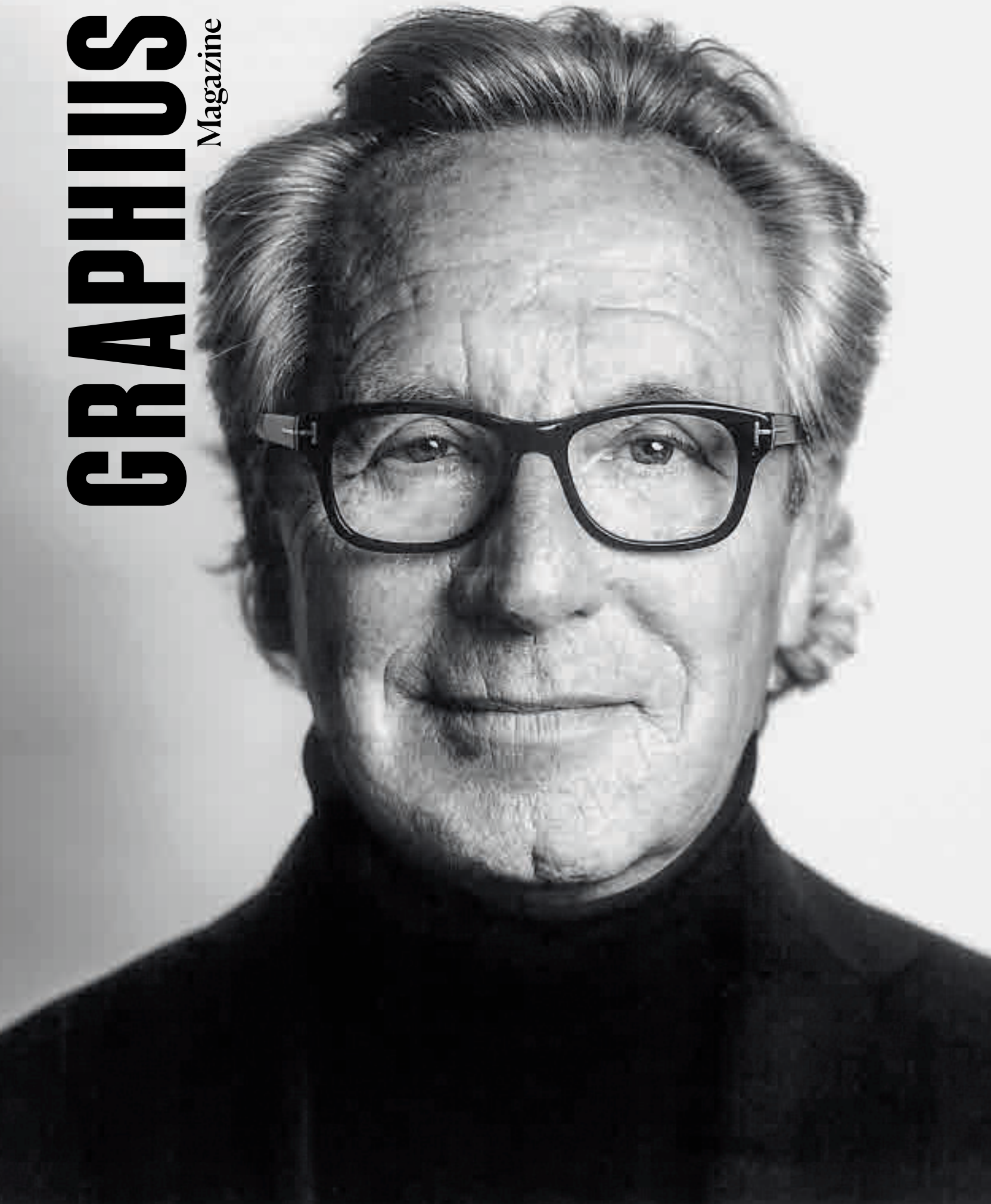


GRAPHIUS

Magazine



11 Ways to Get More from Your Marketing Today.



The Marketer's Guide to Marketing in Print is an insight-filled 40-page guide to help today's brands get the best for their marketing buck.

You want to know exactly what print can do for your brand? There is a lot...

