

Nous vous souhaitons de belles vacances!



processus créatif



quand je me suis réveillé

Pour le livre réalisé en 2025 avec Christian Schmutz, Michel FR a conçu notamment des gravures à la pointe-sèche sur briques de lait. Chez Cric Print, de nombreuses combinaisons de Pantone ont été imprimées pour déterminer les trois couleurs définitives pour l'impression offset.

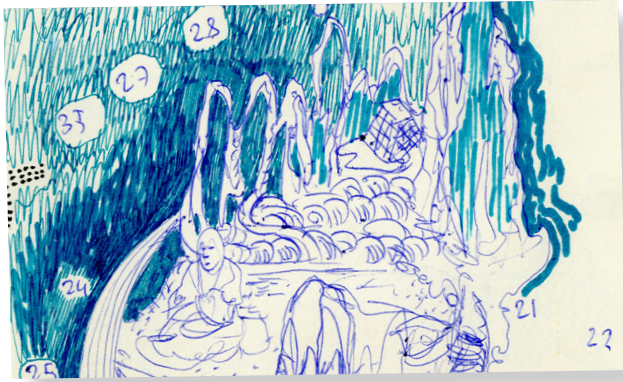
**Photographies**

Lysiane Rial

édito

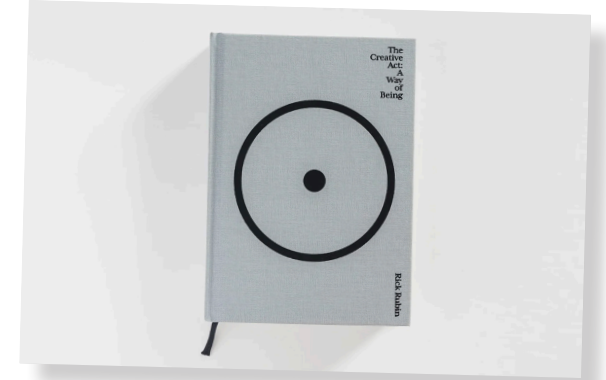
**Maître prof. CFC,
Interactive
Designer**

Il y a plus d'une quinzaine d'années, John Maeda, artiste, designer et chercheur, a formulé un postulat pour le moins tranché : « Design is a solution to a problem. Art is a question to a problem ». Par cette sentence, design et art se retrouvent ainsi clivés et irréconciliables dans leur champ d'application respectif – l'utilitaire et le réflexif. L'apprentissage en école d'arts appliqués tend à dire tout le contraire. Face à un enjeu de communication, il est bien entendu nécessaire d'articuler des propositions fondées sur des méthodes éprouvées, ciblées, efficaces et appréciées, convenues du plus grand nombre. Offrir une solution utile et efficace. Toucher le public ne peut cependant pas se résumer à la seule vision utilitariste du message. On veut l'intriguer, le fasciner, l'amuser, le bousculer, stimuler ses émotions. Lui permettre, par un parcours choisi ou par le déboussolement, d'expérimenter ses propres questionnements et se confronter à ses repères. En deux mots : faire sens. Devenir Interactive Media Designer, ce n'est pas choisir entre résoudre ou questionner : c'est apprendre à faire les deux, simultanément. S'approprier des méthodes – l'armature d'une pratique professionnelle fiable – et cultiver l'écart – par l'expérimentation, le défi, la provocation. C'est dans l'alternance de ces registres que naissent les projets qui fonctionnent et qui résonnent, les expériences qui éclairent et qui meuvent.



