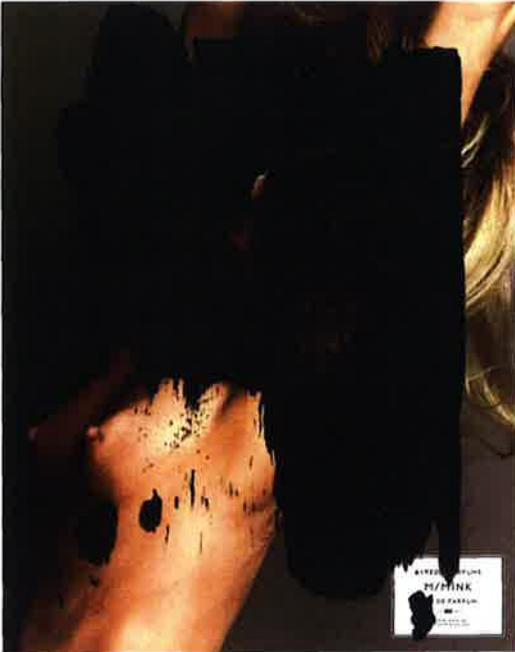


M/M (PARIS) DE M À M, AUTO PORTRAIT EN BOUCLE

Après avoir livré deux inventaires, M/M (Paris) revient sur vingt ans d'activité dans un livre sans fin intitulé *M/M (Paris) de M à M*.



*Michael Ancalaz & Marbrian Augustyniak,
photo Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin*



Publicité pour M/Mink, 2010. Partant du postulat que le parfum fait partie de la personnalité de chacun, M/M asperge les portraits d'Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin d'encre, évoquant la relation entre corps et odor.

Objet design, objet d'art ou bientôt livre culte ? Conçu par les graphistes londoniens GTF (Graphic Thought Facility) à la demande des auteurs, l'inclassable monographie *M/M (Paris) de M à M* repose sur un index alphabétique qui se serait ouvert par le milieu, puis retourné, de sorte à commencer et à finir par la lettre "M". "M" comme Michaël (Amzalag) et Mathias (Augustyniak). Impeccablement bouclé, l'ouvrage épingle vingt ans de travail des graphistes, fruit d'une enquête minutieuse menée par Emily King, ponctuée par les témoignages des compagnons de route : Björk, Benjamin Biolay, Nicolas Ghesquière, Pierre Huyghe, Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin, Philippe Parreno... 528 pages, mille illustrations. Un travail de fourmi à la lisière du visible.

Entre le visible et l'invisible

Pour leur première exposition muséale au Drawing Center de New York en 2008, intitulée "Just Like an Ant Walking On The Edge Of the Visible", Michaël Amzalag et Mathias Augustyniak avaient fait fabriquer 41 tabourets différents, chacun représentant une lettre de son étrange titre. Si l'on s'y assoit, on ne peut le lire. Il convient donc de trouver la bonne distance. "Entre le visible et l'invisible", suggèrent les graphistes. Il en va de même de leur production. En vingt ans, les M/M ont engrangé, telle l'industrielle fourmi, un nombre considérable d'"objets": affiches (Art Posters), cadres, catalogues, clips vidéo, costumes et décors (pour un opéra baroque), fragrance de parfum, livres, luminaires et moquettes, papiers peints, paravents, portants et sucettes, plaques émaillées, tables et tapis... Elire dans ce corpus une œuvre en particulier (les sublimes affiches du **Théâtre** de Lorient ou les clips cosmiques créés pour Björk) a peu de sens tant les projets se lient les uns aux autres, tant leur forme se régénère en réapparaissant en d'inattendues efflorescences à la surface d'un autre travail. Facétieux témoin anthropomorphe de leur parcours apparu en 2000, l'Agent, à peine incarné, se transmute dès qu'il est mis en contact avec un matériau : néon, hélium ou papier. Les lettres (alphabets ou polices de caractère) que les graphistes dessinent depuis toujours ont, de même, été programmées pour vagabonder. Les suivre relève du jeu de piste. Ainsi, des lettres ornées de l'album *Medúlla* de Björk qui se transforment en collier ou en arbre de grande ampleur, planté sur une côte d'Islande, lorsqu'elles sont coulées dans du bronze. Ou encore de cette calligraphie cryptée à base de dessins de crayons, stylos, plumes et lignes tremblantes, que l'on retrouve à la fois sur des

