AIR FRANCE MAGAZINE
JUILLET 2003

M/M

par Alexandre Cammas, photos Benni Valsson

Six questions pour découvrir l'univers des graphistes Michael Amzalag et Mathias Augustyniak, dits M/M, de leurs premières pochettes de disques à leurs dernières réalisations pour Madonna, Björk, Yohji Yamamoto ou *Vogue*. Six questions to explore the world of Michael Amzalag and Mathias Augustyniak (M/M), from their early designs to their most recent creations.

Il était une fois deux garçons épris de signes qui décidèrent un beau jour, par intuition, qu'ils deviendraient graphistes et qu'ils travailleraient à deux. En 1992, Michael Amzalag et Mathias Augustyniak, respectivement 24 et 25 ans, plantèrent leur ambition commune dans une pièce vide, «à côté de la salle d'attente d'un cabinet dentaire», et n'eurent de cesse de la nourrir. Au fil des ans, la jeune pousse devint un arbre, et ses différentes branches donnèrent très vite des fruits extrêmement variés. Dans leur corbeille, le graphisme du dernier Madonna, *American Life*. Celui du nouvel album de Benjamin Biolay, *Négatif*. La charte graphique du Palais de Tokyo. La direction artistique de *Vogue Paris*. Les affiches du Centre dramatique de Bretagne à Lorient. Le décor du café Étienne-Marcel. Un livre, un album et un clip pour Björk. Des catalogues pour Yohji Yamamoto. Des campagnes pour Jil Sander… «À chaque fois, il s'agit d'ingurgiter des informations puis de les rendre formalisées.» Ainsi, d'affiche en catalogue, d'exposition collective en atelier, de pochette en maquette, leurs réalisations parlent pour elles-mêmes, et aussi un peu pour eux.

Comment avez-vous découvert le monde du graphisme ?

Michael Amzalag : Essentiellement à travers des pochettes de disques. Pour moi, c'étaient des objets à part entière, qui me fascinaient. Pourquoi ? Au début, vous ne savez pas vraiment, mais vous finissez par •••

Michael Amzalag, à gauche, et Mathias Augustyniak, duo gagnant depuis douze ans Michael Amzalag (left) and Mathias Augustyniak

le monde selon the world according to

••• comprendre qu'il ne s'agit pas seulement d'images, mais de signes. Alors vous commencez à vous poser des questions : qui l'a fait ? pourquoi ? Vous découvrez Peter Saville... En fin de compte, Mathias et moi sommes devenus graphistes de manière très naturelle.

Quel est votre itinéraire dans ce monde ?

Mathias Augustyniak : On s'est rencontrés à l'École nationale des arts déco en 1989. Nous n'avions rien en commun à part l'époque et l'envie d'occuper une position stratégique, à la croisée de différents réseaux d'information. En fait, on ne se voyait pas faire des catalogues toute notre vie. Ce qui nous motivait, c'était de toucher plusieurs univers comme l'art, la mode, la presse, la musique, l'édition... Au début de notre association, fin 1991, on a spontanément commencé à travailler dans la musique, en profitant des contacts acquis par Michael quand il était directeur artistique aux *Inrockuptibles*. D'annonces presse en adaptations de pochettes, on a fini par réaliser en 1993 la première pochette d'un artiste dont on était fan : Jean-François Cohen. Plus tard, on a signé celles de Julien Baer, Étienne Daho, Mathieu Boogaerts, Mirwais... Et, plus récemment, celles des derniers albums de Madonna et de Benjamin Biolay.

Michael : Dans le domaine de la mode, nos premières réalisations étaient des invitations pour l'ouverture des boutiques Yohji Yamamoto. Et puis, il y a eu en 1993 un premier catalogue pour Y's, en 1994 une première campagne pour Jil Sander, différentes choses pour Jeremy Scott, Calvin Klein, Nicolas Ghesquière chez Balenciaga... C'est d'ailleurs grâce à un catalogue coproduit pour Yamamoto, et remarqué par Björk, que nous avons commencé à travailler pour elle en 1998. Dans le domaine artistique, tout a commencé avec la réalisation de la maquette de la revue *Documents sur l'art*. Et d'abord nos collaborations avec Philippe Parreno et Pierre Huyghe, avec lesquels nous avons réalisé par exemple le décor du café Étienne-Marcel.

Quelles sont les villes-phares de la planète graphique ?

Mathias : Paris ! Grâce à nous ! (Rires) Et Lausanne, grâce à une école d'art cantonale suisse, l'ÉCAL, où nous avons organisé deux fois par an des ateliers d'une semaine avec des étudiants. Entre autres jeunes talents, le photographe Erwan Frotin, lauréat du Festival international des arts de la mode de Hyères 2002, en sort.