Scan the code and get your personal copy for more marketing insights.



sappi

GRAPHIUS MAG 16



27

The Rolling Stones
Zwervende iconen vereeuwigd

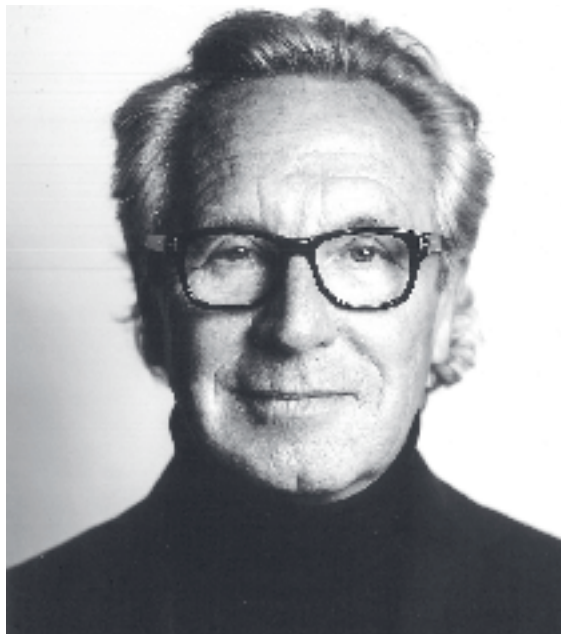


3

Polynesische Kunst
Een kunstboek als kunstwerk

14

Cover
Maison Natan
Baron Edouard Vermeulen



7

Sven Ornelis
De wandelende would-be chef

Colofon: Members of Graphius Group: Graphius Gent, Graphius Brussels, Belprinto, Park Communications, PPO Graphius, Mirto Print, Cassochrome
Verantwoordelijke uitgever: Denis Geers, Traktaatweg 8, 9041 Gent, België.
Redactie: Sven De Potter, Jacques Legros, Vaughn Bayley, Ann Dehoucke
Vormgeving: studio Park Communications. **Fotografie:** studio Antilope De Bie printing, Duffel. **Eindredactie:** Ann Dehoucke
Abonnementen: U kan zich gratis abonneren via info@graphius.com
Graphius, Traktaatweg 8, 9041 Gent, België. Tel. +32 (0)9 218 08 41. info@graphius.com, www.graphius.com
Gedrukt met vegetale bio-inkten op een Heidelberg XL 106-10-kleurenpers met hybride raster 250 lpi.
Cover: Magno Volume 300 g/m² Binnenwerk: Magno Volume 150 g/m² Uitslaander: Magno Volume 170 g/m²



Gabrielle Chanel

Wanneer het boek de expo
evenaart in grootsheid

33

44

Christophe Gevers

Een discreet en
onbezongen genie



61

**Kunstenfestival
Watou**

op de grens van
woord en beeld

48

Wilmotte & Associés

Bruggen slaan tussen
het verleden en het heden



EN VERDER

- 11 - Vers van de pers
- 12 - De Indrukmakers
- 20 - Drie magazines in de kijker
- 24 - Belprinto
- 32 - De details maken het boek
- 41 - BnF
- 53 - Voetbalprogrammaboekjes
- 65 - Guernica / Ukraine
- 69 - Burger King
- 70 - Graphius Nieuws



56

De Verbeke Foundation

Tussen kunst, natuur en wetenschap

POLYNESISISCHE KUNST

EEN KUNSTBOEK ALS KUNSTWERK

De Prix Pierre Moos brengt hulde aan kwaliteit en diversiteit in gespecialiseerde publicaties over kunst uit Amerika, Afrika, Azië en Oceanië. Dit jaar prijkten tien titels op de shortlist. Een daarvan is *Polynesian Art*, geredigeerd door Kevin Conru.

Paaseiland Figuren,
Moai Kavakava
Photo: Hughes Dubois





Rarotonga Staf God Figuur
Photo: Hughes Dubois

Vooreerst, proficiat met het boek en met de nominatie voor de Prix Pierre Moos

Dank je wel. Dit soort prijzen zijn goed voor de industrie. Ze laten mensen zien dat boeken relevant zijn, dat ze een doel dienen. Oudere mensen hebben vaak veel boeken, maar jongere mensen kopen er misschien niet genoeg. Zij zoeken informatie online, zoals op Wikipedia. En dus spelen dit soort evenementen en prijzen een rol bij het relevant houden van boeken.