totems géants érigés à l'entrée d'une ville nouvelle près de Séoul... et sur l'assise des petits tabourets en métal de l'exposition "Just Like an Ant...". Prendre de la hauteur pour ne pas casser le fil, et prendre pour soi ce que les graphistes livrent de leur méthode : "Une image ne nous intéresse pas en tant que telle. Sa pertinence réside dans le fait qu'elle résulte d'une somme de dialogues, d'histoires et d'expériences vécues avec des interlocuteurs variés, et qu'elle induise un questionnement de ces valeurs. Une bonne image doit être comprise entre deux autres, une précédente et une à venir".



Jeu de piste

Pour classer tous ces objets (et leurs ramifications), l'ouvrage dessiné par GTF a donc pris la forme d'un lexique à la Rorschach, de M à A puis de Z à M. On y verra un retour aux sources (la lettre) mais aussi un clin d'œil aux nombreux alphabets inventés par les M/M : les fastueux *The Alphabet* ou *Alphamen* creusés dans les portraits photographiés par Inez Van Lamsweerde et Vinoodh Matadin, le *Pradalphabet* pour Prada et qui relève de la construction obsessionnelle, l'amusant *Alpha Dog* produit par un pictogramme canin... Autant d'espaces infinis d'expérimentation et de prétextes à l'écriture de complexes rébus graphiques. Cette liberté formelle a valu très tôt au travail des M/M d'être taxé d'ornement. Un terme qui n'éclaire que la surface de leur travail : "Nous nous situons plutôt dans la complexité de la représentation du monde".

Les M/M sont néanmoins familiers de ces attitudes sur la brèche. Dès la fin de leurs études (l'École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs de Paris pour Michaël et le Royal College of Arts de Londres pour Mathias), ils développent l'intuition qu'ils ne pourront dépendre ni du privé ni d'un financement de l'État. Ils assentent : "Nous désirons être des auteurs, vivre de notre travail, être autosuffisants". Prêts, déterminés, les graphistes, qui redimensionnent à leur échelle le projet du Bauhaus, se dotent alors d'une boîte à outils apte à fabriquer des formes, et considèrent leur association ni plus ni moins comme une "unité de production". "Nous avons posé des principes de fonctionnement : une image n'est jamais définitive mais peut être 'usinée' selon nos besoins. Ce faisant, elle devient de plus en plus performante jusqu'à devenir un signe presque autonome, précise Mathias Augustyniak. Un autre principe a été de privilégier les collaborations dans la durée". Construite sur-mesure, cette plateforme de production va leur permettre de "reprogrammer" des territoires traversés par le graphisme (art, mode, publicité, musique, théâtre), de tisser des liens forts avec des commanditaires de tous horizons (Yohji Yamamoto, Calvin Klein,

"Nous avons réussi à produire des choses belles, qui fonctionnent, en nous laissant porter par notre subjectivité"

Jil Sander, Prada, Paris Vogue, Calvin Klein) et de dialoguer avec des artistes installés tels que Björk, Philippe Parreno, Pierre Huyghe ou Dominique Gonzalez-Foerster. Et d'exploser sur la scène internationale. Pour les M/M, cette notoriété, qui s'accompagne d'expositions personnelles retentissantes ("Not in Fashion" au MMK de Francfort, "Haunch of Venison/Venison of Haunch" à Londres en 2006, "Vision tenace" au Centre Pompidou en 2008, "Un grand serpent chromé" en 2011 à Chaumont), a pour vertu surtout de propager leurs idées : "Nous avons réussi à produire des choses belles, qui fonctionnent, en nous laissant porter par notre subjectivité. Ce monde que nous avons construit, qui semble complexe, est arrimé au monde réel. Il peut être constamment démonté par la raison. Ces choses tangibles ont été fabriquées dans le but de changer les regards et de mieux habiter le monde que nous traversons".