6 Apapacho

16 Références



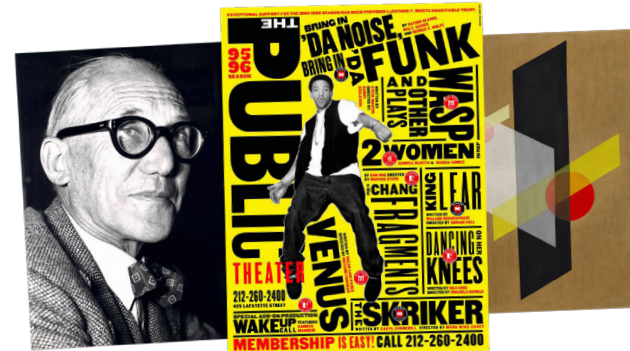
10 Victor Ramalho



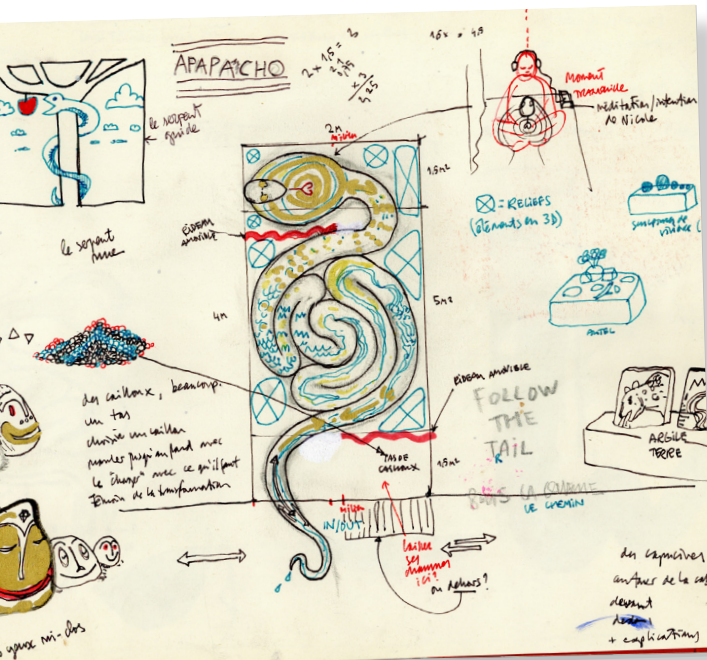
