

MONDES FABRIQUÉS

► *les objets graphiques au cinéma*

► **Key words :**

Graphic design
Cinema
Props
Worldbuilding
Consistency

Abstract

We generally watch a movie without paying attention to its graphic design characteristics. It somehow appears that all of them contain objects, flyers, posters and many other elements created by graphic designers: this is called prop design. This paper aims to emphasize the role of these objects in the movies' worldbuilding development. The research is based on specialized articles, books, documentaries and interviews highlighting this unknown practice. Analysis of those kinds of documents indicates that a simple object such as a business card can impact the consistency of a film. The props designer, thanks to a huge archiving work, is therefore able to play a role on how a movie is perceived by spectators. On this basis, it clearly appears that a prop, nothing more, has its own importance in the filmmaking process. Graphic designers have definitely an impact in this process and the cinematic environment: they have got the power to create a unique intelligible universe, capable of filling anyone with wonders.

Abstract	3
Introduction	7
<hr/>	
Objets graphiques et cohérence diégétique	8
Contexte narratif, documenter pour s'imprégner	8
Des objets au service de la cohérence cinématographique	12
Des supports faits pour être vus?	16
Objets vus, perçus (et retenus)	16
Se fondre dans le décor, l'imperceptible	18
Le travailleur de l'ombre: la place du graphiste	22
Celui qu'on ne voit pas	22
Rendre le métier visible	24
<hr/>	
Conclusion	27
Annexes	29
Étude de cas	29
Entretien 1: Francis Guibet	37
Entretien 2: Océane Kokai	51
Bibliographie	63
Remerciements	69

¹ Erica Dorn pour le magazine Étapes : Marion Bothorel, « Hommage au monde de l'imprimé » ; Étapes n° 267, 19 mai 2022, (p. 114 à 119).

² Graphiste qui collabore avec Wes Anderson, notamment lors du tournage de *The French Dispatch* ou de *Asteroid City*.

Introduction

Avant l'apparition de postes dédiés à la création d'objets graphiques pour le cinéma, des réalisateurs portaient déjà une attention au graphisme. C'est ainsi que Jean-Luc Godard, entre autres, intègre journaux, affiches ou panneaux comme éléments de narration, comme dans *Pierrot le fou*. L'activité qui relève à ses débuts d'une pratique expérimentale à l'initiative de quelques cinéastes est devenue un emploi à part entière : celui de graphiste pour le cinéma, chargé de fabriquer cartes, signalétiques, identités visuelles...

Ces éléments prennent discrètement part à la fabrication d'un monde fictif, et participent « à la création d'un monde invisible qui ajoute de la substance à l'histoire »¹ selon Erica Dorn².

On peut alors se demander dans quelle mesure la création d'objets graphiques contribue au bon développement d'un univers cinématographique. Et questionner les sollicitations, attentions et expériences qu'elle mobilise.

Après avoir examiné la manière dont les objets graphiques façonnent la cohérence diégétique d'un film, nous explorerons la façon dont ils sont perçus, pour enfin interroger la place du graphiste, essentiel mais peu reconnu.

Objets graphiques et cohérence diégétique

Contexte narratif, documenter pour s'imprégnner.

Les objets graphiques réalisés pour le cinéma construisent en grande partie la diégèse³ visuelle d'un film, assurant un rôle nécessaire à sa cohérence. Pour ce faire, le graphiste de cinéma entreprend d'abord un travail de documentation et d'archivage. Partant du réel, qu'il s'agisse de lieux et situations, ou de documents qui portent sur des contextes historiques et culturels, le designer constitue une base de données lui permettant de produire des supports graphiques. Il devient un expert de l'univers qu'il retransmet, à l'image d'Eric Rosenberg⁴. Ce dernier explique à l'équipe de Splendoid⁵ que dans le cadre du tournage de *Presque Célèbre*⁶ (fig. 1-2-3), l'archivage et l'imprégnation d'une époque ont été cruciaux dans son processus créatif. Pour ce film, le graphiste s'est plongé dans le

³ Espace-temps dans lequel se déroule l'histoire proposée par la fiction d'un récit, d'un film.

⁴ Graphiste de cinéma ayant travaillé pour de célèbres réalisateurs tels que Cameron Crowe, Robert Zemeckis ou David Fincher.

⁵ Splendoid, «Take 04: Eric Rosenberg», SET UP: Discussions on film design, date inconnue [consultation en septembre 2025]: <<https://splendoid.net/filminutiae/interview-eric-rosenberg-graphic-designer-almost-famous-2000>>

⁶ Film de Cameron Crowe (2000), il s'agit d'une comédie dramatique inspirée de ses propres années de journalisme rock, qui explore la scène musicale des années 70 à travers le regard d'un jeune passionné.

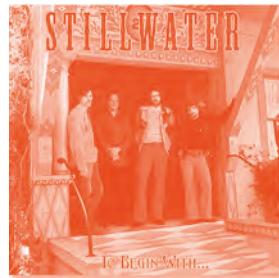
⁷ Eric Rosenberg pour Splendoid.

⁸ Graphiste de renom spécialisée dans le graphisme de cinéma. Sa notoriété lui vient de ses nombreuses collaborations avec Wes Anderson, pour *The Grand Budapest Hotel*, *L'île aux chiens*, etc, ou encore pour Steven Spielberg sur *Le pont des espions*.

⁹ Film de Wes Anderson (2014), il s'agit d'une comédie qui suit un concierge et son protégé dans un hôtel européen de luxe, sur fond de tensions et de changements sociaux à la veille de la Seconde Guerre mondiale.

¹⁰ Lieu de tournage de *The Grand Budapest Hotel*, situé à la frontière Oder-Neisse, en Allemagne. Ville n'ayant quasiment subi aucun impact de la guerre et possédant un écosystème graphique riche de cette époque.

monde de la musique des années 70. En se munissant de pochettes d'albums, de produits dérivés ou même de vêtements, il est devenu un véritable connaisseur du domaine. Ici, «l'objectif n'est pas simplement d'imiter un autre design de l'époque, mais de créer un nouveau design qui donne réellement l'impression d'avoir été conçu à cette époque.»⁷ D'autres graphistes réputés comme Annie Atkins⁸ sont même allés plus loin dans leur démarche documentaire. Pour *The Grand Budapest Hotel*⁹, elle s'est rendue à Görlitz¹⁰ (fig. 4), pour s'imprégnier pleinement du graphisme local et de l'époque d'avant guerre allemande. En vivant sur place, et en puisant dans ses recherches, elle a ainsi pu approfondir sa connaissance du sujet.



(fig. 1)

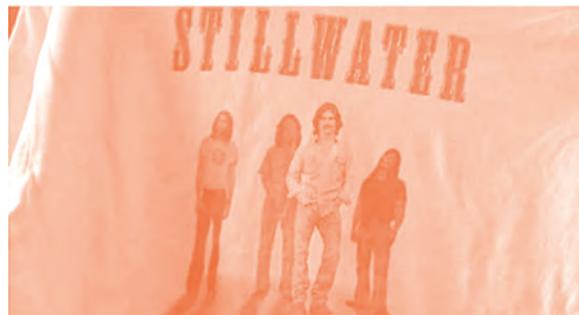


(fig. 1) Eric Rosenberg,
Pochettes d'album pour
Presque célèbre, 2000,
31,4 x 31,4 cm.