Entre les lignes du maillage

Pour sortir des sentiers battus (et modifier notre regard), le livre déroule paradoxalement des cheminements conçus comme des travelings "censés adoucir la lecture d'un travail un peu abrupt d'aspect". Libre au lecteur de les croiser et de dresser sa propre cartographie du territoire circonscrit par les M/M, lequel trouve effectivement de nombreuses résonances dans le monde "vrai". Chaque "sortie" (exposition...) constitue en effet une opportunité pour les graphistes, qui aiment réinterpréter leurs propres archives, d'ouvrir des espaces nouveaux. En créant des portants (ou des porte-affiches) qui oublient d'être transparents, en ceinturant l'espace avec des papiers peints d'affiches qui jouent sur la persistance rétinienne, en accrochant des cadres "pirates" aux angles arrondis qui révèlent à la fois le mur et l'image, en mêlant des meubles de leur cru à des créations d'artistes ou de designers reconnus (voir la controversée exposition "Liberty, Equality and Fraternity, a show about french Design" au Wolfsonian

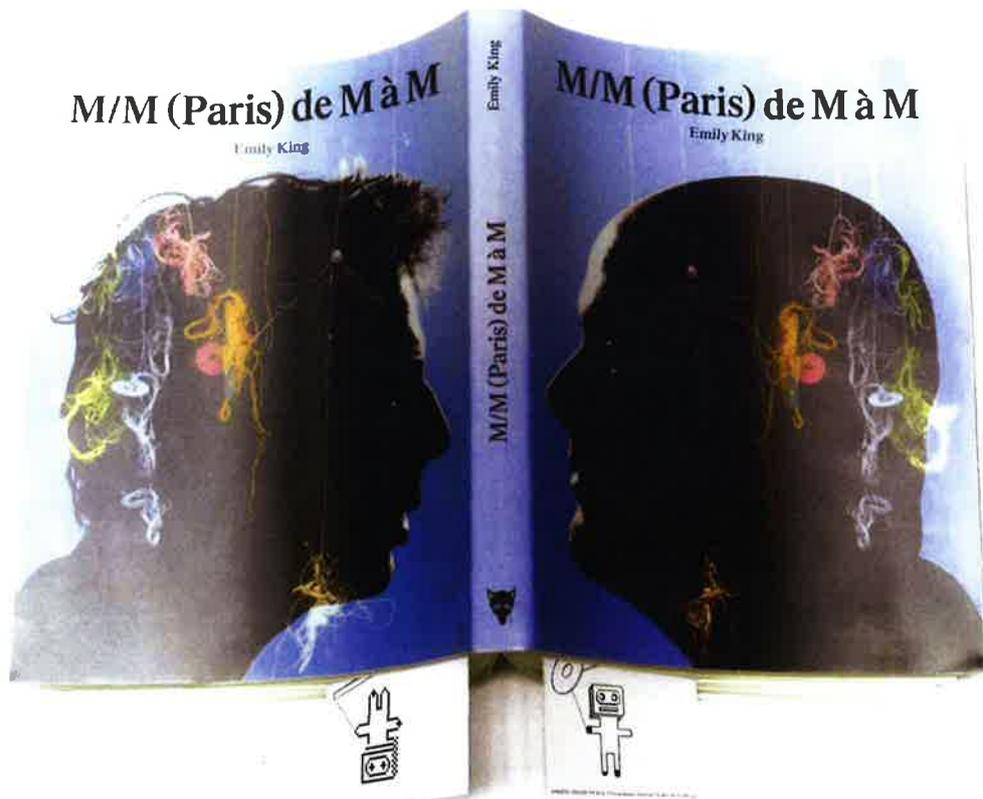
de Miami), ils rappellent comment le signe ou la lettre peuvent aussi structurer un espace, lui donner une saveur unique, puissante, éminemment subjective. Comme dans "Translation" au Palais de Tokyo en 2005 qui mêlait leurs affiches aux œuvres de la collection Dakis Joannou.