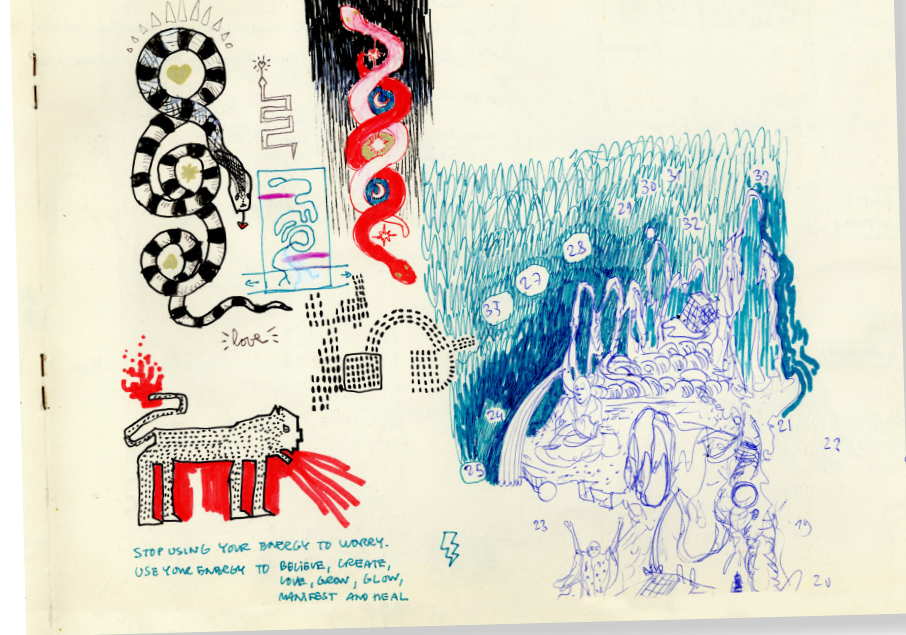
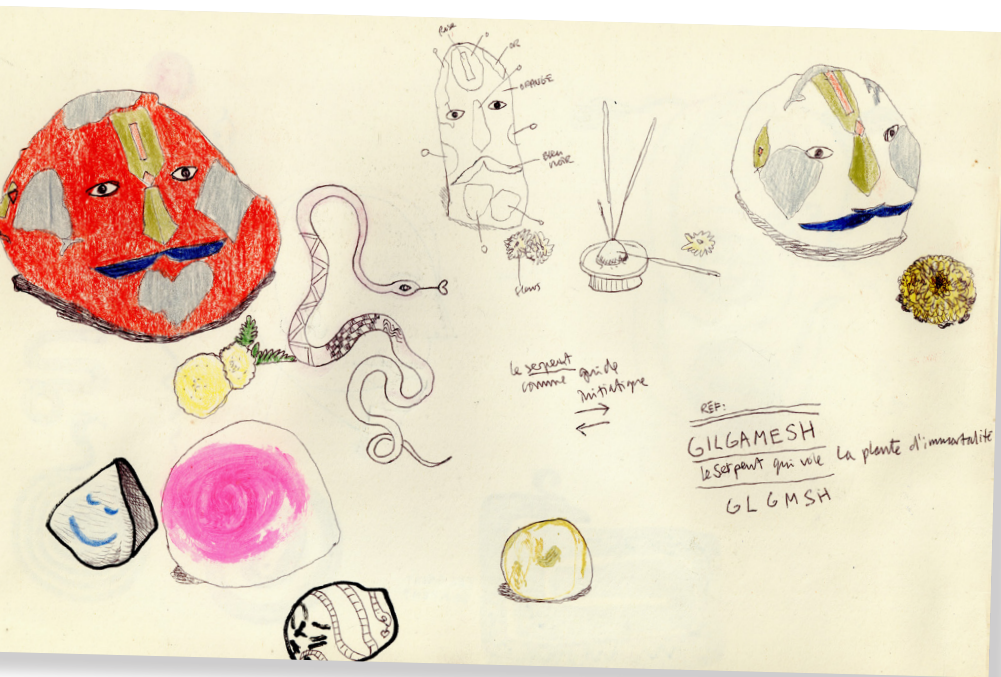
sommaire