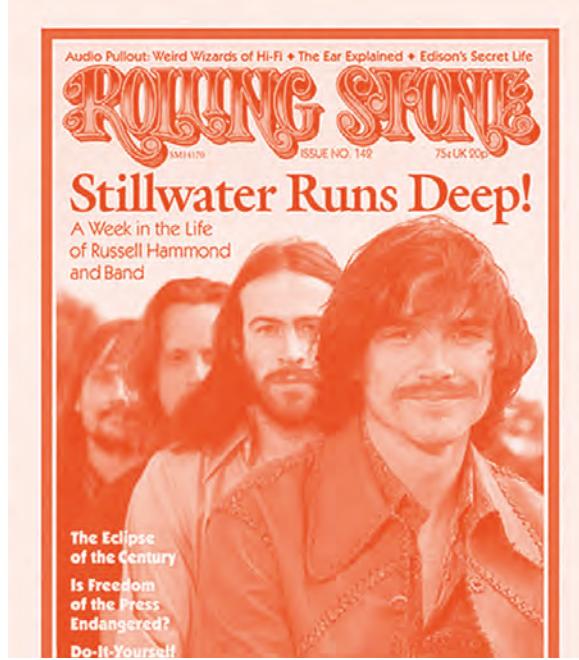
(fig. 2) Eric Rosengerg,
T-shirt pour *Presque célèbre*, 2000.

(fig. 3) Eric Rosenberg,
Couverture de magazine
pour *Presque célèbre*,
2000, format A4.

NB: objets
créés à l'aide
des documentations
et archivages
d'Eric Rosenberg.



(fig. 2)



(fig. 3)

(fig. 4) Ville de Görlitz,
l'une des sources
d'inspirations
d'Annie Atkins pour
son travail sur *The
Grand Budapest Hotel*.



(fig. 4)

Des objets au service de la cohérence cinématographique.

Ce travail de documentation et d'archivage amène donc la création d'objets graphiques adaptés à la diégèse, des objets se fondant dans un cadre précis. La notion de cohérence devient alors essentielle pour façonner le monde filmique. Les éléments sont créés et mis en scène selon cette notion centrale: cohérence spatio-temporelle et narrative. Ils s'inscrivent ainsi dans un lieu et dans une époque, comme dans *The French Dispatch*¹¹ de Wes Anderson. Ici, Erica Dorn, a dû reprendre tous les codes graphiques de la France des années 20, pour produire certaines pièces telles que la carte d'Ennui-sur-Blasé^(fig. 5), mais surtout les magazines du French Dispatch^(fig. 6). Ces nombreuses créations contribuent

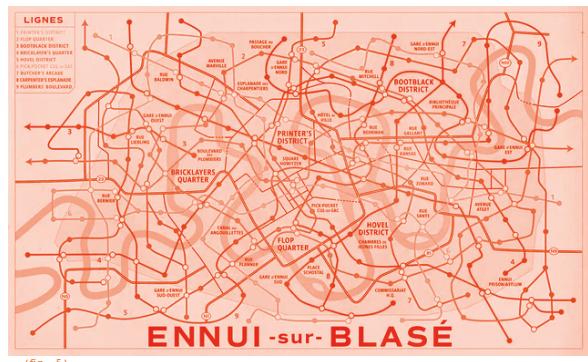
¹¹ Film de Wes Anderson (2021), il s'agit d'une comédie dramatique qui raconte plusieurs histoires publiées dans le dernier numéro d'un journal américain installé dans une ville française fictive.

¹² voir étude de cas.

¹³ Studio de design graphique fondé par Miraphora Mina et Eduardo Lima, célèbre pour ses créations visuelles et accessoires graphiques emblématiques de l'univers des films *Harry Potter* et *Les Animaux fantastiques*.

à la construction d'un décor complet et cohérent. L'attachement aux codes spatio-temporels s'accompagne même parfois, selon le scénario et les demandes du réalisateur, d'un rôle narratif particulier, où l'objet participe à la fiction. Il dépasse alors son rôle, jusqu'à parfois occuper celui de pièce maîtresse ou de personnage. C'est notamment le cas de la carte du Maraudeur¹² (fig. 7-8) réalisée par le studio MinaLima¹³ pour la saga *Harry Potter*¹⁴, qui devient un élément essentiel du film. Les supports graphiques fabriquent alors le décor dans lequel ils se trouvent, et parfois aussi le récit en lui-même.

Ce travail de documentation aboutit à la création d'objets graphiques, tous destinés à apparaître à l'écran, mais selon une échelle de visibilité différente, avec un degré de perceptibilité propre, qu'il nous faut désormais étudier.



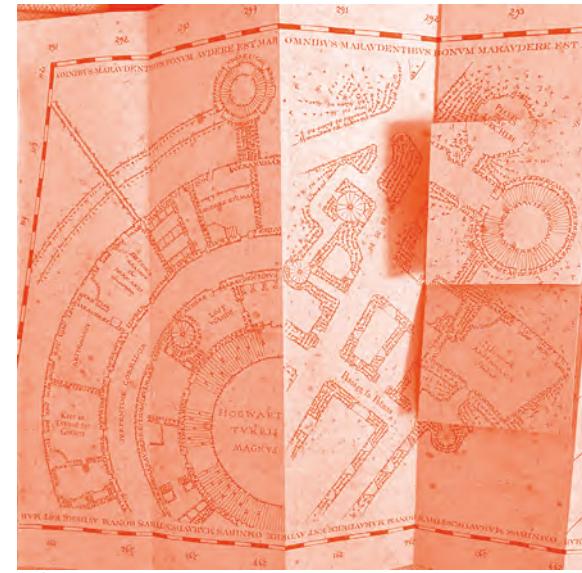
(fig. 5)

(fig. 5) Erica Dorn,
Carte d'Ennui-sur-Blasé
(*The French Dispatch*),
2021.

(fig. 6) Javi Aznarez
sous la supervision
d'Erica Dorn,
*Couvertures de
magazine pour The
French Dispatch*, 2021,
illustrations à l'encre
& peinture & numérique,
format A4.



(fig. 6)



(fig. 7)

(fig. 7) Studio MinaLima,
Carte du Maraudeur,
2004, dessins
à l'encre.

(fig. 8) Studio MinaLima,
Carte du Maraudeur,
2004, dessins
à l'encre. (scène du
film *Harry Potter et le
prisonnier d'Azkaban*)



(fig. 8)

Des supports faits pour être vus ?

