre), an event scheduled to take place in October 2008.

We knew beforehand that this would be a complicated task. We not only had to deal with the wishes of the directors of 104, but we also had to deal with the demands of the mayor of Paris, and his deputy mayor, and the communication department of the city council, and the cultural department of the city council.

Obviously, all these parties had different agendas; we had to try to find a way not to get crushed by all these different schemes and motives.

So we decided to stay flexible. Usually, we have a rather 'take-it-or-leave-it' attitude when it comes to design: we try to solve everything with a minimum amount of proposals; usually just one. In the case of Le Cent Quatre, we tried to work in a slightly different, more pragmatic way, more prepared to design several proposals after each other.

We fooled ourselves into believing that it wouldn't hurt us to slightly adjust ourselves to the French (chaotic, bureaucratic) way of working.

It started relatively calm. A couple of weeks before we started working on the actual posters, we made a proposal for a card (a so-called 'save-the-date') that simply said "The Countdown Begins" (in French, "Le Compte à Rebours Commence"), and featured large numbers counting down. A formal play on the logo of 104, preparing the reader for the upcoming opening of Le Cent Quatre.

This proposal was never used, but the directors did ask us to use this idea for the whole poster campaign surrounding the opening. So far so good.

We prepared a complete presentation, which was rejected directly. The directors found it 'too artistic'.

From then on, we made proposal after proposal. Each time a proposal was rejected (usually for small,

irrelevant reasons), we immediately received a panicky mail (the subject of the mail always featuring the word 'urgent', so often that the word didn't have any meaning anymore at all) asking for yet another proposal. This went on for weeks. We had to deal with the most surreal requests (we vividly remember a text message we once received, informing us that the deputy mayor of Paris insisted that we should use a combination of orange and pink, with no underlying reasoning at all).

We stayed flexible and pragmatic, made proposal after proposal, until we suddenly realized what we were doing. We were in real danger of losing the little dignity we still had left. We felt very much like the character played by Nicole Kidman in 'Dogville': we started out being helpful, and we ended up in chains, being abused by the whole village.

It was right then that we realized that we had to wake up out of the nightmare. We had to quit with 104, before it was too late.

So in many ways, this poster project is unfinished. We quit working for Le Cent Quatre, before any of our proposals was being approved. But we simply don't think any of our proposals would have been approved. In many ways, we feel that the demands we got from the city council (the demands for more and more proposals) were never meant as a constructive process, as working towards a common goal; instead, these demands were just a vulgar display of power, an attempt to sabotage the graphic identity of 104, and to destroy the little amount of pleasure and artistry that was still left in the project. We just had to stop, before being dragged into a very dark pit.

We realize our mistake. We should have never been so flexible and pragmatic. We should have stopped earlier. It really was a lesson for us.

Enclosed, on the following pages, a small amount of our proposals. It's just a tiny selection; we actually made dozens of variations and versions.

22.01 The Countdown Begins

The first proposal revolved around the idea of a countdown (in French: 'compte à rebours'), a countdown towards the opening of 104.

We envisioned these posters to be printed in black and silver, referring to the idea of space travel, rockets, etc. After all, 104 is a new space to explore, so referring to space exploration made sense to us.

More importantly, the idea of a countdown has a lot to do with excitement, anticipation. We wanted Paris to be excited about the opening of 104. 'The Countdown Begins' sounds almost like a movie trailer, building up suspense.

The idea of a countdown could be applied to all kinds of media. Not only on posters, but also in radio commercials, TV ads, websites; it is a concept with a lot of possibilities.

Needless to say, it was rejected.



00. As theme for the inauguration of Le Cent Quatre, we propose '104 Countdown' (or '104 Compte à Rebours'). A countdown is a good metaphor for the period right before the opening of an institute like Le Cent Quatre : a period to build up tension, to heighten the suspense. A countdown towards a rocket launch is exciting; the countdown towards the launch of Le Cent Quatre should be equally exciting. There is an interesting relation between a rocket, ready to explore space, and the launch of Le Cent Quatre, a space ready to be explored by the public. That's why we choose, as the main colour for the graphic identity of '104 Countdown', the colour silver: the colour of space ships, of stellar exploration.

01. All the printed matter surrounding the opening of Le Cent Quatre will feature the same countdown motif. Because all the formats and proportions of the printed objects will be different, the countdown itself will look different all the time : sometimes the countdown stops at 100, sometimes at 96. Therefore, all the printed items will look diverse, but consistent at the same time.

For these sketches, we used the slogan "Le Compte à Rebours Commence", but we could also use the slogan "Le Cent Quatre a Commencé", or "Le Countdown Commence".



22.02 The Overprint Series

From then on, we designed proposal after proposal. A lot of these proposals were based on the formal concept of 'overprint': the effect that two colours, printed on top of each other, create a new, darker colour.