14 Interviews vidéo



18 Parcours



apapacho

Quelques pages de l'un des carnets de croquis de Julien Babel – mis généreusement à notre disposition – pour le projet « Apapacho » réalisé dans le cadre de BIG 2025, au Bois de la Bâtie (module B10). « Apapacho » est une proposition d'itinérance guidée à travers des univers picturaux des artistes Victoire Cathalan et Julien Babel. Ils invitent à traverser l'espace du module et en devenir l'actrice. « Apapacho » devient un moment pour soi, en soi, une caresse vers son âme, une invitation ...

Julien Babel, artiste et enseignant professionnel à eikon



Philip Guston
Small oils on panel
1965-1973

Sam Steinberg

Nespakashuly
ostrakon with kilijam capital
The Met

(Hopi) Tribe
→ THE MAZI
obstacles
challenge:
the deep be
between
Mother Earth
and us

Taijitu

MAZIHANT/STUNNO

finger labyrinth

Supreme
Ultimate

Diagram of
ultimate image

L.V.C.A.

BIG BIBLIOGRAPHIE (REF) (DE)

RENAISSANCE SAUVAGE (WILLIAME LOUIS)
LE MUSÉE MONDE (GUILAUME LOUIS)
UN MONDE OUBLIÉ (MARGAETH WHITE)
A LIFE SPENT PAINTING (PHILIP GUSTON) (ROBERT STONE)
THE BOOK OF CHANGE (STEPHEN ELLCOCK)
ALL GOOD THINGS (H)
LA CAUVÈRE OULIENNE (JEAN-LOUIS LE GUILLET)
LES COMBARGUES (MICHEL DULIEN)
KRAZIKAT (GEORGE FREEDMAN)
KING KONG THÉRIE (VIRGINIE DESPRES)
LES PHANTÔMES, LES BÈRES, LES PANTANOS (THOMAS D'ALCANTARA)
JUST KIDS (PATTI SMITH)
LES DIX TABLEAUX DU DOMESTICAGE DE LA VACHE (JEAN HERBERT)
LE MINISTÈRE DU PLEIN (KIM STANLEY ROBINSON)
ABRIL NON ABRIL (PIERRE VINCLARE)
LA SERRAVALLE (H)
HISTOIRE D'UN RUISSEAU (ÉLISÉE ROGLUS)
LES TERRAINES DU SAGE (DERMINE ROTHMARGO)
LITTLE NEMO WINDIE NEMO
NON-NOVÈES (Alain Baudouin GOMES)

A LOVE SUPREME (JAMAL CALTRANE)
BASQUAT
A BEAUTIFUL REVOLUTION PART 1 & PART 2 (COMMON)
CY THOMBLEY
PHILIP GUSTON
GILES DELEUZE ET FÉLIX GUATTARI → PRATIQUES
JOSEPH BEUYS
PLATON
BECAUSE THE NIGHT
PEOPLE MAKE THE POWER (PATTI SMITH)
K.M.83 (FRANÇOIS BREUT)
EVERYBODY KNOWS (VERNON DOWNS)
RÉPÉTER LE MONDE (VÉRONIQUE PERRET)
LOSER (BECK)
LOVE LETTERS (METRONOMY)
LET'S GET LAST (PATRICK BAKER)
LIFE ON MARS? (DAVID BOWIE)
M.A.A. CITY (KIM DRICK WYAR)
THIS IS AMBULA (CHILDISH GAMBINO)
THE BONAVENTURA IN THE UNWORLD (BABY NOMELO)
PLATEAU (MIRIAM)
59 LAFFBALLONS (MENA)
HELLO, I LOVE YOU (THE DOORS)
EATERS ON THE SKIN (H)

REACT TO THE FEELING WHAT? (ALGER)
ACT OF LOVE (MIL YOUNG)
PEACE AND LOVE (H)
DO YOU WANT ANGER?!!! (THE ROOTS)
YOUNG MAN'S POINT (DORIAN) (PETER SLOAN)
SOME SAME MORE (BUSH BISHOPS)

MAKE IT A HABIT TO TALK ABOUT BLESSINGS
MORE THAN BLESSINGS.
WHEN YOU SPREAD POSITIVITY,
THE UNIVERSE BLESSES YOU WITH EVEN
MORE BLESSINGS.
CLOSE THE WINDOW THAT RECEIVES YOU,
NO MATTER HOW CAPTIVATING IT IS.
BE DISCIPLINED ABOUT WHAT YOU BARRICADE.
WHERE FOLKS GOES, IEMOCHI FOLLOWS

MOTIFS SUR
LE SERPENT

IN & OUT
↑
↓
ALLER RETOUR

SHUN'S PART PERSON
OU AMOCHI?

ATELIERS

Labyrinthe
Jardin de serpents + amorce
Jardin sur cailloux
Fêtes en angle
Changer les oiseaux
Yoga (Alain)
Mobi taktik
breakdownak?

↑
↓
Prière de la Vierge

TÉTRAÈDRE
FIRE
PEU

CUBE
EARTH
TERRE

OCTAÈDRE
AIR
AIR

DODÉCAÈDRE
SPIRIT
ESPRIT

ICOSAÈDRE
WATER
EAU

SOLIDES DE PLATON



Interview et photographies
Oscar Tomasetti & Andrea Iacoviello

victor ramalho

Processus créatif

Graphiste et directeur de création, Victor Ramalho défend une approche sincère et précise de la communication. Rencontre avec un créatif qui place l'humain et le sens au cœur de ses projets.

la création n'est pas un sport solitaire.