Objets vus, perçus (et retenus)

Le travail de création d'objets graphiques nécessite d'anticiper la place qu'il occupera à l'écran. Certains doivent être clairement perçus, d'autres non, selon la volonté du réalisateur et les besoins du scénario. Quelques-uns deviennent des images emblématiques de leurs univers, dépassant ainsi leurs fonctions initiales. Parfois aussi, le réalisateur décide, selon un besoin artistique ou narratif, de mettre en avant le travail des graphistes, qui sera ainsi vus, perçus puis gardé en mémoire, à l'instar des cartes de visite^(fig. 9-10-11) mises en scène dans *American Psycho*¹⁵, créées par Marlène McCarty¹⁶.

Dans ce cas précis, une scène entière du film est dédiée à ces éléments.

Les caractéristiques graphiques et matérielles des objets sont mises en avant: typographie, type de papier et composition servent le récit et occupent la place dominante lors de cette séquence. Dans d'autres cas, les créations graphiques s'inscrivent dans une dynamique esthétique,

¹⁵ Film de Mary Harron (2000), il s'agit d'un thriller satirique qui suit Patrick Bateman, un cadre new-yorkais brillant mais psychologiquement instable.

¹⁶ Artiste visuelle, militante et créatrice de titres. Au cinéma, elle a travaillé avec les réalisateurs Todd Haynes, Kelly Reichardt, Cindy Sherman et Phyllis Nagy... Sa maîtrise du lettrage et de la typographie l'ont amenée à travailler sur le titrage d'*American Psycho*, ainsi que sur ces célèbres cartes de visites.

souvent en lien avec la vision très précise que le réalisateur veut leur donner. C'est par exemple le cas de Wes Anderson, explique Annie Atkins¹⁷, avec qui une réelle collaboration s'établit entre graphiste et réalisateur. Ses films possèdent une esthétique si personnelle qu'un nombre important d'objets graphiques retiennent notre attention et restent dans nos esprits: boîte de pâtisserie Mendl^(fig. 12), plan d'évasion de la prison^(fig. 13) ou encore l'enseigne de l'hôtel^(fig. 14), tous présents dans *The Grand Budapest Hotel*. De ce fait, le graphiste doit pour chaque objet prévoir la manière dont est filmé son travail, mais aussi sa mise en lumière.

¹⁷ Elle explique dans son livre la vision très précise que le réalisateur a de son art. Cadrages, visuels, rythme, tout est pensé selon une esthétique propre au réalisateur: Annie Atkins, *Fake Love Letters, Forged Telegrams, and Prison Escape Maps: Designing Graphic Props for Filmmaking*; Londres, éditions Phaidon Press, février 2020.

Se fondre dans le décor, l'imperceptibilité...

Dans d'autres situations, les créations des graphistes peuvent ne pas être vues et perçues par le spectateur, tout en faisant partie du décor. Leur rôle n'en reste pas moins important. Tout n'est alors qu'une question de perception et d'imperception. Comme l'explique Bergson dans *Matière et mémoire*¹⁸, le cerveau est un organe de sélection rapide. Il détecte constamment une multiplicité d'informations, mais ne sélectionne que ce qu'il faut pour sa compréhension. Par conséquent, dans le cadre du visionnage d'un film, le spectateur se concentre sur certains éléments au détriment d'autres. Ce n'est pas pour autant que ces supports mis en arrière-plan ne contribuent pas à la création du film. Ils font tout autant partie du décor que n'importe quel autre support, et participent au bon développement du film. C'est par exemple le cas de l'enseigne du Gratifico Coffe^(fig. 15) créée par Eric Rosenberg pour *Fight Club*¹⁹: objet non essentiel à la narration et se fondant dans le décor, que le

¹⁸ Essai philosophique qui explore le rapport entre perception, corps et esprit, montrant la manière dont la mémoire façonne notre expérience du réel.

¹⁹ Film de David Fincher (1999), il s'agit d'un thriller qui suit un homme désabusé et son alter ego alors qu'ils créent un club de combat clandestin.

spectateur ne perçoit pas de prime abord. Le travail du graphiste de cinéma est ainsi différent de celui du graphiste auteur²⁰. Au contraire de ce dernier, il doit s'effacer derrière la vision du réalisateur. Il ne s'exprime pas directement: «c'est plutôt un travail de caméléon, on s'efface derrière l'histoire», explique Océane Kokai²¹. Les supports graphiques sont donc hiérarchisés du plus au moins visibles à l'écran, afin que chacun trouve sa juste place dans le récit sans jamais en rompre l'équilibre.

Cette variation de perceptibilité des objets graphiques, modulée selon des intentions narratives et artistiques, reflète le statut de travailleur de l'ombre du graphiste, dont le rôle reste indispensable mais souvent invisible.

²⁰ Le graphiste-auteur est un designer qui conçoit non seulement la forme visuelle, mais aussi le propos et l'intention du projet, affirmant une démarche personnelle et une vision d'auteur dans ses créations graphiques (comme Fanette Mellier ou Catherine Zask). Il est donc à l'opposé du graphiste de cinéma.

²¹ Voir entretien 2.



(fig. 9)



(fig. 10)

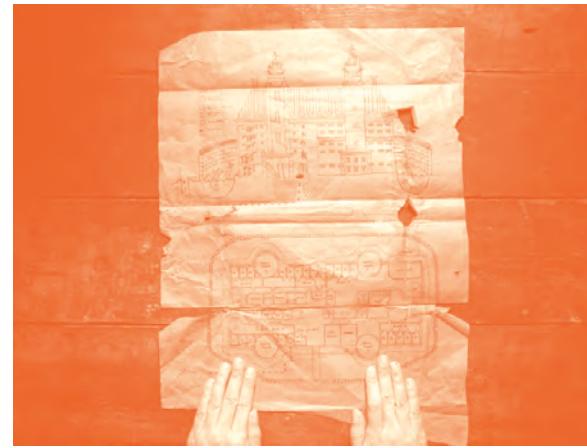


(fig. 11)

(fig. 9-10-11)
Marlène McCarty,
*Cartes de
visite(American
Psycho), 1999.*



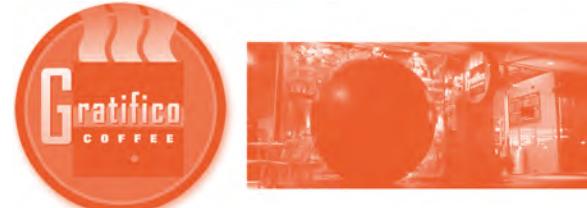
(fig. 12)



(fig. 13)



(fig. 14)



(fig. 15)

(fig. 12) Annie Atkins,
*Boîtes de pâtisseries
Mendl' (The Grand
Budapest Hotel), 2014.*

(fig. 13) Annie Atkins,
*Plan d'évasion de la
prison (The Grand
Budapest Hotel), 2014.*

(fig. 14) Annie Atkins,
*Enseigne du Grand
Budapest Hotel (The
Grand Budapest Hotel),
2014.*