Er waren een aantal uitstekende boeken, waaronder een over de kunstgeschiedenis in Chicago en een over een textielcollectie. Het was erg fantastisch om zulke prachtige boeken bij elkaar te zien. Ons boek was een van de tien geselecteerden voor de finale. Het boek dat won was echt een juweeltje, maar echt elk van de tien had kunnen winnen. Het motiveert iedereen om de kwaliteit van boeken naar een hoger niveau te tillen. Het hele idee is dan ook om ons allemaal aan te sporen om geweldige werken te creëren.

Klopt het dat dit project tot stand kwam terwijl je een tentoonstelling voorbereidde?

Inderdaad. Maar je moet weten dat wij het British Museum niet zijn. Zij hebben enorme, bekende kunstschaten. Wij zitten in de kleinere privésector. Als curator, verzamelaar en handelaar kende ik collecties en privé-eigenaars in België, Duitsland, Groot-Brittannië, Frankrijk en Nederland die objecten en collecties hadden die we konden lenen voor onze tentoonstelling. We vroegen ons af: "Wat kan?" We krijgen misschien geen Hawaïaanse mantel, maar we hebben wel twee Hawaïaanse figuren.

En zo kwam het allemaal een beetje bij elkaar. Er kwam veel toeval bij kijken. We stelden een groep van negen oorlogsclubs samen, of stafleden van de Marquesas Eilanden. Dat was indrukwekkend. We zetten ze bij elkaar omdat we wisten dat we toegang tot ze konden krijgen en ze samen konden brengen voor de tentoonstelling. Natuurlijk was er een snuifje toeval gemengd met de wetenschap waar we

deze dingen konden vinden. Ons doel was vooral om een visueel overzicht te geven van wat Polynesische kunst inhoudt. In principe hadden we een enorm scala aan items: juwelen, wapens, objecten met aanzien en objecten van verering. Het was een omvangrijke tentoonstelling.

Op een gegeven moment daagde het ons dat we negen Paaseilandfiguren zouden hebben. Dat zijn er veel. Jeetje, om negen Paaseilandfiguren te kunnen vergelijken! We hadden er een uit Melbourne, een uit Genève, een paar van hier in België. En dit zijn iconische, krachtige stukken. In feite waren er veel stukken die een beetje onbekend zijn, zelfs voor de professionals. Dit was een unieke kans voor de kenners om een hele hoop werken te ontdekken die ongepubliceerd, onbekend en zeldzaam zijn. En dat was een groot succes. Ik denk niet dat we ooit nog zoiets zullen zien. Echt niet.

En dat was het startschot om een boek te maken?

Toen we ongeveer een jaar geleden voor het eerst aan de tentoonstelling dachten, had ik gek genoeg een bescheiden catalogus in gedachten. Ik zou misschien wat gekleurde illustraties gebruiken en het een en ander in zwart-wit illustreren, met een soort miniatuurindex achterin de catalogus. Maar naarmate we vorderden, besepte ik hoe belangrijk de tentoonstelling was.

En toen kwam Dr. Bernard de Grunne op de proppen met een idee. Hij was een paar jaar geleden betrokken geweest bij een tentoonstelling van oorlogsclubs. Ze hadden een C14 koolstofdatering - dat is een methode om onderzoek te doen naar de ouderdom - gedaan op een paar voorwerpen, en daaruit bleek dat ze behoorlijk oud waren. Extreem oud. "Weet je," zei Dr. de Grunne, "we hebben de mogelijkheid om een aantal voorwerpen van onze tentoonstelling verder te testen." En dus schreef hij een hoofdstuk over C14-koolstofdatering voor Polynesische kunstwerken. Daar was tot dan toe nog nooit een artikel aan gewijd.

Ik kwam op het idee om verschillende auteurs te vragen een bijdrage te leveren. Zij gingen akkoord en zo werd het een veel interessanter en meer wetenschappelijk boek, met fascinerende invalshoeken.