Comment vous décririez-vous, vous et votre univers créatif, en quelques mots ? ¶ Je suis directeur de création et graphiste. Mon univers est assez suisse-romand dans l'esprit : simple, sincère, précis. J'aime les idées claires, la typographie bien tenue, des systèmes visuels qui respirent, et surtout une approche qui cherche le « pourquoi » avant le « waouh ». En résumé : du sens, de l'authenticité, et une exigence joyeuse.

Qu'est-ce que vous cherchez à provoquer chez les gens lorsqu'ils découvrent vos projets ou vos campagnes ? ¶ Je veux provoquer un déclic. Pas forcément un choc. Un « ah oui, je comprends » suivi d'un « ça me parle ». Idéalement de la confiance, un sourire, parfois une émotion. Et surtout l'impression que derrière l'image il y a une intention vraie, pas une couche de vernis.

Comment démarre concrètement votre processus créatif au sein d'un projet de communication ? Y a-t-il un rituel, un réflexe ou un déclencheur particulier ? ¶ Ça commence par une clarification radicale : qu'est-ce qu'on doit dire, à qui, et pourquoi maintenant. On reformule, on coupe le superflu, on cherche la tension juste. Ensuite seulement, on ouvre le champ : références, axes, mots, images, formes. Le déclencheur, c'est souvent une phrase simple qui résume tout. Quand on l'a, le reste s'aligne.

Quelle place occupe l'expérimentation dans votre travail de directeur créatif ? L'accident ou l'imprévu peut-il devenir une force dans vos projets ? ¶ Une grande place. On a besoin d'un cadre, mais on doit laisser une porte ouverte. L'accident peut devenir la signature du projet : une maladresse assumée, un contraste inattendu, une idée arrivée « de travers » qui devient évidente. Tant que ça sert le message et que ça reste cohérent, l'imprévu est une matière première.

Quel rôle joue votre environnement professionnel — agence, équipe, échanges — dans votre processus créatif ? ¶ Un rôle central. La création n'est pas un sport solitaire. Les échanges font gagner en

justesse : quelqu'un voit une incohérence, un autre propose un angle plus simple, un autre encore challenge l'idée. Notre travail, c'est aussi de créer les conditions pour que l'équipe ait envie d'oser, sans peur de se tromper, tout en gardant une exigence de qualité.

Comment gérez-vous les moments où l'inspiration se fait plus rare ? Vous poussez malgré tout, ou vous prenez du recul ? ¶ Les deux, mais pas au hasard. Quand c'est « juste » un creux, je travaille : je fais avancer la structure, je range, je simplifie, je teste. Et quand je sens que je tourne en rond, je prends du recul, je marche, je change de sujet, je reviens au brief. Souvent, l'inspiration revient quand on arrête de la supplier et qu'on remet du sens au centre.

Votre processus de création change-t-il selon les clients, les supports ou les périodes intenses de votre vie professionnelle ? ¶ Oui, mais le socle reste le même : intention, clarté, cohérence. Ce qui change, c'est le rythme et le niveau de prototypage. Un support digital demande de penser système et déclinaisons. Une campagne terrain demande de penser impact immédiat. Et dans les périodes intenses, je deviens encore plus pragmatique : je protège l'idée, je coupe le bruit, je garde l'essentiel.

Y a-t-il un outil, une méthodologie ou une technologie qui a récemment transformé votre manière d'aborder la création ? ¶ Oui : les outils collaboratifs et la logique de templates/systèmes. On passe moins de temps à « refaire » et plus de temps à décider, affiner et raconter. Les outils peuvent accélérer, mais ils ne remplacent pas le goût, la culture, ni le jugement. L'outil est utile quand il sert l'humain — pas quand il standardise tout.

Avez-vous un moment de la journée où vous vous sentez particulièrement créatif ou efficace ? ¶ Le matin, clairement. Pour la création pure et les décisions. L'après-midi est souvent plus efficace pour produire, coordonner, finaliser, répondre, caler les détails.