Another idea we were playing with was the idea of writing down numbers as text, in the same way that '104' can also be written as 'cent quatre'. So one of our ideas was to write down all the numbers (date, time, etc.) as full text, almost as a short abstract poem.

Then, we were also playing with the idea of 'stereography', the suggestion of 3D by using a combination of red/blue (or red/green) inks, in combination with coloured glasses.

Shown below one out of many, many variations.

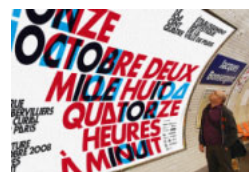


Opening: 104 / Le Cent Quatre

As the basis of the graphic identity surrounding the inauguration of Le Cent Quatre, we decided to use not a slogan, but instead a more visual concept. We really think a visual concept will have a more universal appeal.

What we did was very simple, but the effect is very effective and playful. We wrote down the date of the opening, in full text. Then we 'stamped', on top of this text, the 104 logo. As you see, we stamped this logo on very specific places: when, in the text, the letter 'l' appears, or the letter 'O', the logo of 104 is placed in such a way that the letters 'l' and 'O' overlap with the logo. It's hard to explain in words; please take a look at the images to see what we mean.

This concept can be used for all the different items surrounding the opening: posters, invitations, bags, t-shirts, advertisements, movies, etc. It is a very fluid, modular aesthetic, that can be applied to various formats and sizes very easily. We could even look into the possibility of using different colour combinations, next to each other. We will start working on sketches for these specific applications very soon.



22.03 Our final proposal

In our final proposal, we combined the 'overprint' idea with the 'text-as-numbers' idea. The overprint-effect creates, in the words 'Onze' and 'Octobre', the numbers '11' and '10'. Quite a minimal effect, actually, but efficient.

"What about the colours?", you might ask. "Why green and blue"? Well, in fact, this colour combination had a lot to do with deductive reasoning.

As we wrote elsewhere in the manual, the colour combinations for 104 should be either black/white, or the primary colours (yellow, red, blue). Of course, black/white is not really suitable for overprint, so we geared towards the primary colours.

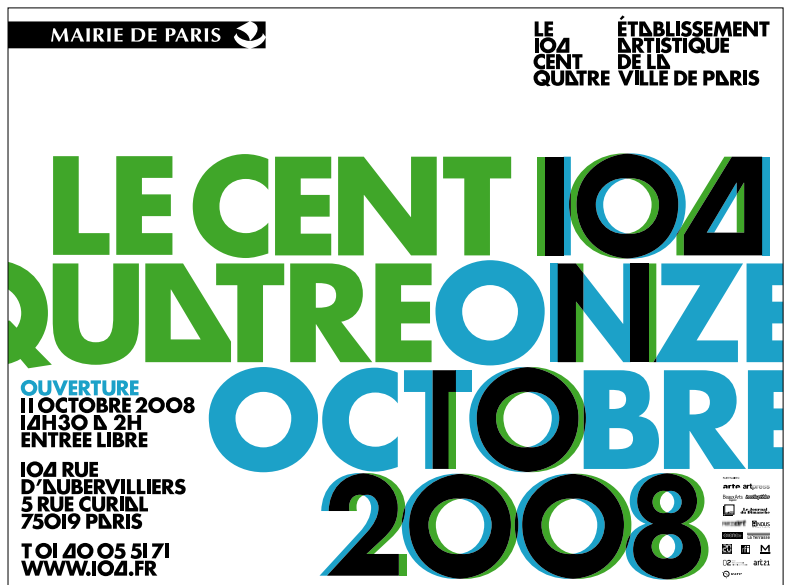
However, the primary colours (yellow, red, blue) are problematic as well: the mayor doesn't like yellow (for no particular reason, he just doesn't like yellow), while the directors dislike the combination of red and blue (they find it too nationalistic).

So we had to move towards another set of colours; secondary colours (purple, green, orange). We justified (to ourselves) the use of secondary colours by convincing ourselves that secondary colours are just primary colors in overprint: red and yellow is orange, red and blue is purple, blue and yellow is green. Simple as that.

But even some of these new colour combinations created problems. For example, the directors thought that green/red would refer too much to the Italian flag. And so we could go on and on.

So after we took all these different demands and restrictions into consideration, we automatically arrived at the most logical colour combination for this particular poster: green/blue.

On the next three pages, we schematically show this absurd process of deductive reasoning.



Opening: 104 / Le Cent Quatre

As the basis of the graphic identity surrounding the inauguration of Le Cent Quatre, we decided to use not a slogan, but instead a more visual concept. We really think a visual concept will have a more universal appeal.

What we did was very simple, but the result is very effective and playful. On the poster, we are showing the date in full text ("Onze Octobre"). By 'overprinting' certain parts of this text, we are also showing the date written in numbers: '11' and '10'. So the poster contains the date twice: as text, and as numbers. It's hard to explain in words; please take a look at the images to see what we mean. The date, obviously, refers to the opening. While the technique of 'overprint' refers to the idea of artistic practice in general.