Daarna hebben we echt alle registers opengetrokken opdat het boek een streling voor het oog zou worden. Enkele van de beste fotografen die hier in België en in het buitenland werken zorgden voor uitmuntende kleurenfoto's van elk object. En we kozen voor een boek in een groot formaat, omdat we wisten dat Graphius uitstekend werk levert op dit niveau. Onze kennis over hun prestaties maakte het ook mogelijk om dit project te doen.

Welk doel had je voor ogen?

Hoewel het boek stoelt op academische kennis, blijft het in mijn ogen een kunstboek. Het is geen leerboek van een universiteit, het is niet per se een museumcatalogus, de opzet is een kunstboek. Elke beslissing over hoe het boek er moest uitzien, maakten we vanuit die gedachte: we maken een kunstwerk.

Dit boek is een beetje anders dan veel boeken over Polynesische kunst. De meeste boeken over dit onderwerp hebben een kleiner formaat. Of ze worden eerder gepresenteerd als tekst dan als tekst in functie van de kunstobjecten. Als je ons boek openslaat zie je grote platen, grote illustraties die de kunst laten zien. En dat is precies waarom het boek er zo uitspringt.

Is het een uitdaging om met beelden in groot formaat te werken?

Dat was inderdaad een van de uitdagingen. In het verleden werkte ik met één fotograaf aan dit soort grote projecten. We hadden wel tijd, maar minder geldschieters en minder belanghebbenden. Met

slechts twee of drie mensen die betrokken zijn, is het zoveel makkelijker om alle stukken door één fotograaf te laten schieten.

Maar deze keer werkten we met meerdere fotografen in verschillende landen. De kunst was vervolgens om overal een coherente stijl te bekomen. Dat hebben we bereikt door terugkerende neutrale, grijze achtergronden te gebruiken. Als je meerdere kleuren door elkaar gebruikt wordt het storend. Dat wil je vermijden want je wil een harmonieus resultaat.

Je hebt ook een visueel verhaal nodig. Je moet nadenken over hoe het eruit gaat zien op een dubbele pagina, met het ene object naast het andere. Welke objecten passen goed bij elkaar en welke niet? Soms hadden we twee objecten die erg op elkaar leken, maar we plaatsten die liever niet samen. Dat zou visueel botsen.

Bij het opmaken van dit boek legden we daarom alle prenten naast elkaar op de grond en zochten zo naar de passende schikking. Het was een soort puzzel.

En hoe zat het met de materiaalkeuzes voor dit boek?

Het is een situatie waarin je min of meer weet waar je naartoe gaat, maar je weet het pas als je het echt ziet en vasthoudt. Dan pas wordt alles duidelijk. Ik zou nooit aan de hand van een foto een papierkeuze kunnen maken. Je moet het echt in je hand hebben. Een boek gaat net zo goed over aanraken als over de afbeeldingen die erin staan. Het is iets fysieks, nietwaar? Een kunstboek, dat is en moet een kunstwerk zijn.

We houden van het papier. Het is prachtig. Het is wit 150 g mat machinaal afgewerkt, houtvrij gestreken papier, een papiersoort waar we eerder ook al mee hadden gewerkt. We keken

“Elke beslissing over hoe het boek er moest uitzien, maakten we vanuit die gedachte: we maken een kunstwerk.”





Maori Hei Tikis

Photo: Frédéric Dehaen

naar verschillende papiermonsters en zeiden: "Dat is 'm." Dus bestelden we het van tevoren.

Hetzelfde geldt voor de doos. We hebben honderd doosomslagen laten maken en besteedden een volledige dag aan het bekijken van alle voorbeelden. We zochten iets dat de juiste look had voor het project.

Hoe verliep het drukproces?

Ik ben er altijd bij op de eerste drukdag. Dat is belangrijk. Vergeet niet dat dit grote vellen zijn met grote platen met kleurenafbeeldingen. We hebben een object van ivoor naast een object van steen, van hout, van jade. Je hebt deze verschillende kleuren. En dat alles moet allemaal harmoniëren. Het gebeurt dat we beginnen en dan blijkt het beeld vaak niet rood genoeg te zijn. Het mag ook niet te rood zijn, want dan wordt alles roze. Of het heeft een vleugje geel nodig. Of er is te veel. We kijken naar houten voorwerpen die een paar honderd jaar oud zijn en deze antieke stukken hout hebben prachtige patina's aan het oppervlak.