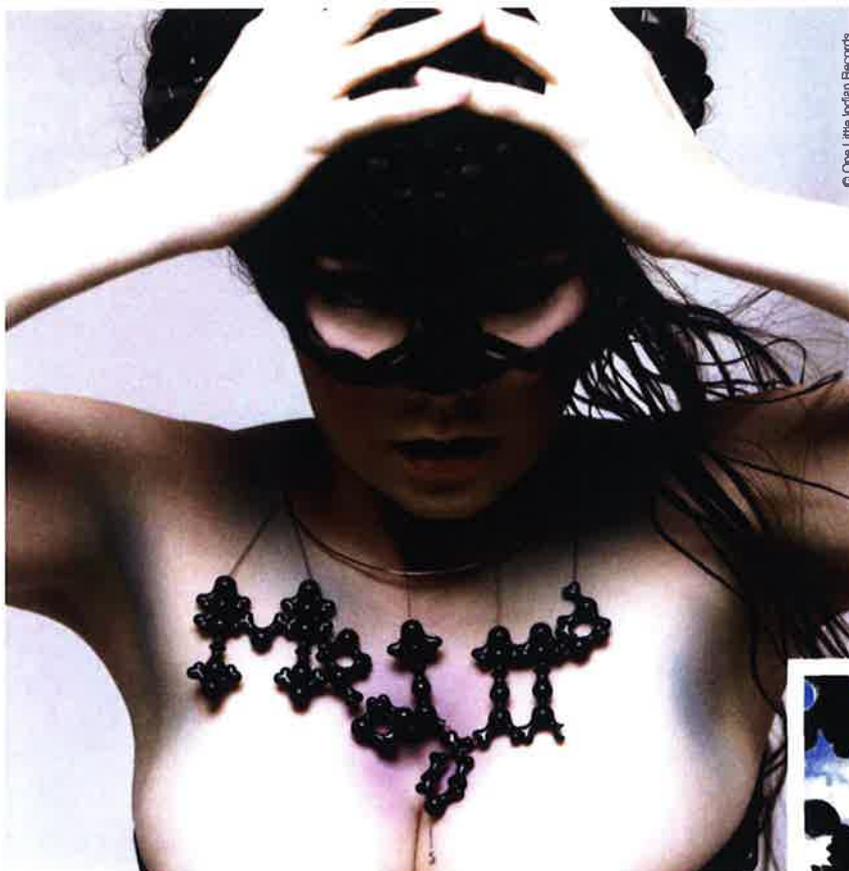
Encore plus éclatants sont les télescopages dans l'espace de la musique. Parce qu'ils ne voulaient pas donner une illustration de la cosmogonie musicale *Byophilla* de Björk, les M/M ont fabriqué (sur l'iPad) un espace en trois dimensions qui fait tellement corps avec son sujet qu'il en devient indissociable : "L'espace visuel de notre constellation se confronte avec son espace sonore. À chaque note bruit, etc.) correspond une lettre que nous avons créée intuitivement. Vu de loin, ces dessins remis en 3D ressemblent à des notes de musique mais ce sont de 'vraies' lettres qui ont un son. La cosmogonie produit donc un son visuel."