This concept can be used for all the different items surrounding the opening: posters, invitations, bags, t-shirts, advertisements, movies, etc. It is a very fluid, modular aesthetic, that can be applied to various formats and sizes very easily. In a later stage in the development of Le Cent Quatre, we can use this 'overprint' technique again, possibly in combination with 'stereography' (through the use of 3D-glasses).



All possible colour combinations:



Remaining combinations, after getting rid of yellow,
and removing the red/blue combinations:



Remaining combinations, after removing all double colour combinations:



23.00 Afterword

The moment we are writing this very text, we've stopped working for 104 (Le Cent Quatre). It was quite a drastic decision to make; we have been working for 104 for over a year now, putting a lot of our love, time and energy in it. It might seem strange to quit an assignment only two months before the opening, but as can be read in the previous chapters (22.00–22.04), we saw no other way.

We knew from the beginning that we were never supposed to design the actual sign system, or the actual website (www.104.fr). Our job has always been to design the underlying graphic identity; other people were employed to technically execute this identity. This was a bureaucratic given.

Sure, once in a while we were allowed to design a small brochure, or a t-shirt, or a press release; but in general, it was completely clear to us that some of the bigger elements would be executed by others, and that we would be only responsible for designing the underlying graphic language.

We could accept this frustrating situation only because we knew there were some interesting projects coming up. Projects such as the 104 poster campaign, and the Editions 104 books. Projects that would be completely executed by ourselves, or so it was promised to us. However, after experiencing the difficulties surrounding these projects, we were very disappointed. We suddenly realized that only a very small percentage of all our ideas and proposals was being executed at all. Basically, we concluded that we threw away a year of our lives. We worked so hard, and the result is just a tiny amount of actual printed matter. A few brochures, a t-shirt, a bag, that's all. Of course, we designed the actual logo system, the whole graphic identity, but without the correct application, this identity is worthless. We want to create actual objects, not floating images.

So we decided to stop. And all that remains is this graphic manual.

And while we are talking about the graphic manual, let us say that this is the most tragic manual there has ever been. It has no authority whatsoever.

Do you remember the part in the manual (actually, it's on page 101), where we urge graphic designers to use the proper apostrophes? In other words, to use NOT the straight quote signs, but the curled quote signs? Now, just look at this detail of the sign system in the building:



As you see on this picture, the wrong apostrophes are being used in the building. It says **Château d'eau**, while it should be **Château d'eau**. A very stupid typographic mistake, showing a complete disregard for this manual. Those responsible should be ashamed. And do you remember the part in the manual where we say that no grey backgrounds should be used in the 104 graphic identity? Now, just look at the website (www.104.fr): it has a grey background. It looks terrible. Again, it shows a total disregard for this manual. Finally, do you remember the part in the manual where we explain that, in 'body text' (also known as 'reading text', 'normal text', or 'narrative text', as opposed to the 'image text'), Le Cent Quatre should be written as 'Le Cent Quatre', as three separate words, with only the first letters of the words capitalized? Well, a couple of weeks ago it was decided, without consulting this manual, that Le Cent Quatre should be written as CENTQUATRE, as one word, with only capitals. It looks extremely ugly, as if somebody is shouting at you in the middle of a sentence.

We could go on and on. This manual is a tragedy.

Maybe it would be a good idea to actually publish this manual. It's such a sad, depressing document; people might enjoy reading it. (But before we would actually publish it, we would first have to redesign it here and there, kern it better, get rid of some spelling mistakes... it would still be a lot of work. In other words, don't hold your breath). But it might be a nice idea. An unauthorized graphic manual, that doubles as a testament, a witness to the failure of this graphic project.

Anyway. It is time to close this book. We want to thank Frédéric, Robert and Constance for inviting us, Naïa and Cécile for their ongoing support, and everybody else at 104 for collaborating with us. Despite everything, we hope 104 will be a big success.

We like to end this document with a quote by Walter Benjamin, taken from 'The Arcades Project'. It is a quote that guided us throughout this entire project, especially in the beginning, when we still envisioned the space of 104 to be filled with hundreds of 'échafaudages', covered with sentences, slogans, words and numbers, all beautifully designed. Although this vision will never become reality, we can still find consolation and inspiration in Benjamin's words. The quote describes the flâneur, walking around in 19th century Paris, being confronted with the posters, slogans and street names covering the walls of the city:

"Under these conditions even a sentence (to say nothing of the single word) puts on a face, and this face resembles that of the sentence standing next to it. In this way, every truth points manifestly to its opposite. Truth becomes something living; it lives solely in the rhythm by which statement and counter-statement displace each other, in order to think each other." – Walter Benjamin.



THE 104 MANUAL
EXPERIMENTAL JETSET

**THE
COMPLETE
IO4
MANUAL,
AN
INTRODUCTION
TO
THE
GRAPHIC
LANGUAGE
OF
IO4.**