Als de kleur te blauw is, neemt het blauw de warmte weg. Je moet dus de juiste balans hebben tussen warmte en helderheid. De teint mag niet te warm zijn, want dan wordt het te schraal. Je moet een juiste inschatting maken van hoe de kleuren werkelijk overkomen. Dat is geen sinecure.

Bij de drukpersen zijn lampen om de afgedrukte vellen onder te leggen, maar ik bekijk ze graag in het daglicht. Het daglicht toont de waarheid. Daar kan geen kunstlicht aan tippen. En zo zijn we dus te werk gegaan, totdat we wisten dat we hadden wat we zochten.

Je bent er in een luttele zeven maanden in geslaagd om zowel de tentoonstelling als het boek rond te krijgen. Hoe?

We hadden al eerder boeken en presentaties gemaakt, sommige met Graphius. En omdat we al eerder projecten met hen hadden gedaan en fantastische resultaten hadden behaald, gaf ons dat vertrouwen. Als je weet met wie je samenwerkt en wat je van die mensen kunt verwachten - onze redacteur, onze grafisch ontwerper, fotografen met

wie ik heb gewerkt, iedereen bij Graphius - dan loopt het project als een Zwitserse klok. Het wordt heel behapbaar. Je weet wat je van elkaar kunt verwachten. We hebben hoge normen en verwachtingen. Je moet je team echt kennen om te weten of je deadlines kunt halen. We wisten wanneer we het werk af moesten hebben, wanneer zij de bestanden nodig hadden, wanneer alles moest gebeuren. Het boek was twee dagen voor de opening in ons bezit. We hebben 500 exemplaren gedrukt, in principe voor een tentoonstelling die slechts vijf weken duurde. Maar het boek blijft een nalatenschap, ook nadat de tentoonstelling is afgelopen. Het zal net zo lang meegaan als andere oude boeken van topkwaliteit. ■



Polynesische kunst is de tentoonstellingscatalogus voor de gelijknamige expo die tussen mei en juni 2023 te zien was in het Lempertz Veilinghuis te Brussel.

- Geredigeerd door Kevin Conru
- Ontwerp door Tia Džamonja
- Beschikbaar in hardcover
- 270 pagina's
- Engels
- Beperkte oplage van 500 exemplaren

DE WANDELENDE WOULD-BE CHEF

Terwijl de aarde aan een rotvaart door het heelal vliegt en we ons allemaal in de luren laten leggen door de ratrace, kiezen sommige mensen ervoor om wat vertraging in hun leven in te bouwen. Hoe? Door elke dag een half uurtje uit te trekken om te wandelen. Want, wandelen, dat is de tijdbesteding bij uitstek om even helemaal terug te gaan naar hoe we eens geleden als mensen over de steppe zwierven. Wie dat bijvoorbeeld goed begrepen heeft, is Sven Ornelis, die met zijn in het voorjaar verschenen 'Waarom Wandelen'-boek lezers laat kennismaken met waarom hij wandelen zo fantastisch vindt.

© Bram Laebens





© Bram Laebens

“Mensen onderschatten soms hoeveel energie je kunt krijgen door een half uurtje te wandelen.”

Sven Ornelis? Ja, dat is de man die je zou kunnen kennen als presentator bij JOE of als de auteur van de verschillende ‘Would be chef’-kookboeken. Dat een gourmand als Ornelis ook houdt van wandelen, valt voor een groot stuk terug te leiden naar de wens om iets gezonder te gaan leven en meer te bewegen.