(fig. 15) Eric Rosenberg,
*Enseigne du Gratifico
Coffee (Fight Club),
2014.*

Le travailleur de l'ombre : la place du graphiste

Celui qu'on ne voit pas

Ce statut discret oblige à reconstruire le rôle du graphiste de cinéma : un créateur dont la maîtrise s'exprime par capacité à s'effacer. S'effacer derrière l'univers qu'il crée, la vision du réalisateur, voire du chef décorateur. En réalité, le graphiste de cinéma est même généralement absent des tournages, et n'est pas explicitement inclus au sein de l'équipe qui travaille pour le film. S'il obtient parfois un poste dans l'équipe décorative, il travaille le plus souvent de chez lui. C'est l'expérience que rapporte Océane Kokai pour MAKING OF²². Elle alterne entre journées en présentiel ou non, selon les commanditaires et l'importance qu'on lui donne. Son rôle, pourtant essentiel, est peu reconnu, notamment auprès du grand public. On peut aussi examiner l'idée que le grand public

se fait d'un graphiste de cinéma. Océane Kokai explique que quand elle annonce le nom de son métier, on pense qu'elle « fait des affiches de films ». Preuve du manque d'information et de valorisation de cette profession, qu'on remarque en consultant les guides d'orientation comme ceux de l'ONISEP. Celui qui concerne les métiers du cinéma²³ ne mentionne pas le graphiste, même implicitement. Il y est question de l'équipe décorative, d'accessoiristes et d'autres corps de métiers liés au graphiste de cinéma, mais pas de celui-ci. Un silence qui montre combien cette fonction reste méconnue malgré son rôle déterminant dans la crédibilité des mondes imaginés.

Rendre le métier visible

On constate malgré tout depuis peu une certaine démocratisation du domaine, avec l'apparition de sagas à succès comme *Harry Potter*, et la reconnaissance des graphistes du studio MinaLima qui ont travaillé sur l'identité graphique des objets présents dans les films. Le grand public a ainsi pu prendre conscience du travail déployé derrière ces créations. C'est également le cas d'Annie Atkins, qui s'est frayée une place dans la sphère médiatique, à travers des interviews, des vidéos ou même son propre livre²⁴. Tout ceci montre l'évolution de cette profession à l'échelle internationale. Mais qu'en est-t-il en France? Ici, le métier se développe également. Bien que le grand public n'ait pas encore forcément connaissance de son existence, les principaux intéressés tentent de s'imposer médiatiquement.

²⁴ Il s'agit de *Fake Love Letters, Forged Telegrams, and Prison Escape Maps: Designing Graphic Props for Filmmaking*.

Comme Océane Kokai qui s'engage sur diverses plateformes numériques comme Instagram, Youtube ou Twitch, afin de révéler les coulisses de son métier, des anecdotes, et simplement, montrer que ce domaine existe. Prendre la parole publiquement de la sorte permet ainsi de toucher un public plus large. Il s'agit d'un domaine également en pleine expansion, comme le souligne Francis Guibet²⁵, précisant qu'il y a une vingtaine d'années, « il n'y avait pas vraiment de graphiste. [l'équipe]²⁶ faisait le graphisme ». Alors qu'aujourd'hui, « ils ont une place importante (...) de plus en plus ». Ces évolutions montrent que le graphisme de cinéma gagne peu à peu en visibilité, tant auprès des professionnels que du grand public, preuve de son importance dans la création d'un univers filmique.

²⁵ Voir entretien 1.

²⁶ Voir entretien 1, ici, il est question de l'équipe décorative.

Conclusion

L'exploration du graphisme de cinéma révèle un métier où l'étude documentaire, la sensibilité visuelle et l'effacement volontaire convergent pour construire la cohérence d'un univers filmique.

Par le jeu de la perception et de l'imperception, les objets graphiques soutiennent la narration autant qu'ils structurent le décor filmique. Le graphiste apparaît alors comme un maillon essentiel de la fabrication du film, dont l'importance est aujourd'hui progressivement reconnue.

Toutefois, au-delà de leur présence à l'écran, les objets graphiques incitent à s'interroger sur les potentialités offertes par de nouveaux matériaux, procédés ou techniques de fabrication. Dans cette perspective, le docu-design²⁷ s'impose comme un outil pertinent pour révéler les processus et les gestes à l'origine de ces objets. En rendant visibles ces pratiques, il participe à la compréhension et à la mise en valeur de leur rôle.

Annexes

Les annexes suivantes regroupent les documents complémentaires mentionnés dans l'article.

Étude de cas

La carte du Maraudeur
(Eduardo Lima & Miraphora Mina)

Les timbres de Zubrowka
(Annie Atkins)

Entretiens

1. Francis Guibet;
chef décorateur.

2. Océane Kokai;
graphiste de cinéma

(fig. 16) Studio MinaLima,
Carte du Maraudeur
(*Harry Potter*), 2004,
dessins à l'encre.

(fig. 17) Annie Atkins,
Timbres de Zubrowka
(*The Grand Budapest Hotel*), 2014, gravures
sur bois.

Étude de cas

La carte du Maraudeur et les timbres de Zubrowka



(fig. 16)



(fig. 17)

Au cinéma, cartes, lettres, tickets, timbres constituent une part essentielle mais souvent méconnue de la fabrication d'un univers fictionnel. C'est notamment le cas de la Carte du Maraudeur^(fig. 16) présente dans la saga *Harry Potter*, ou bien des timbres de Zubrowka^(fig. 17), visibles dans *The Grand Budapest Hotel*. Bien qu'ayant un rôle plus ou moins important dans leurs univers respectifs, la cohérence narrative de leur film leur doit beaucoup. De ce fait, nous sommes en mesure de nous demander en quoi ces supports graphiques peuvent participer à la narration d'un film. Après avoir étudié la manière dont est pensée le rôle de ces objets en amont, nous nous concentrerons sur la fonction de leur matérialité, pour finir par réfléchir sur la manière dont ils apparaissent à l'écran.

Avant même d'être filmé, l'objet graphique est pensé, et possède un rôle narratif dès l'écriture du scénario. Les graphistes ne créent jamais au hasard, ils s'imprègnent d'une riche documentation. Pour la carte du Maraudeur, des références

du XVIII^e siècle, des calligrammes, l'architecture d'époque ou même des plans réalisés par Stuart Craig²⁸ ont été exploités. Dans le cas des timbres de Zubrowka, l'iconographie est inspirée des timbres allemands d'avant-guerre, et plus spécifiquement de la figure du président Hindenburg²⁹, dans le but de créer une armoirie stylisée aux couleurs de l'univers de Wes Anderson. Par conséquent, ils s'inscrivent dans un monde rétro, bureaucratique, à l'image d'un empire disparu. La carte du maraudeur quant à elle s'intègre dans un univers magique en reprenant des notions comme le mystère grâce à des calligramme ou des taches d'encre. Même si leur rôle narratif n'est pas toujours évident, ils participent à l'harmonie d'un univers qui doit paraître le plus vrai possible.