Dans la maille du livre, apparaissent encore des histoires qui font voyager entre la surface et la troisième dimension. Celles-ci questionnent parfois la commande dans la durée et la réinventent. Les M/M ont ainsi capté un jour l'odeur d'une image. Le *M/Mink* est une étonnante fragrance "graphique" à base d'encre et de résine mise au point en Suède par Byredo (Ben Gohram) à partir de photographies qu'ils lui ont apportées : un bâton d'encre, une formule imaginaire et une photographie d'un calligraphe japonais. Chargés de la campagne publicitaire du parfum, les graphistes ont poursuivi leur travail de déconstruction de la figure en recouvrant en partie d'encre des mannequins photographiés par Inez Van Lamsweerde et Vinoodh Matadin. Des images, un parfum, des images encore. Une série sans faute, qui emporte.

Annik Hémary

L'ouvrage M/M (Paris) de M à M, une enquête fouillée d'Emily King, préface Hans Ulrich Obrist, conception graphique GTF, éditions Thames & Hudson (version anglaise), éditions La Martinière (version française), disponible le 25 octobre 2012.





© One Little Indian Records

"Medúlla", 2004. Björk conçoit un personnage différent pour chacun de ses albums qu'elle construit comme autant de cosmogonies. M/M litide ensuite à incarner visuellement ces personnages. La musique de Medúlla étant entièrement élaborée à partir de la voix humaine, le personnage est ici nu, à l'exception d'un collier en lettres d'os dessiné par M/M formant le titre de l'album.



© M/M (Paris)

"Tree of Signs", 2008. À Urridabolt en Islande, une sculpture érigée sur une terre devant accueillir le développement d'une communauté urbaine à la périphérie de Reykjavik. Sa forme repose sur les caractères créés par M/M pour l'album Medúlla de Björk, auxquels ont été ajoutés sept "fruits" élaborés en collaboration avec l'artiste Gabriela Friðriksdóttir.



© Damien Flipo / M/M (Paris)

"Paravent", 2001. Trois panneaux de verre créés à l'origine pour le clip I Hidden Place de Björk. Edité à deux exemplaires, il est devenu par la suite une œuvre à part entière.



"Biophilia App Suite", 2011. Application iOS. Conception : Björk. Architecture, modélisation et conception visuelle des applications : M/M (Paris). Production : Scott Snibbe Studio. Introduction : Sjon. Narration : David Attenborough. Textes : Nikki Dibben. Coordination et recherches : James Merry. Second Winds Ltd Apps.



"Translation", 2005. Au Palais de Tokyo à Paris, une vue de l'exposition à travers le "Moon" de Jeff Koons, collection Dakis Joannas

M/M (PARIS) FROM M TO M, A NEVER-ENDING SELF PORTRAIT

After two retrospectives M/M (Paris) looks back on twenty years' activity in a book that never ends and a cryptic title: *M/M (Paris) from M to M*.

A design object, an art object or a cult book in the making? Designed by the London graphic designers GTF (Graphic Thought Facility) at the request of the authors, *M/M (Paris) from M to M* seems to be based on a sort of alphabetical index that opened in the middle then was turned around so that it started and finished at the letter 'M', as in M for Michaël (Amzalag) and M for Mathias (Augustyniak). Immaculately produced, the book charts twenty years of work by the graphic designers, carefully documented by Emily King with testimonies from some of those they have worked with over the years: Björk, Benjamin Biolay, Nicolas Ghesquière, Pierre Huyghe, Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin, Philippe Parreno and others. 528 pages. 1000 illustrations. A treasure trove has come to light.

Between visible and invisible

For their first museum show at the Drawing Center in New York in 2008 that they called "Just Like an Ant Walking On The Edge Of The Visible", Michaël

Amzalag and Mathias Augustyniak had 41 stools made, each representing a letter in the show's title. If you sit down, you can't read them. You need to find the right distance. "Somewhere between the visible and the invisible", the designers suggest. The same is true of all their work. In 20 years M/M have built up – worker-bee like – an impressive number of 'objects': posters (art posters), frames, catalogues, videos, costumes and decors for a baroque opera, a perfume, books, lamps and carpets, wallpaper, screens, stands, lollipops, enamels, tables and rugs... It makes little sense to choose a single item from this corpus (how to choose between the sublime posters for the Lorient Theatre and the cosmic videos for Björk for example), since the projects are all linked to each other and ideas from one commission regularly infiltrate other projects. L'Agent, a facetious, anthropomorphic witness to their career that first appeared in 2000 changes once it meets a specific material: neon, helium or paper for example.