“Ik ben iets meer dan tien jaar geleden fervent beginnen te wandelen”, vertelt hij. “Ik wilde absoluut iets doen aan mijn overgewicht, en had mezelf voorgenomen om gezonder te beginnen leven. Wandelen was de ideale keuze, omdat ik niet echt een sporter ben. Ik heb me die keuze nog geen enkel moment beklagd. Ik ben beginnen stappen, en ik heb sindsdien bij wijze van spreken nog geen enkele dag overgeslagen. Je zou zelfs kunnen stellen dat wandelen een verslaving

geworden is. Wandel ik een dag niet, dan voel ik dat, vooral mentaal. Ik ben net terug van een weekje Barcelona, en daar heb ik op één week tijd toch zo’n 130 km gestapt. Ik ken de stad ondertussen goed, omdat ik er halftijds woon, maar toch ontdek ik tijdens het wandelen nog verborgen plekjes. Ik laat me tijdens mijn wandelingen leiden door de verkeerslichten: bij een rood licht kies ik links of rechts. Groen is gewoon rechtdoor (lacht).”

Wandelen: weldaad voor lichaam en geest

Wandelen is niet enkel goed voor de fysieke conditie, het is ook een weldaad voor het mentale welzijn. “Mensen onderschatten soms hoeveel energie je kunt krijgen door een half uurtje te wandelen. Als je alleen gaat stappen, ben je even alleen met

jezelf. Dat is pure me-time. En in dat uur kan je echt helemaal zelf kiezen wat je wil doen: gewoon genieten van de omgeving, luisteren naar een podcast, een taal leren, muziek of een audioboek beluisteren etc. Of je trekt er met een vriend op uit, en praat. Het voordeel aan wandelen is dat het moeilijke conversaties nooit *awkward* maakt. Heeft iemand even niets te zeggen, dan valt er nooit echt een ongemakkelijke stilte, omdat je gewoon nog aan het stappen bent. Dat is toch een heel ander gegeven dan face-to-face aan tafel zitten en je door een gênante stilte te worstelen.”

De wegen van Vlaanderen

“Ik heb tien jaar in de buurt van Mechelen gewoond, en daar heb ik vrijwel elke dag dezelfde route gewandeld, langs de Dijle. Dat repetitieve had iets magisch, iets



© Bram Laebens

zen-achtig. En nu ik al een tijdje in Oost-Vlaanderen woon, ben ik de talloze wandelroutes aan het ontdekken. Ik ben zelf afkomstig van Knesselare, en het voelde goed om in de buurt het Drongengoed te ontdekken. En daarnaast ga ik vaak wandelen in Puyenbroeck, of het Heidebos. De stiltewandeling in Poperinge, daar was ik van onder indruk. Of de routes rond de Kwaremont ... het is allemaal echt het ontdekken meer dan waard. En, het plan is om volgend jaar naar Nieuw-Zeeland af te reizen, en een deel van het prachtige land te voet te ontdekken; het is iets waar ik nu al erg hard naar uitkijk.”

Would be ... wandelende chef!

“Naast het ‘Waarom wandelen’-boek verschijnt er eind dit jaar nog een tweede boek ‘Mijn mama’s kookboek’.

Daar kijk ik ook enorm naar uit, niet enkel omdat het verschijnt via mijn eigen uitgeverij Silenro, maar ook omdat ik ervoor samengewerkt heb met mijn moeder, die dit jaar 75 geworden is.

Ik ben van kindsbeen af altijd al gefascineerd geweest door lekker eten en koken. Ik herinner me dat ik als kind al mee stond te helpen in de keuken, iets waar ik telkens weer naar uitkeek. De liefde voor koken, heb ik meegekregen van mijn moeder en mijn grootmoeder. Ik vond dat ik toch eindelijk eens iets moest doen met al die mooie recepten, die mijn mama zorgvuldig bijhield in een schriftje. Zoals moeders doorgaans plegen te doen (lacht). Ik vond dat ik met haar 75^{ste} verjaardag wel eens iets speciaals mocht doen, en een kookboek was daarvoor de ideale keuze.

De recepten die erin staan, zou je kunnen onderbrengen onder de categorie klassiek Vlaams, maar met een extraatje: ik heb zelf van elk recept een alternatief gemaakt. Als kind maakte mijn moeder bijvoorbeeld regelmatig gehaktbrood met rode kool, een recept dat in vrijwel elk Vlaams huisgezin op tafel kwam. Alleen, ik lustte – en lust nog steeds – geen rode kool. Als kind heb ik dat wel leren eten, maar het recept dat ik nu zelf gemaakt heb, wijkt in die zin af dat het nu gaat om lamskebab met een frisse salade en rauwe rode kool. En verder krijgen hobbychefs of mensen die graag koken ook recepten als koetong in Madeirasaus, stoofvlees, witloofrolletjes, met nog een heel hoofdstuk aan desserts en gebak. Ik vind het zelf een heel geslaagd boek.