En outre, cette intention narrative se prolonge dans la matérialité de l'objet, où textures et techniques viennent renforcer ce que le graphisme a déjà mis en place. Ces éléments deviennent des indices qui permettent de justifier des choix de scénario. Les matériaux deviennent un langage narratif, à l'image du faux parchemin employé pour la carte du Maraudeur, évoquant ancienneté, tout en faisant référence à l'univers magique auquel il appartient. Cet aspect vieilli rappelle l'histoire

²⁸ Architecte qui a réalisé les plans du château de Poudlard selon des références gothiques historiques.

²⁹ Maréchal allemand devenu président de la République de Weimar, connu pour avoir nommé Hitler chancelier en 1933.

même de l'objet, tout en donnant des indices sur ses premiers détenteurs. Au contraire, les timbres de Zubrowka ne révèlent aucune avancée narrative claire, mais viennent fixer un certain réalisme: collés sur papier kraft et imprimés traditionnellement. Sans eux, l'autoritarisme qui se dégage à la vue du décor serait moins évident. Dessin à l'encre, pliage à la main pour la carte, et gravure sur bois pour les timbres viennent renforcer la cohérence narrative, tout en respectant l'univers dans lequel ils sont censés avoir été originellement réalisés.

Toutefois, cette matérialité se manifeste différemment à l'écran selon les objets. La carte du Maraudeur bénéficie d'une exposition plus forte: elle est manipulée par les personnages, filmée en gros plans et dépliée à plusieurs reprises, ce qui permet au spectateur d'en saisir l'importance narrative. Les timbres de Zubrowka, en revanche, apparaissent en arrière-plan et ne sont jamais capturés directement par la caméra. Si tel était le cas, ils n'apporteraient rien à l'intrigue, et gêneraient le spectateur dans sa compréhension du récit. Leur rôle narratif reste donc indirect: ils participent à la crédibilité du monde, à l'impression d'autorité et de structure, mais ne créent pas d'action, puisqu'ils sont

rarement perçus par le spectateur.
Cette différence d'exposition illustre
que l'impact narratif d'un objet
graphique ne dépend pas seulement
de sa conception ou de sa matérialité,
mais aussi de la manière dont il est
filmé et vu par le spectateur. En somme,
leur efficacité narrative naît autant
de leur aspect que de la manière
dont ils sont filmés.

Pour conclure, il apparaît qu'un objet
graphique aide à la construction d'une
narration cinématographique, peu importe
son importance au sein de celle-ci.
Par sa matérialité, les références
mobilisées pour le fabriquer,
ou même la manière dont il est
filmé, il construit à son échelle
une part du récit, à l'image
des deux supports étudiés.

Entretien 1

Francis Guibet; chef décorateur

Chef décorateur depuis plus de 20 ans, Francis Guibet s'est formé à l'ébénisterie à l'École Boulle avant de se tourner vers l'architecture d'intérieur, puis vers les métiers du décor au cinéma. D'abord constructeur, puis assistant et premier assistant décorateur, il développe au fil des années une solide expérience de plateau, nourrie par de nombreuses collaborations sur des publicités, des clips et des productions de grande ampleur. Intermittent du spectacle depuis la fin des années 1990, il contribue à des projets variés et travaille notamment aux côtés de réalisateurs tels que Bernardo Bertolucci ou Norman J. Wilson.

Son expertise s'étend de la conception de décors à la direction d'équipe. En tant que chef décorateur, il supervise la fabrication, l'organisation et l'identité visuelle des espaces filmés, en étroite collaboration avec la réalisation, la photographie et les autres départements artistiques. Il participe également à des productions télévisuelles (notamment les quotidiennes) où la création graphique occupe une place croissante.

Mardi 18 novembre 2025, interview réalisée par échange téléphonique à partir de 18h. Je me situais à mon domicile, de même pour lui.

Pourriez vous vous présenter brièvement s'ils vous plaît?

Alors moi, je suis chef déco depuis pas mal d'années. Mais j'ai commencé par être assistant, après premier assistant. J'ai été chef constructeur aussi parce que moi, je suis passé par l'ébénisterie. J'ai été ébéniste. Voilà, j'ai fait des études d'ébénisterie via l'école Boulle. Après, j'ai continué. Enfin, j'ai continué. Non. Je suis revenu après être parti en architecture d'intérieur pendant deux ans et pour travailler avec un chef déco qui m'avait demandé de travailler avec lui. Entre-temps, j'avais fait pas mal de constructions parce qu'à cette époque-là, il y avait beaucoup de pubs. Donc à ce moment-là, je travaille beaucoup en pub et en long métrage. Puis après, j'ai fait toute une carrière d'assistant puis de chef déco. Et voilà. Mon statut, c'est un statut d'intermittent du spectacle. Donc, c'est un statut précaire. Je ne sais jamais si on aura du travail le lendemain. Mais maintenant, ça fait quand même... Je ne sais pas.

Je pense que je suis intermittent depuis 1997, je crois.

Est-ce que vous avez quelques exemples de projets importants à me donner, pour que je puisse savoir sur quoi vous avez travaillé?

J'ai fait beaucoup de grosses pubs. Parce qu'à l'époque, il y avait beaucoup, beaucoup de pubs. Et puis, des clips. Et après, les grosses productions. J'ai eu la chance de travailler avec des réalisateurs intéressants comme Bertolucci, comme Norman J. Wilson. J'ai travaillé sur *The Dreamer*, par exemple, de Bertolucci. J'avais aussi travaillé sur un des derniers films de Noiret. Il s'appelait *Eddie*. Avec Marion Cotillard, Noiret, Berléand. C'était un de mes premiers films comme chef déco. C'est pas le premier, mais c'est un des premiers.

D'un point de vue plus déco, désormais, j'aimerais savoir comment vous, vous abordez la création de l'univers à partir du scénario?

Pour les films, en fait, ça dépend un peu du réalisateur, parce que c'est lui qui donne le la.

Enfin, en France, en tous les cas, parce que pour les films étrangers, c'est plus le producteur. Mais en France, c'est le réalisateur. Tout dépend de la vision qu'il en a. Il y en a qui sont déjà artistiquement très complets. Donc, qui ont déjà une vue artistique élaborée de leur projet. Et d'autres qui ne l'ont pas du tout. Donc, ça ne va pas du tout être le même travail d'un côté comme de l'autre.

Donc, cela dépend vraiment du réalisateur ?

Oui. Et puis des échanges qu'on a entre tous les acteurs principaux, c'est-à-dire chef opérateur, réalisateur, chef déco et chef costumier.

Mais justement, comment est-ce que vous dialoguez entre tous ces corps de métiers pour arriver à vos fins ?

Il n'y a pas un projet pareil. Ça dépend vraiment... Ce n'est pas comme quand on travaille avec les Américains où vraiment tout est... Tout est bien différencié, oui. C'est vraiment une industrie. Alors, on retrouve un peu cette

façon de faire très industriel dans les quotidiennes. En France, les quotidiennes, c'est vraiment des cours. On se machine. Moi, je pensais que ce n'était pas très intéressant. En fait, c'est très intéressant les quotidiennes parce que ça a ce côté américain où ça fait tellement de minutes par jour que du coup, ça rentre dans des cases. Donc, on discute vraiment avec tous les interlocuteurs. En France, les longs métrages, ça dépend vraiment du projet. On peut avoir beaucoup de dialogues entre les différents chefs de poste, en France, comme très peu. Et après, il peut y avoir des projets où le réalisateur nous demande vraiment des directions artistiques. Et d'autres où il a déjà sa direction artistique.