Vos idées créatives sont-elles généralement planifiées ou vous arrive-t-il qu'elles vous surprennent totalement ? ¶ Elles se préparent, mais elles surprennent souvent. On construit un terrain : brief, contraintes, références. Puis l'idée arrive parfois à un moment banal, parce que le cerveau a continué sans prévenir. Donc : on planifie le cadre, pas l'étincelle.

Comment évolue votre énergie créative au fil d'un projet, de la phase de réunion préparatoire à la livraison finale ? ¶ Au début, c'est l'excitation et l'ouverture. Ensuite, ça devient plus exigeant : il faut trier, dire non, tenir une direction. Et sur la fin, c'est une énergie de précision : on protège l'idée, on peaufine, on rend le tout évident et fluide. La dernière ligne droite, c'est souvent moins « créatif » au sens romantique, et plus « chirurgical ».

Qu'est-ce qui, selon vous, définit le mieux votre manière de créer et de diriger un processus créatif ? ¶ La recherche de justesse. Faire simple, mais pas simpliste. Être exigeant sans être rigide. Donner un cap clair, laisser de la place aux accidents heureux, et garder une boussole : l'humain, le sens, l'honnêteté. Et si, au passage, on peut arracher un sourire... on ne va pas se priver.

Victor Ramalho : volontiers.ch

Michel Cotting

Interview

maître professionnel à l'eikon,
artiste peintre animalier, graphiste



Sarah Bälher

Interview

maîtresse professionnelle à l'eikon,
maîtresse d'apprentissage
et User Experience Designer à Liip





« The Creative Process » ¶

Podcast centré sur ce que ressent un créateur, comment il prend des décisions et construit un projet.



Vince Gilligan ¶

Breaking Bads : le processus créatif derrière la série.



Abstract: L'art du design ¶

Voyagez dans l'esprit des créateurs les plus novateurs et découvrez comment leur travail touche tous les aspects de notre vie.



Réserve Creative ¶

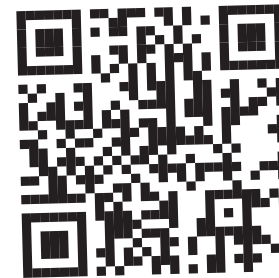
Une newsletter qui aide à entretenir et à stimuler son flux créatif.



Créativité. Un art de vivre ¶

Un livre de Rick Rubin, pour qui être créatif est avant tout une relation au monde, une manière d'être...

références



Chef's Table ¶

Un documentaire «masterclass» sur la créativité d'un cuisinier et la construction de son univers personnel.



How Art Is Made ¶

Un livre en anglais qui explore les matériaux et méthodes utilisés dans des œuvres d'art renommées.

Neil Villard, photographe ¶

Il réussit à vivre pleinement de son art, ce qui est rare dans ce métier. Pour chaque projet, il effectue de nombreuses recherches sur le terrain, observe avec attention son sujet, rencontre des personnes, et prend le temps de comprendre les lieux et les histoires. Cette approche approfondie rend ses photographies à la fois précises et vivantes.

**François Duruz, peintre autodidacte et berger ¶**

Le jour, il s'occupe des troupeaux dans les pâturages, et la nuit, il se plonge dans la peinture. Cette alternance entre activité physique, réflexion solitaire et création artistique influence profondément son processus : ses œuvres semblent naître d'un équilibre entre contemplation, observation de la nature et intuition créative.

Paula Scher, graphiste américaine ¶

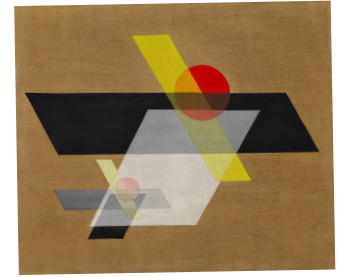
Elle considère la création comme une exploration expressive et instinctive. Elle puise dans la culture populaire, l'histoire du graphisme et les expériences visuelles quotidiennes pour nourrir ses projets. Son approche est dynamique : elle combine audace, spontanéité et réflexion pour créer des designs qui captent l'attention et racontent une histoire.

