



Ernest

008

Zéro euro

Hiver

014



Y O

R

Guide artistique de communautés nioulouques, cet hypnotiseur d'optiques est également un grand amateur de sports de glisse.

Italo-franco-grec de naissance, établi à Londres pendant de nombreuses années, Yorgo Tloupas porte en lui les gènes du vieux continent, des eaux translucides de la mer Égée au tintamarre des couleurs italiennes, en passant par la luxuriance parisienne et le raffinement londonien. Cependant que l'immédiateté malaxe nos racines dans un consumérisme insatiable, Yorgo concentre son énergie à secouer les identités visuelles et à jouer avec l'optique pour exciter nos perceptions et ainsi vivifier l'oeil morne de notre contemporanéité.

G O T L O U P A S

enlumineur spatio-temporel

Admettons, cette introduction est un poil enchevêtrée, mais ça fait du bien de se laisser aller à la résonance des ambiguïtés dialectiques et spatiales. Yorgo est donc un individu de sexe masculin de quasi quatre décennies, fils d'une professeure d'art franco-italienne et d'un sculpteur grec. Il voulait être journaliste "sans doute en réaction à l'héritage familial", mais a fini par intégrer l'Ecole Supérieure d'Art Graphique de Paris. Passionné de glisse, il a baigné dans la culture "fun" des années 1980-1990, d'abord sur l'eau, puis sur la neige. "J'ai commencé la planche à voile en Grèce. Ça m'a mené à acheter Wind magazine puis Wind Surf Neige et à commencer le snowboard chez mon cousin à St Gervais. Il s'agissait d'une planche en bois faite main, pas de carres, des ailerons en métal, une semelle concave, asymétrique du mauvais côté, footstraps et bottes de pêche fourrées."

Les sports de glisse, il les pratique sur toutes les surfaces. Il a notamment la réputation d'être un très bon skater. "C'est une activité qui a été déterminante dans ma vie, dans mes choix, dans mon approche au monde et à la société. J'en fais depuis 1986, sans vraiment d'interruption, et je considère toujours que c'est un sport infiniment supérieur à tout autre de par sa dangerosité, son illégalité, sa difficulté, sa créativité dans la pratique, et sa créativité dans la lecture de l'environnement urbain. Je suis disponible pour tout débat avec des pratiquants et défenseurs d'autres sports - inférieurs bien sûr." Au-delà de la pratique, l'univers skate a eu une autre influence sur sa jeunesse, celle de l'infinie possibilité des graphismes. "J'étais exposé à des centaines de logos de skate. Tous les trois mois, chaque fabricant sortait une série de nouvelles planches. Ce renouveau constant a créé chez moi un intérêt visuel."

Sa passion de la glisse et celle des arts appliqués vont se télescoper quand, après avoir rencontré Jean-Carl Carpano, manager produit chez Rossignol, il se voit confier le design du logo Rossignol Snowboard et des gammes snow. "Je lui dois tout. On s'est rencontrés aux Contamines et il m'a sponsorisé en matos. Puis, il m'a demandé de travailler sur le logo et toute une gamme de snowboards, deux années de suite". Cette manne créative est également une manne financière qui lui permet de faire son entrée sur le marché professionnel avec un joli pécule. "À la sortie de l'école, j'ai pu commencer à travailler sur des projets freelance qui m'intéressaient plutôt que sur des boulots alimentaires. Cette liberté de choix a été fondamentale dans mon parcours."

Après s'être fait un nom dans l'univers du graphisme, il prend la direction artistique du magazine Crash, un trimestriel mode et culture qu'il conduit du second au douzième numéro et contribue à rendre culte. Il commence également à travailler pour des commanditaires de renom comme Yves Saint-Laurent ou Lacoste, tout en gardant un lien avec l'univers glisse, notamment les skateboards Street Machine. Il part ensuite pour Londres et monte, avec le journaliste Dan Ross, Intersection, un magazine de voitures qui embrasse la mobilité dans son ensemble. Ainsi, on y découvre des vélos, des bateaux et toutes sortes de véhicules mécaniques insolites, le tout ficelé avec style et un soupçon de luxe, sans oublier les indispensables jolies filles aux jambes sculpturales.

"[Le Skate] est une activité qui a été déterminante dans ma vie,



dans mes choix, dans mon approche au monde et à la société."