Au sein de votre équipe, ça se passe comment généralement ? Comment est-ce que vous, vous gérez ça ?

Je monte mon équipe après. C'est-à-dire que moi, je viens de l'assistanat. Donc, moi, j'ai déjà une expérience de monter mes équipes. Et j'ai travaillé avec des chefs déco qui eux ne s'occupent vraiment que de l'artistique et ils te laissent en tant que premier assistant te charger de l'équipe. Ça dépend

vraiment des gens. Moi, j'aime bien monter les équipes parce que j'aime l'ambiance. J'ai besoin que ça soit une famille. Il y a des gens qui ont besoin que ce soit tendu, qui ne créent que dans la souffrance, et qui ne l'avouent pas, mais c'est complètement comme ça. Ils vont mettre ensemble des gens qui ne vont pas forcément s'entendre. Moi, c'est le contraire. Moi, j'ai besoin d'être rassuré. J'ai besoin d'être dans une famille. Donc, j'ai besoin de monter une équipe de gens qui s'entendent. Ça, c'est propre à chacun. Donc, d'un chef déco à l'autre, c'est complètement différent.

Est-ce que, dans vos décors, vous avez déjà intégré des éléments comme des affiches, des enseignes, des journaux et autres ?

Oui, bien sûr

Avez-vous des exemples marquants qui vous viennent à l'esprit ?

Oui, des exemples du quotidien. Par exemple, dans des films dans lesquels un journal va être une pièce maîtresse du film parce qu'il va y avoir des informations importantes.

Donc, du coup, on fait un tirage. Enfin, je n'ai plus en tête dans quelle production, mais je me souviens qu'on avait tiré des *Libérations*, des... Qu'est-ce qu'on a fait? On a tiré *Le Monde*, *Le Parisien*. Ce qui est très intéressant dans les quotidiennes, par exemple, c'est que comme on est à la télé, on nous oblige à refaire tout le graphisme. Donc, en ce qui vous concerne, c'est beaucoup plus intéressant. C'est-à-dire que, par exemple, une quotidienne comme *Plus belle la vie*, tout ce que vous voyez sur *Plus belle la vie* est fait en graphisme. Il n'y a absolument aucun magazine existant.

Puis-je savoir comment est-ce conçu ? Si vous allez les chercher ou si c'est créé spécifiquement pour vos tournages ?

Non, on les conçoit, nous, parce que ça fait partie de l'identité visuelle du film.

Et donc, qui les conçoit chez vous ?

C'est nous, c'est notre équipe. Donc, c'est moi qui le valide quand c'est sur mon projet. Ça fait partie

de... La charte graphique, justement.
Ça fait partie de l'identité du film.

Donc vous avez une charte graphique pour les films à chaque fois ?

On la détermine.

Comment la créez-vous ?

Déjà, on collabore avec le réalisateur, avec la production, avec tous les chefs de poste qui veulent bien travailler selon le projet là-dessus. On élabore un peu une ligne directrice, un peu ce qu'on va en faire. Et après, on fait ce qu'on appelle un dépouillement. Une fois que le dépouillement est fait, élément par élément, on va déterminer ce qu'on fait de chaque élément graphique.

Un par un ?

Un par un, oui, bien sûr.
Avant de commencer, petit à petit, dans le film, on fait des présentations de ce qu'on va présenter et on y fait des ajustements selon la façon dont le réalisateur va le jouer.

Et selon l'idée qu'il s'en fait aussi. Parce qu'on a beau avoir une ligne directrice, des fois, le réalisateur pense avoir autre chose. Ça, ça arrive souvent. Ou on est vraiment en phase avec eux, mais des fois, on n'est pas du tout en phase avec eux. Ça reste humain. Donc à chaque fois, il y a des présentations et on corrige en fonction de la demande. Du coup, on emploie des graphistes.

Vous employez des graphistes au sein de vos équipes ?

Oui, bien sûr.

Et comment travaillez-vous avec eux ? Quelle est leur place réellement au sein de votre équipe ?

Ils ont une place importante. Et puis de plus en plus, parce que maintenant, par exemple, moi qui refais tous les décors fixes de *Plus belle la vie*, j'avais trois graphistes avec moi pendant quatre mois. On répartissait un peu le travail de chacun. Et chacun avait un cahier des charges et une liste d'objets à faire. Et en fonction, on avançait.

Donc après, selon l'importance de la pièce, on met plus ou moins notre patte ou pas. C'est-à-dire que moi, si je connais bien les graphistes et si on détermine bien les choses avant, il y a tout un tas de petites choses que je ne regarde même pas. Pour les bidons de lessive qui vont être dans le coin en haut à gauche, il faut qu'on sache un peu vers quoi on va aller. Je lui fais toute confiance. Par contre, si je n'ai pas confiance ou si je trouve que ça ne va pas ou si ça a une place plus importante dans le jeu, là, j'interviens. C'est-à-dire que là, on fait des allers-retours pour se caler et on fait même des essais. C'est-à-dire que moi, quand j'ai commencé, il n'y avait pas vraiment de graphiste. On faisait du graphisme nous-mêmes. Parce qu'on utilisait en fait la matière première. On utilisait les magazines, on utilisait les journaux. On orientait par rapport à ce qui existait. Et on ne recréait que ce qui était vraiment important. Maintenant, de plus en plus, comme je te dis, jusqu'au quotidien, où vraiment c'est tout, jusqu'à l'étiquette de la confiture ou à l'étiquette au badge qu'il y a sur le vêtement, tout est recréé. Là, c'est un énorme boulot.

Donc, vous diriez que ce rôle-là, il est justement de plus en plus présent, petit à petit?

La présence d'un graphisme et d'un graphiste est de plus en plus présente. Et maintenant, pour revenir à *Plus belle la vie*, c'est deux personnes en constante. C'est-à-dire qui bossent tous les jours. Les quotidiennes qui sont de vraies industries, il y a deux personnes en constance 360 jours par an qui bossent. Mais, elles varient. Puisqu'on n'est pas tous intermittents. Donc, il y a des roulements, en fait.

Leur laissez-vous une certaine liberté, ou leur imposez-vous quand même votre vision ?