**Jackson Pollock, artiste ¶**

Pollock a inventé le concept de « action painting ». Il posait ses toiles sur le sol et peignait en se déplaçant autour, parfois même dessus. Le geste devenait essentiel, la peinture était une danse, un mouvement corporel traduit sur la toile. Chaque œuvre est unique, spontanée et reflète l'intensité physique et émotionnelle de l'artiste qui transformait l'acte de peindre en performance.

László Moholy-Nagy, peintre & photographe ¶

Son approche de l'art était expérimentale. Il explorait les matériaux, les objets, la lumière et la perception, cherchant à repousser sans cesse les limites de la création. Pour lui, l'artiste n'est pas seulement un créateur d'images, mais un explorateur qui teste et invente de nouveaux langages visuels.

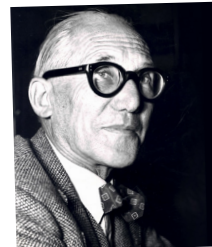
**Man Ray, photographe ¶**

Artiste emblématique du mouvement dada et surréaliste, il concevait la création comme un jeu, une expérimentation constante. Il utilisait le hasard, détournait des objets du quotidien et jouait avec les images et les formes pour surprendre le spectateur. Son travail privilégiait l'intuition, la liberté et l'imprévu et démontrait que la créativité peut naître de la subversion des règles traditionnelles.

parcours

Max Miedinger, typographe suisse ¶

Il adoptait une approche rationnelle et fonctionnelle de la création. Il cherchait avant tout la clarté et la lisibilité, éliminant tout élément superflu. Son travail sur la typographie, notamment avec la célèbre police *Helvetica*, illustre comment le design peut être neutre, mais efficace, universel et capable de transmettre un message sans ambiguïté.

**Le Corbusier, architecte et peintre ¶**

Il décrivait le processus créatif comme une synthèse entre art, technique et mathématique. Il observait, mesurait, dessinait et appliquait des principes rationnels, comme le *Modulor*, pour créer des formes à la fois harmonieuses et fonctionnelles. Pour lui, l'architecture n'était pas seulement esthétique : elle devait répondre aux besoins de l'homme tout en respectant l'équilibre et les proportions.



Cette deuxième édition du « Magazine des élèves » a été réalisée dans le cadre du cours eikonwork par 6 élèves de la classe IMD32. ¶ Sa thématique « Processus créatif » a été choisie par les élèves. ¶ Le magazine explore les différents chemins du processus créatif vu par des professionnels. ¶ Conçu en techniques mixtes mêlant rédaction, photographie, infographie, interviews vidéo et mise en page, ce projet constitue une source d'inspiration pour les élèves de eikon.

Supervision du projet: Catherine Gottraux, enseignante **Maquette:** Estève Despont, enseignant **Adaptation maquette au format A5:** Pauline Spicher **Fontes:** Noi Grotesk et ES Klarheit Plakat **Conception de la couverture:** Lysianne Rial **Rubrique «références» et «parcours»:** Andrea Iacoviello et Oscar Tomasetti **Photographies:** Eva Kohli et Lysianne Rial **Interviews vidéo:** Andrea Iacoviello et Oscar Tomasetti **Carton et générique de fin des vidéos:** Constance Dubois **Montage vidéo:** Andrea Iacoviello et Oscar Tomasetti ainsi qu'Elisa Monnard et Guillaume Monnard, élèves IMD2 **Mock-up pour la page projet du site:** Marta Ventura Coelho **Animation écrans internes:** Constance Dubois **Post Instagram:** Eva Kohli.

Imprimé au « Centre de Multimédia » par David Da Cruz.

© eikon, Fribourg, mars 2026