Letters (alphabets or typefaces) that they have been designing since the outset have even been programmed to go walkabout so that following them becomes something of a treasure hunt! So the decorative letters on Björk's album *Medúlla* metamorphose into a necklace or a huge tree on the Icelandic coast when they are cast in bronze. Or the cryptic calligraphy that is based on lines from pencils, pens, feathers and squiggles that are used on the giant totems at the entrance to a new town near Seoul... and on the seats at the "Just Like an Ant..." show. Take a step back so as not to break the thread, and absorb what the designers have to say on the subject: "An image for the sake of an image doesn't interest us. What matters is that it is the result of a series of dialogues, of stories, of experiences we have had with a variety of real people and this forces you to question the values that lie behind the image. A successful image is one that can be understood between two other images, the one before it and the one after it."

Treasure Hunt

To order all these objects (and what they mean), GTF's book takes on a sort of Rorschach form: from M to A and then from Z to M. There is a return to primary sources (letters), but it also takes a glance at the different alphabets that M/M has invented: take the fastidious *The Alphabet and Alpanen* that are embedded in portrait photographs by Inez Van Lamsweerde and Vinoodh Matadin, or the *Pradalphabet* for Prada which borders on the obsessive, and the amusing *Alpha Dog* that is formed from a canine pictogram... These are as much a series of experiments and excuses for writing as graphical ideas.

The liberty that they have taken with traditional codes has led to accusations that their work is purely decorative. But to see that is not to go beyond the surface: "We tend towards representing the complexity of the world." M/M is not unaware of this attitude, however. As soon as they had finished college (The National Decorative Arts School in Paris for Michaël, the Royal College of Art in London for Mathias), they realized that they would not be able to rely solely on either private funding or on the state. They continue: "We wanted to be artists and to live from our work, to be self-sufficient". Ready, willing and very able, the designers took the ideals

"We succeeded in producing beautiful things that work by letting our subjective senses prevail"

of Bauhaus and scaled them down to their size, equipped themselves with the tools they needed and began to look on their partnership as a 'production unit'. "We set down certain ground rules: an image is never fixed but can be 'worked' to our requirements. By doing this it can become increasingly powerful to the point where it becomes autonomous", points out Mathias Augustyniak. Another principle was to build up long-term partnerships. This production 'platform' allowed them to 're-programme' the different areas that the graphic arts covered (art, fashion, advertising, music, theatre) and to build strong links with clients in different fields (Yohji Yamamoto, Calvin Klein, Jil Sander, Prada, Paris Vogue, Calvin Klein) as well as to build up a dialogue with established

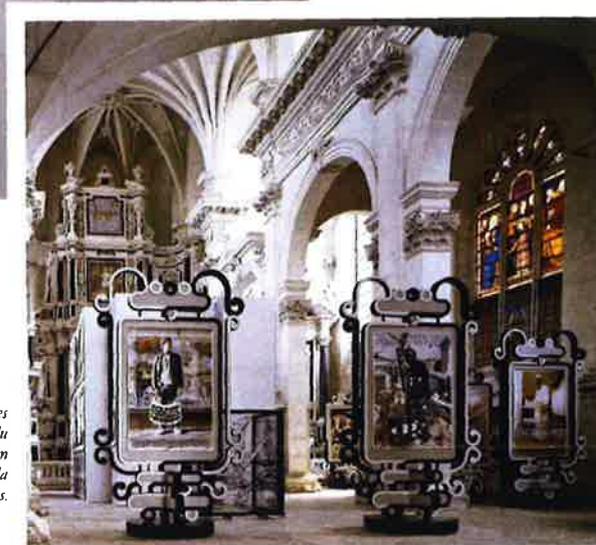
"Translation", 2005. Série Art Posters. Sérigraphie cinq couleurs. 120 x 176 cm. Edition non numérotée.