Non, non. Moi, j'aime bien, en fait, que les gens... Moi, j'aime bien qu'il y ait une bonne ambiance dans mes équipes. J'aime bien laisser beaucoup de liberté, même si après, je réoriente. J'aime bien avec beaucoup de tact et de... d'empathie, parce que j'aime que ça fonctionne comme ça. Donc, moi, je ne suis pas du tout dans le conflit, ni dans le boulot. Et donc, du coup... Non, non, moi, j'aime bien

que la personne s'implique et soit contente de son propre travail.
Après, je réoriente et j'argumente, parce que j'aime bien aussi, je sais pas, parce que je suis chef déco, que j'ai pas à argumenter mes choix. Donc, j'argumente avec lui pour lui dire pourquoi j'aimerais orienter vers autre chose ou pas. Mais j'aime bien choisir des gens qui sont créatifs. Moi, je veux bosser avec de vrais graphistes. Avec des graphistes qui sont des créatifs, qui sont des gens intéressants, parce que... C'est parce que nous, en tant que chef déco, on se nourrit de toute l'équipe. Sur un projet, c'est faux de croire que c'est le chef déco. Il y a des gens qui ont des égos énormes, qui ont vraiment... Qui veulent faire croire que tout vient d'eux. Moi, pour avoir bossé avec des grands chefs déco, non, tout ne vient pas d'eux.

Entretien 2

Océane Kokaï; graphiste de cinéma

Scénographe, graphiste et créatrice de contenu, Océane Kokaï, connue sous le nom d'Illusion sur YouTube, Instagram et Twitch, développe un travail situé à la croisée du décor, du graphisme et de l'infographie 3D. Formée au design d'espace, elle s'oriente ensuite vers la création graphique pour le cinéma et les productions audiovisuelles, un domaine où elle conçoit des objets et éléments destinés à enrichir les univers fictionnels : documents, packagings, enseignes, identités visuelles fictives ou accessoires graphiques intégrés aux décors.

Active auprès de productions variées, cinéma, télévision, web, captations live, elle met en œuvre une approche rigoureuse et sensible du détail, attentive aux matériaux, aux typographies, aux modes de fabrication et aux procédés d'impression propres aux univers qu'elle contribue à construire. Parallèlement à son activité professionnelle, elle partage son travail et ses recherches en ligne, où elle s'attache à rendre visible un métier encore peu médiatisé.

Interview réalisée par mail entre le 10 et le 20 novembre 2025, afin d'échanger sur différents sujets.

Tout d'abord, pouvez-vous vous présenter brièvement ? (Études, description de votre métier, exemples de projets importants,...)

Je m'appelle Océane, Illusion sur les réseaux sociaux (youtube, instagram, twitch), je suis scénographe, infographiste et créatrice de contenu spécialisée dans les décors de cinéma, TV, YouTube. J'ai étudié le design d'espace, puis me suis orientée naturellement vers le métier de graphiste dans le cinéma (création d'objets graphiques pour les décors: props, identités visuelles fictives, documents de jeu, packagings, enseignes, etc) puis infographiste 3D et créatrice de contenu. Depuis j'ai été amenée à travailler sur des projets très variés: des films, séries, des productions sur YouTube, live sur Twitch ou des plateaux pour la TV.

Parmi les films sur lesquels vous avez travaillé, lequel vous a le plus marqué d'un point de vue purement graphique (créatif) et pourquoi ?

Un des projets qui m'a le plus marquée est sur l'histoire du Comte de Monte-Cristo sur lequel j'ai dû recréer toute une série de documents et d'objets du quotidien du XIXe siècle. C'était passionnant sous tous les points, des recherches, aux expérimentations à la création puis mise en place. Dans ce genre de projet le plus important à trouver c'est l'équilibre entre la rigueur historique, la lisibilité à l'image et l'intention narrative.

Pouvez-vous me donner des exemples de supports graphiques que vous avez réalisés pour celui-ci ?

Pour ce projet en particulier, j'ai réalisé:

- Des journaux^(fig. 18)
- Des librettos
(livret de pièce de théâtres)^(fig. 19)
- Des étiquettes pour des fioles

- Des cadres de noeuds marins
- Des billets de francs
- Des cartes

Comment vous imprégnez-vous de l'univers cinématographique pour lequel vous devez travailler?

Je commence toujours par une phase de prépa: je lis le scénario plusieurs fois, je discute avec l'équipe déco pour comprendre les intentions. Chaque poste réalise ce qu'on appelle un dépouillement pour lister tous les accessoires et créations puis on en discute tous ensemble. Ensuite, j'étudie le cadre spatio-temporel de l'époque, (livres, documentaires, films sur les mêmes sujets et époques) pour y comprendre toutes ses subtilités et pour le respecter au mieux dans mes créations futures.

Quelle place occupe la documentation graphique au sein de votre processus créatif?

La documentation est centrale. Je pense même que c'est l'étape la plus importante. Un graphiste

de cinéma doit être capable de créer des objets qui semblent appartenir à un monde réel même quand il est fictif. Cela demande une énorme attention: le style d'impression, le type de papier, la patine, la cohérence typographique... Rien ne doit être laissé au hasard.

En quoi l'archivage graphique peut être un outil du graphiste pour le cinéma?

L'archivage permet de:

- Constituer des bases de données visuelles fiables
- Comparer les styles selon les époques
- Éviter les anachronismes
- Gagner du temps sur certains projets

Personnellement, je garde des bibliothèques complètes de tampons, textures, matériaux, titres de journaux, signalétiques, etc. C'est un outil précieux que je pense chaque graphiste cinéma possède.

Pouvez-vous me donner des exemples de documentation spécifique que vous avez effectués pour un film en particulier?

Toujours sur ce même film j'ai eu accès à de nombreux journaux de l'époque pour comprendre les mises en pages, les typographies, les espacements qui sont vraiment très différents de ce que l'on peut voir aujourd'hui. J'ai aussi eu accès à de nombreuses cartes maritimes de l'époque pour comprendre les éléments récurrents qui se trouvaient sur chacune. Il y a bien sûr aussi des spécimens typographiques sur lesquels j'aime me baser pour avoir une cohérence typographique. Pour beaucoup de ces recherches j'aime aller faire un tour du côté de la BNF sur le site de Gallica.

Selon vous, quel rôle le graphiste de cinéma a-t-il sur l'expérience du spectateur?

On dit souvent qu'un décor réussi c'est un décor qu'on ne voit pas. Alors j'imagine qu'il a un rôle discret mais essentiel. Le graphisme apporte de la crédibilité dans ces mondes fictifs.

Comment le graphiste s'inscrit-il dans l'écosystème complexe des métiers du cinéma? Quelle est sa place?

Je fais partie de l'équipe déco, je collabore avec le/la chef.fe déco, le/la régie d'ex., l'accessoiriste, parfois l'accessoiriste au meuble, souvent le premier assistant déco..

Que dire du rôle du graphiste pour le cinéma en comparaison avec le graphiste auteur (Fanette Mellier, Catherine Zask...) ?

Le graphiste auteur travaille dans une logique d'expression personnelle, de recherche formelle, d'expérimentation. Le graphiste de cinéma, c'est plutôt un travail de caméléon, on s'efface derrière l'histoire, on ne signe pas nos créations, le but principal est de respecter un cahier des charges narratif, et on a pas de style particulier mais plutôt on adopte un style différent à chaque univers.

Annie Atkins, MinaLima... Qu'en est-il en France? Comment évolue ce domaine?

