

Affiches «Stop Sida 2004»

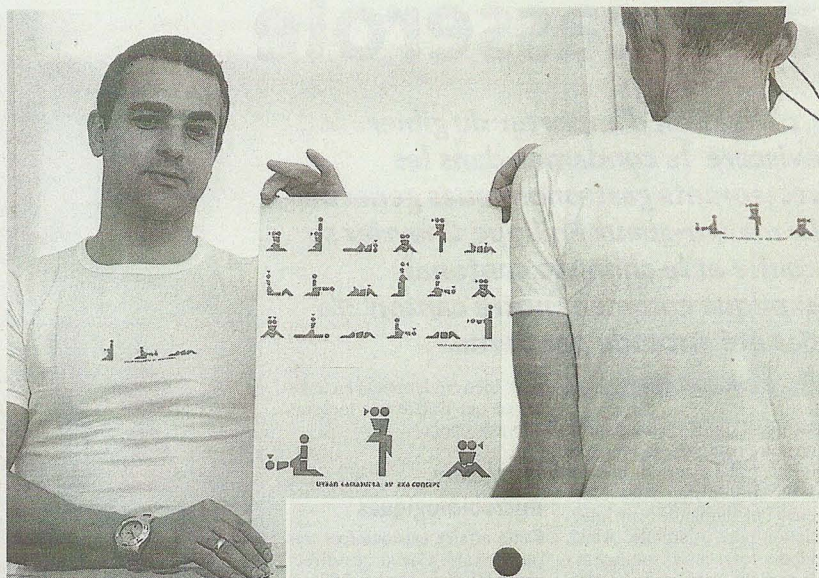
Deux Genevois s'estiment plagiés

La campagne contre le sida est-elle originale ou trop directement inspirée de travaux d'artistes genevois? L'office clame son innocence et l'agence évoque le hasard.

Mary-Claude DUCRET

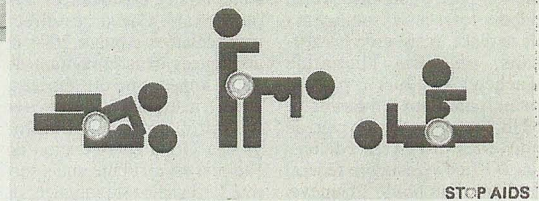
Les messages pictographiques des affiches «Stop Sida 2004» de l'OFSP (Office fédéral de la santé publique) et de l'ASS (Aide Suisse contre le Sida) rappellent à l'ensemble de la population que seul le port du préservatif protège du VIH/sida et des MST (maladies sexuellement transmissibles) en recrudescence dans notre pays. Or, derrière l'intention louable de prévention ne se cacherait-il pas un (mal)heureux hasard, que d'aucuns n'hésiteraient pas à qualifier de... plagiat? En 2001, deux Genevois, Xavier Sprüngli et Vincent Dubois, (duo d'art contemporain) créent l'enseigne «ExaConcept».

Sous ce label, ils signent des œuvres graphiques et plastiques, inspirées des pictogrammes de la signalétique urbaine qu'ils revisitent à leur gré. En 2002, après des recherches sur la représentation sexuée du pictogramme à travers le 20^e siècle, les deux Genevois innoveront; ils offrent une identité sexuelle aux figures pictographiques, les associent au Kâma-sûtra et les déclinent en triptyques. Ce projet, «Urban Kâma-sûtra» signe leur propre ligne de sous-vêtements. Protégés par la loi fédérale sur le droit d'auteur, protection intellectuelle et droit suisse du design, les modèles sont déposés le 23 mai 2003 au registre du design suisse par l'étude d'avocats



Vincent Dubois et Xavier Sprüngli présentent leur affiche. En médaillon, le visuel de «Stop Sida».