© M/M (Paris)

"Just Like an Ant Walking on the Edge of the Visible", 2008. Pour cette exposition au Drawing Center à New York, M/M a créé un atelier de dessin en quarante et une lettres-tabourets, formant le titre de l'installation. Une métaphore du dessin.



© M/M (Paris)

"Icônes, indices, symboles", 2003. Devant l'impossibilité d'accrocher des affiches aux murs de la chapelle des Jésuites, M/M a inventé, à l'occasion du Festival international de l'affiche et des arts graphiques de Chaumont, un cadre sur pied baptisé "Sucette" dont la construction modulaire fait écho à la fois à l'architecture baroque du lieu et à ses caractères typographiques.

artists like Björk, Philippe Parreno, Pierre Huyghe or Dominique Gonzalez-Foerster. All of which helped them to explode forth onto the international stage. For M/M this fame resulted in a series of ground-breaking exhibitions that helped to propagate their ideas: "Not in Fashion" was at the MMK in Frankfurt, "Haunch of Venison/Venison of Haunch" in London in 2006, "Vision tenace" at the Pompidou Centre, Paris in 2008 and "Un grand serpent chromé" was held in Chaumont in 2011. "We succeeded in producing beautiful things that work by letting our subjective senses prevail. The world that we built and which appears complex is in keeping with the modern world. Reason can always be used to dismantle it. The tangible things that we make are a way of changing the way we view the world and how we live in it."

Between the lines

To get off the beaten path (and change the way we look at things), the book shows its work rather like a travelling shot in the cinema so as "to make the work of reading what would otherwise be too abrupt slightly easier." It is up to the reader to combine what he sees and to create his own map from the resources

that M/M provides. Each 'outing' (exhibition, etc...) is an opportunity to discover new territories. Whether that is by creating stands (or poster hangers) that forget to be transparent, by ringing the space with poster wallpaper so that the eye is absorbed with what it sees, by hanging 'pirated' posters with rounded corners that show both the wall and the image on the poster, by combining their own furniture with that of artists or well-known designers (like the controversial exhibition "Liberty, Equality and Fraternity", a show about French Design at the Wolfsonian in Miami), all are a reminder of how a sign or a letter can be used to structure a space and give it a unique, powerful and eminently subjective flavour. This was the case with "Translation" at the Palais de Tokyo in 2005 which combined their posters with work from the Dakis Joannou collection. Even more amazing is their work in the music business. Because they didn't want to produce an illustration of Björk's musical cosmology in *Biophilia*, the M/M created, (on an iPad), a three-dimensional space that is so inextricable with its subject that it becomes one with it. 'The visual and the aural confront one another. Every note – or noise –

corresponds to a letter that we created intuitively. Seen from far away, the 3D drawings look like musical notation but they are in fact letters that have a sound. The cosmology has succeeded in creating a visual sound." Within the book are a number of stories that bring you on a journey from the surface to the third dimension. Sometimes they question the whole purpose of the commission and re-invent the subject entirely. The M/M once even went so far as to capture the odour of an image. M/Mink is an extraordinary 'graphical' fragrance with an ink and resin base that was developed in Sweden by Byredo (Ben Gohram) using photographs he was given: a stick of ink, an imaginary form and a photograph of a Japanese calligrapher. Given the brief for the perfume's advertising campaign the designers continued on the theme of deconstruction by having the models partially covered in ink and photographed by Inez Van Lamsweerde and Vinoodh Matadin. Images, a perfume and more images. Faultless and breath-taking.

M/M (Paris) by M à M, Emily King, preface Hans Ulrich Obrist, Thames and Hudson, October 2012