Quels sont vos lieux et sources d'inspiration ?

Mathias : Les gens nous intéressent plus que les lieux. Cela dit, nous sommes récemment allés en Chine et au Japon. Là-bas, nous nous sommes rendu compte que nous avions mangé notre pain blanc. Il y a dans ces pays une véritable culture du graphisme. Les images et les signes y sont d'une complexité et d'une force incroyables.

Quelles sont vos prochaines escales ?

Michael : Le prochain numéro de *Vogue*, dont nous assurons la direction artistique. L'image de l'exposition *Coollustre* conçue par Éric Troncy, à la Collection Lambert en Avignon, jusqu'au 28 septembre.

Dans l'atelier de M/M... Inside the M/M studio...

L'image de l'expo pour la prochaine Biennale d'art contemporain de Lyon, à partir du 19 septembre. Le catalogue et l'affiche du Printemps de septembre à Toulouse, du 26 septembre au 19 octobre.

Où va le monde du graphisme ?

Michael : Le monde du graphisme, on peut le tordre, en faire ce que l'on veut, car il n'existe pas de définition du métier de graphiste. Il est trop jeune. Et, comme tous les métiers jeunes, il suscite l'engouement. Du coup, il y a de plus en plus de livres sur le graphisme, de plus en plus d'ateliers... À mon avis, ne resteront que les propositions les plus fortes, les plus surprenantes, celles qui redéfiniront le graphisme de demain. ●

Site officiel de M/M www.mmparis.com

Once upon a time there were two boys who decided they would become graphic artists and work as a team. In 1992, 24-year-old Michael Amzalag and 25-year-old Mathias Augustyniak set up office in an empty room, "next to a dentist's waiting room," and took it from there. Over the years, their efforts have taken them far and wide. They created the CD covers of Madonna's latest album *American Life* and Benjamin Biolay's new album *Négatif*; the graphics for the Palais de Toyko in Paris; have worked as art directors for *Vogue Paris*; designed the interior decor of the Étienne-Marcel café; created a book, album and video clip for Björk; and produced catalogues for Yamamoto and publicity campaigns for Jil Sander. "Each time, we take in all the information then give it form."

... un concentré de leur univers graphique ...a world of design

How did you discover the graphic arts?

Michael Amzalag: Basically through CD covers. For me, these were fascinating objects in and of themselves. Why? You don't know why at first, but you end up understanding that they are not only images, but also signs. So you start asking yourself questions: Who did it? Why? They led me to Peter Saville.

How did your careers develop in this field?

Mathias Augustyniak: We met at the École Nationale des Arts Décoratifs in 1989. We didn't have anything in common at the time except a desire to be key players, at the hub of different information systems. In fact, we didn't see ourselves producing catalogues our whole lives. We wanted to work in several fields, art, fashion, the press, music, publishing. When we first started working together in late 1991, we naturally gravitated toward music, using Michael's contacts from when he was art director for the magazine *Les inrockuptibles*.

Michael: Our first work in the fashion industry was the invitation for the launch of the Yamamoto boutiques. Then we made our first catalogue in 1993 for Y's; in 1994, a first campaign for Jil Sander; and various projects for Jeremy Scott, Calvin Klein and Nicolas Ghesquière. Björk noticed the catalogue we co-produced for Yamamoto and that's how we started working for her.

Which are the leading cities in graphic design?

Mathias: Paris! Thanks to us! And Lausanne because of the ECAL, a design school, where we teach two workshops a year. Photographer Erwan Frotin, winner of the Festival International des Arts de la Mode de Hyères 2002, graduated from this school.

Where do you find your inspiration?

Mathias: People interest us more than places. This said, we recently traveled to China and Japan. It was an eye-opener. There is a widespread graphic culture in these countries. The images and signs are incredibly powerful and complex.

What are your upcoming plans?

Michael: We will be the art directors for the next issue of *Vogue*. Creating the image for the Coollustre exhibition designed by Éric Troncy in Avignon, through September 28; the image for the upcoming Contemporary Art Biennale in Lyons starting September 19; and the catalogue and poster for the Printemps de Septembre in Toulouse, running from September 26 to October 19.

Where are the graphic arts heading?

Michael: You can do whatever you like with the graphic arts because there is no real definition of a graphic artist. It's a new field. And like all new fields, there's lots of enthusiasm. Suddenly there are more and more books about the graphic arts and more and more studios. In my opinion, only the most surprising, the strongest projects will remain, those that redefine the graphic design of the future. ●

M/M official website www.mmparis.com