Pirker & Fivaz, à Genève. Par la suite, exposés en divers lieux culturels et commerces



STOP AIDIS

L'agence s'explique

MCD A l'agence «Seiler ddb» de Bâle, Juerg Schaub, le créateur officiel des pictogrammes, confirme les propos de Sylvie Leuthold: «Ce travail a été commandé par l'OFSP et l'ASS. Leurs directives étaient précises: messages visuels, compréhensibles par tous... On devait aussi cadrer au budget revu à la baisse en 2004.» (2'800'000 fr. en 2003) Il n'en demeure pas moins que les créateurs genevois reconnaissent leur propre travail sur les affiches de la campagne: «Je sais, mais ces créations nous appartiennent; c'est moi qui ai eu l'idée des pictogrammes. Et ceux-ci, comme le kâma-sûtra, appartiennent au domaine public; on peut les utiliser.» Sur les autres similitudes, Juerg Schaub explique: «C'est souvent comme ça la création; donnez un même devoir à 20 personnes, elles rendront 20 solutions quasi identiques! Et puis, le hasard... Avant la campagne, un magazine connu a utili-

sé des pictogrammes pour sa couverture... Quant aux triptyques, l'idée d'origine (laquelle?) se basait sur trois positions. Alors, trois, triptyques...» Sur la recherche de modèles déposés, Juerg Schaub est franc: «On ne fait jamais de recherches; n'importe quelle création mise sur le marché est automatiquement protégée. Je n'aurais jamais vu le travail de ces garçons avant ce problème.» On peut dès lors déplorer ce manque à la déontologie; les artistes floués le paient cher. La situation des deux Genevois n'émeut pas trop le graphiste bâlois. «Je suis désolé pour eux, mais personne n'a tort ou raison dans l'histoire; c'est un concours de circonstances. Notre travail a été retenu par l'OFSP, c'est comme ça.»

Dans une dernière tentative de médiation, l'avocat des deux Genevois adresse à son tour un courrier à l'OFSP. En réponse, le service juridique du géant bernois

aligne une litanie juridique censée démontrer son bon droit et celui de l'agence bâloise. Pour Vincent, les lois du domaine (un peu floues) ne sont pas en cause dans ce cas: «C'est le poids de l'adversaire qui joue contre le dénouement objectif de l'affaire. Juridiquement parlant, nous sommes frustrés avant même d'entreprendre quoi que ce soit; il nous est impossible d'exiger une expertise ou une confrontation. C'est comme si je voulais mesurer à un champion de course à pied alors que tout est mis en œuvre pour que je n'atteigne jamais la piste!»

A Berne et à Bâle, personne n'a l'intention de reconnaître les faits - du hasard? - et de réparer un quelconque préjudice au duo genevois. Mais de là à prétendre que les pictos «ExaConcept» ont nourri l'imagination d'un graphiste lambda à moindre effort, (et pour quel prix?) il n'y a qu'une ligne que le bénéfice du doute nous interdit d'écrire...

ciblés, ils sont diffusés en Suisse et à l'étranger.

Printemps 2004: le choc!

En mai dernier, les deux artistes sont assaillis de messages de félicitations; proches et concurrents pensent qu'ils sont à l'origine des affiches «Stop Sida 2004»! Devant celles-ci, Xavier et Vincent cèdent à la colère. «Nous n'avons inventé ni les pictogrammes ni le kâma-sûtra, c'est clair! Mais nous revendiquons l'alliance des deux, les triptyques et l'identité sexuelle des personnages. Nous sommes les premiers à avoir déposé ces images en Suisse. Et puis, une similitude entre deux créations est plausible, mais trois...»

Persuadés d'avoir été piratés, Xavier et Vincent écrivent à Sylvie Leuthold, responsable marketing de la campagne «Stop Sida 2004» pour l'OFSP, exprimant leur doute quant à l'origine des modèles exploités. «L'idée du pictogramme est partie d'une réflexion: comment

s'adresser à des personnes analphabètes. Cette création résulte de briefing entre l'OFSP et les représentants de l'ASS; personne ne connaissait vos travaux», leur répond Sylvie Leuthold. Xavier et Vincent ne l'entendent pas de cette oreille: «Nous lui avons précisé que nos intentions n'étaient pas agressives, la prévention du sida étant louable. Mais qu'elle nous reconnaisse la paternité de ces images ou leur influence sur le concept de la campagne. Personne ne connaissait nos travaux? Mais les choses étant clarifiées, nous espérons une solution amiable à cette affaire.» Espoir vain: «Je ne peux ni vous reconnaître la paternité des images ni votre influence sur son graphisme... Elle revient à notre agence de Bâle. L'office travaille avec elle depuis 17 ans et lui accorde toute sa confiance.» Les deux garçons ne s'avouent pas vaincus et reviennent à la charge via un ultime courrier. En retour, Sylvie Leuthold signe une formule qui dit tout... et rien: «Du côté de l'OFSP, l'affaire est considérée comme close».