C'est également à Londres qu'il découvre, en 2005, le vélo à pignon fixe. Depuis, il n'a cessé de se passionner pour ce sport, et au-delà, pour le vélo en général et le vélo-polo en particulier. "Le pignon fixe m'a séduit par sa nouveauté mêlée d'ancienneté, par son exigence, notamment si l'on roule sans autre frein que la transmission directe, et, j'avoue, par son esthétique. Je continue à en faire en hiver pour me réchauffer, mais j'ai dorénavant un vélo pour chaque pratique, comme un skieur ou surfeur aura un outil pour chaque condition. Le bike polo, c'est un fantastique sport d'équipe, unique et original, que j'ai eu la chance de découvrir tôt et de "lancer" en France. L'aspect compétitif est étrangement séduisant, la camaraderie encore très forte, comme dans tout sport en gestation..."

2005 correspond également aux débuts de sa collaboration avec la marque de ski Black Crows dont il a créé l'identité visuelle et chaque collection. "L'idée était de créer un symbole simple et géométrique, dans la tradition des logos de ski des années 50 à 70. Je suis parti de la représentation la plus basique d'un oiseau en vol, le V de nos dessins d'enfants... Multiple, ce V - ou chevron - devient une escadrille, évoquant la communauté Black Crows [...] L'originalité de ce logo est qu'il peut se modifier à l'infini, créant une perspective proche de l'illusion, dans la lignée de l'art optique."

Influencé par des artistes comme Victor Vasarely ou Jesús-Rafael Soto, beaucoup de ses travaux s'inscrivent dans l'héritage de ce courant artistique. L'art optique prend ses racines dans les années 1920 - notamment les travaux du Bauhaus - et s'est imposé au cours des années 1960. Néanmoins, rapidement embrassé par l'art décoratif et le design graphique, il a été vivement critiqué par le monde de l'art. À l'évidence, pour un designer, cette querelle substantielle a peu d'incidence. "Je suis formé dans le domaine des arts appliqués, et ça reste mon champ d'action et ma passion. Appliqués car au service d'une demande, par opposition à la liberté quasi-totale de la création purement artistique. Je dessine encore, bien sûr, surtout pour la création de logos, qui commence toujours sur papier."

Le logo, quintessence de l'identité graphique, est l'un des violons d'Ingres de Yorgo, sinon sa grande passion. "Je suis plus obsédé que jamais par la création d'identités visuelles, et je ne m'arrêterais que quand j'aurais refait le logo de la République française, et encore..." Sans doute, certains décèleraient une pointe d'autolâtrie dans ce vœu quasi révolutionnaire. Une confiance en lui qui frôlerait le narcissisme représentatif et trouverait son illustration dans la société, Yorgo&co, qui porte son nom. Comme la plupart des grands concepteurs et personnages publics - il a sa marionnette aux Guignols de l'info depuis qu'il a été nommé directeur artistique de Vanity Fair France - Yorgo a quelques paires de chaussettes sur mesures, mais ce serait sourde et mesquine médisance que d'en faire une ligne d'attaque face à sa lumineuse créativité.



Y O

R



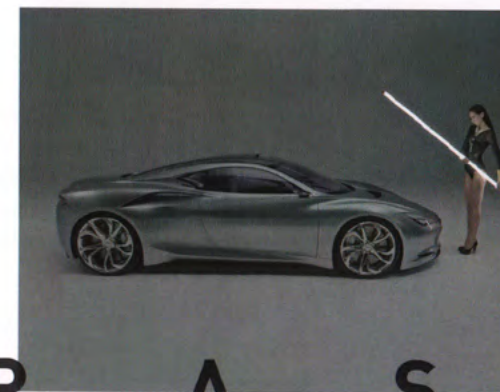
G O



Portrait: Julien Regnier
Words: Antoine
Images: Yorgo&co



illustrator
extraordinaire



T L O U P A S



Artistic icon
for 'new-look'
designers,
we introduce
this optical
hypnotist and
great lover of all
board sports.

Italiano-french-greek by birth, based in London for many years, Yorgo Tloupas is full of his European heritage; from the translucent waters of the Aegean to the riot of Italian colours, with some Parisian luxury and London sophistication thrown in. With insatiable consumerism being forced down our throats all the time, Yorgo focuses his energy in shaking up visual identities and in playing with perspectives in order to excite our perceptions. He livens up our blasé attitudes to the mundane everyday.

Admitted, this introduction is a bit rambling, but it feels good to really let myself go with word play, obscurity and ambiguities. To get back to reality, Yorgo is a male with almost four decades to his name, the son of a franco-italian art teacher and a Greek sculptor. He wanted to be a journalist "probably in response to the family legacy" but eventually enrolled at 'L'Ecole Supérieure d'Art Graphique' in Paris'. Enthusiast of board sports, he immersed himself in the culturally "fun" 1980's and 1990's, starting in the water and moving onto snow. "I started windsurfing in Greece. That led me to buy 'Wind' magazine then 'Wind Surf Snow' and start snowboarding with my cousin in St Gervais. It was a handmade wooden board, no edges, metal surf fins, a concave base, asymmetric on the wrong side, with foot-straps and fur lined fisherman's boots."