En France, la discipline existe mais elle est beaucoup moins mise en avant. Il y a une vraie tradition du décor, mais le graphisme de cinéma lui-même n'est pas encore considéré comme un champ à part entière. C'est la raison pour laquelle j'ai décidé de prendre cette place sur les réseaux sociaux pour donner une voix et faire connaître à mon niveau ce métier qui me passionne.

De nouvelles techniques de création émergent-elles avec l'arrivée de l'intelligence artificielle? Si oui, lesquelles?

De nouvelles techniques je ne sais pas mais une facilité et de nouvelles rapidité dans les usages des outils graphiques surement. Pour cleaner des images, améliorer leur définition, permettre des capacités techniques d'impressions complexes dans le passé.

Quelle est la posture des cinéastes face à ce nouvel outil?

Je dirais que c'est un sujet qui inquiète et interpelle beaucoup, par peur de se faire dépasser, voire remplacer par cet outil. Certains le voient comme un ennemi, personnellement je pense que cette peur vient de l'inconnu, de cette non maîtrise, et de la vision de ces utilisations non conscientes et non intelligentes. Si certains en ont peur et préfèrent la renier, d'autres apprendrons à l'utiliser au besoin sans pour autant remplacer les humains. C'est aussi pour ça que c'est un sujet que j'aime aborder dans mon contenu. Savoir c'est pouvoir, non?

Aimeriez-vous ajouter quelque chose que vous n'avez pas évoqué précédemment?

Le graphisme spécialisé dans le cinéma est un métier passionnant, qui demande autant de rigueur que de créativité, et c'est un domaine où l'on apprend constamment, à chaque projet.



(fig. 18)

(fig. 18) Océane Kokai,
Journal *L'écho du temps* (*Comte de Monte-Cristo*), 2023.



(fig. 19)

(fig. 19) Océane
Kokai, *Libretto de théâtre* (*Comte de Monte-Cristo*), 2023,
relié et patiné
à la main.



(fig. 20)

(fig. 20) Océane Kokai,
Recherches de monogramme pour le logo du Comte de Monte-Cristo, 2023.

Bibliographie

Ouvrages

- Annie Atkins, *Fake Love Letters, Forged Telegrams, and Prison Escape Maps: Designing Graphic Props for Filmmaking*; Londres, éditions Phaidon Press, février 2020
- Henri Bergson, *Matière et mémoire*; Paris: éditions Flammarion, 10 avril 2025 (publication originale en 1896)
- Lionel Orient Dutrieux, *Typographie et cinéma: esthétique du texte à l'écran*; France: Atelier Perrousseaux, octobre 2015
- Nicolas Nova, *Enquête/Création en design*; France: Head publishing, 2021
- ONISEP, *Les Métiers du cinéma*; Paris: ONISEP, 2021
- Renato Lori, *Scénographie et réalisation des décors pour le cinéma*; Italie: Gremese Editore, janvier 2018

- Studio MINALIMA, *La magie de Minalima*, Paris: Gallimard Jeunesse, 2022

Article de presse

- Marion Bothorel, « Hommage au monde de l'imprimé », *Étapes* n° 267, 19 mai 2022, (p. 114 à 119)

Articles en ligne

- Annie Atkins, «Créer l'illusion, L'art des accessoires graphiques dans la réalisation de films», *Domestika*, date inconnue: [consultation en novembre 2025]:
<https://www.domestika.org>
- Les Alefredines, «Le design graphique dans le cinéma», *Les Alefredines*, 21 janvier 2025, [consultation en septembre 2025]:
<https://www.lesalefredines.com/post/le-design-graphique-dans-le-cinema>
- OKONI, «Le Design d'Auteur, Quésaco?», *Medium*, 23 nov. 2017, [consulté en novembre 2025]:
<https://okoni.medium.com/le-design-dauteur-qu%C3%A9saco-1dbadd9f53e8>

- Samuel Zarka, «Le film: du projet au produit», *Cairn*, 27 mars 2019, [consultation en septembre 2025]:
<https://shs.cairn.info/revue-cites-2019-1-page-23?lang=fr&tab=texte-integral>

- Splendoid, «Take 04: Eric Rosenberg», *SET UP: Discussions on film design*, date inconnue, [consultation en septembre 2025]:
<https://splendoid.net/filminutiae/interview-eric-rosenberg-graphic-designer-almost-famous-2000>

- Constanza Coscia, «The Hidden World of Graphic Prop Design for Filmmaking: A Pro's Guide», *Istituto marangoni*, 25 juin 2025, [consultation en novembre 2025]:
https://www.istitutomarangoni.com/en/maze35/research/graphic-prop-design-guide-annie-atkins-filmmaking?utm_source=chatgpt.com

Sitographie

- Site internet d'Annie Atkins, [consultation en août 2025] :
<https://www.annieatkins.com/>
- Site internet d'Eric Rosenberg, [consultation en septembre 2025] :
<http://www.ericrosenbergdesign.com/>
- Site internet d'Erica Dorn, [consultation en septembre 2025] :
<https://www.ericadorn.co.uk/>
- Site internet de Javi Aznarez, [consultation en octobre 2025] :
<https://www.javiaznarez.com/>
- Site internet du studio Minalima, [consultation en août 2025] :
<https://minalima.com/>

Documents sonores ou vidéos en ligne

- ARTE, Jean-Stephane Michaux (producteur), « Jean-Luc Godard en 9 minutes », *Blow up*, France, 2017, 11min 33 [vidéo en ligne], [consultation en octobre 2025] :
<https://www.arte.tv/fr/>
- Illusion, Océane Kokai, « Comment devenir graphiste pour le cinéma ? (mon parcours & conseils) », 21 septembre 2025, 21min 13 [vidéo en lignes], [consultation en octobre 2025] : <https://www.youtube.com/>
- MAKING OF – PODCAST, Agathe Lepommeray et Léo Defives, « OCÉANE KOKAI – DEVENIR GRAPHISTE DANS LE CINÉMA », 6 juin 2024, 1h 52min 03sec [vidéo en ligne], [consultation en septembre 2025] :
<https://www.youtube.com/>
- Monotype, « Annie Atkins – Construire des mondes cinématographiques grâce aux accessoires graphiques et typographiques », *Creative Characters* (S.2 Ép. 15), 11 octobre 2022, 49min [podcast], [consultation en novembre 2025] : <https://www.monotype.com>

J'aimerais remercier chaque personne m'ayant apporté son aide de prêt ou de loin dans ce travail de recherche.

Merci à Mme Latournerie et Mme Mouvaux pour leurs lectures et leurs conseils avisés.

Merci à Francis Guibet et Océane Kokaiï, pour m'avoir accordé de leur temps, et pour l'intérêt qu'ils ont pu porter à mon travail.

Enfin, merci à l'ensemble de mes camarades pour leur soutien et leur aide pendant l'écriture de cet article.

Le texte de labeur est composé en Courier Regural. La titraille en Courier Bold et les sous-titres en Superclarendon Light Italic.