He practised board sports of all kinds. In particular Yorgo has a reputation for being a very good skateboarder. "It is an activity that has been instrumental in my life, in my choices, in my view of the world and society. I've skated pretty much non-stop since 1986, and I still consider it an infinitely superior sport than any other because of its danger, its illegality, its difficulty, the creativity involved, and the creativity in reading the urban environment. I am free to discuss this further with any practitioners or defenders of all other inferior sports, of course". Beyond the physical, the world of skateboarding made another impact on his youth; an awareness of the infinite possibilities in graphic design. "I was exposed to hundreds of skating logos. Every three months manufacturers would release a series of new boards. This constant redesign inspired my interest in visual art."

His passion for board sports and their graphic design intensified after meeting Jean-Carl Carpano, the product manager at Rossignol, when he was entrusted to design the logo for Rossignol Snowboards and their snowboard collection. "I owe everything to him. We met in Les Contamines and he sponsored me with snowboarding gear. Then he asked me to work on the logo and a range of snowboards, for two years in a row." This lucky chance to prove his creativity was also a financial god-send that allowed him to kick off his career with some money in his pocket. "On leaving school, I was able to start working on freelance projects that interested me, rather than jobs that would just pay the rent. This freedom of choice has been fundamental in my professional development."

After making himself a name in the world of graphic design, he became the artistic director of 'Crash', a fashion and culture magazine of four issues per year. Involved from the second to twelfth issues he made a large contribution in creating its cult following. He also began working with

**"It is an
activity that
has been
instrumental
in my life,**

**in my
choices, in
my view of
the world and
society."**

renowned names like Yves Saint Laurent and Lacoste, whilst still maintaining his links with the extreme sports world like the skate brand Street Machine. He then moved to London and started up 'Intersection' with journalist Dan Ross, a car magazine that embraces movement - in all its forms. Thus we discover bicycles, boats and all kinds of unusual mechanical vehicles, all wrapped up with style and a dash of luxury, not forgetting the ubiquitous pretty girls with sculptural legs.

It was also in London that he discovered the fixed-gear bike, in 2005. Ever since then he has been passionate about the sport and cycling in general, more specifically in bike-polo. "The fixed gear attracted me by its mix-up between classic and novelty, by its required technical level - especially if you ride with nothing apart from the direct-drive to break with, and I confess, by its aesthetics. I keep riding fixed gear in the winter as it's good training, but I now own a bike for every situation, like a skier or snowboarder will have different skis or boards for different conditions. Bike polo is a fantastic team sport, unique and original. I have had the chance to discover it early and to start one of the first teams in France. The competitive aspect is strangely appealing and of course the camaraderie is very strong, as with any new sport in the making..."

2005 was also the year in which he began his collaboration with Black Crows, where he created the visual identity of the brand and the design of each ski collection. "The idea was to create a simple and geometric symbol, following the tradition of ski logos from the 50's to the 70's. I started off with the most basic representation of a bird in flight, the V we draw when we are kids... Multiply that V, the chevron becomes a squadron, evoking the Black Crows team [...] The originality of this logo is that it can have infinite modifications, creating a perspective that is almost an illusion, just as in optical art."

Influenced by artists such as Victor Vasarely and Jesús Rafael Soto, many of his works fall within the boundaries of this artistic movement. 'Op art' has its roots in the 1920s - notably in work from the Bauhaus - and became well known over the course of the 1960's. Quickly embraced by the Art Deco movement and graphic designers, never the less it was strongly criticized by the art world. It seems that for designers, this large row has little effect. "I am trained in the school of design, and it remains my area of expertise and my passion. Designing for a specific request, as opposed to the quasi total freedom of a purely artistic creation. I still draw of course, especially for the creation of logos, which always starts on paper."

The Logo, the ultimate graphic identity, is one of Yorgo's main occupations, if not his greatest passion. "I'm more obsessed than ever by creating visual identities, and I will only stop when I have reworked the logo of the French Republic, and probably not even then..." No doubt some will discern a hint of egoism in this quasi-revolutionary wish. A self-confidence verging on narcissism, illustrated in the work of the company that bears his name, Yorgo & Co. Like most great designers and public figures - he has even had his own splitting image caricature on the news since he was appointed artistic director of Vanity Fair France - Yorgo has a few pairs of made to measure socks, but it would be shallow nit-picking to use that against him and his brilliant creativity.