© Bram Laebens

Mijn mama was uiteraard blij dat haar recepten in het boek belanden, maar zelf blijft ze daar heel bescheiden bij. Maar ze mag echt trots zijn, vind ik, want wat we gemaakt hebben, is meer dan een kookboek. Het is ook een manier om geld in te zamelen voor een project waarmee we kasteloze Indische schoolmeisjes in het dorpje Similia willen laten verder studeren. Het maakt de cirkel wel mooi rond, omdat mijn moeder zelf al op haar zestiende moest

gaan werken, en niet mocht verder studeren, omdat er geen centen voor waren. Daar voor enkele kasteloze meisjes het verschil kunnen maken, is een droom die met de realisatie van dit kookboek uitkomt.

Wie interesse heeft in beide boeken, kan ze bestellen via onze website, www.silenro.be. Het zijn twee mooie uitgaven, en allebei gedrukt bij Graphius, een samenwerking waar ik niets dan lof voor heb.” ■

“Ik vond dat ik toch eindelijk eens iets moest doen met al die mooie recepten, die mijn mama zorgvuldig bijhield in een schriftje. Zoals moeders doorgaans plegen te doen.”



WAAROM WANDELEN

- Silenro
- Lochristi
- 150 x 230 mm
- 160 p
- Maxi Offset 120 g/m²



MIJN MAMA'S KOOKBOEK

- Silenro
- Lochristi
- 170 x 240 mm
- 160 p
- Maxi Offset 140 g/m²

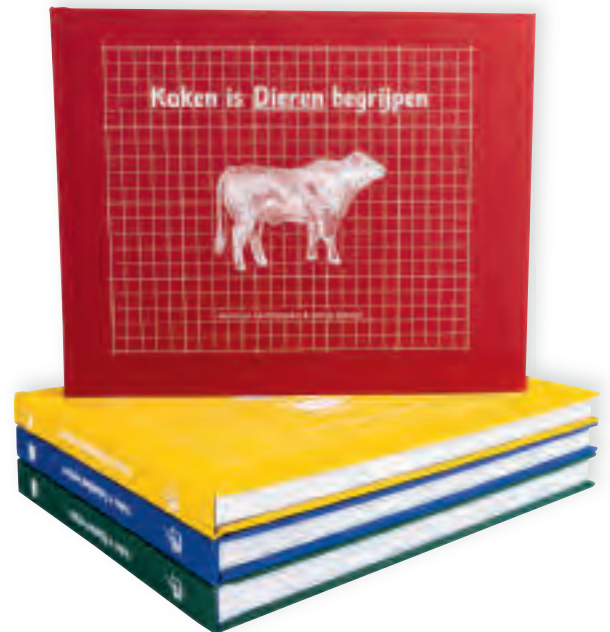
VERS VAN DE PERS

The Cooking Blueprints: Leer koken echt begrijpen

Koken écht begrijpen is de sleutel tot succes, dat is het motto achter de vierdelige boekenreeks 'Koken is Begrijpen'. Dit omvangrijke naslagwerk weet zowel beginnende als doorgewinterde koks aan te spreken door een evenwichtige combinatie van praktische benadering en diepgaand inzicht te bieden.

De boeken nemen de lezer mee op een reis door de wereld van koken, waarbij het begrijpen van culinaire technieken en processen centraal staat. Het gaat verder dan het simpelweg volgen van recepten en moedigt aan om de basisprincipes van koken te begrijpen. Door een dieper inzicht in de kunst van koken te ontwikkelen, kunnen lezers een meesterschap bereiken dat creativiteit bevordert en de deuren naar eindeloze culinaire mogelijkheden opent.

Een opvallend detail is de aanwezigheid van meer dan 1200 met de hand gemaakte illustraties, die het culinaire proces op unieke wijze in beeld brengen. Daarnaast worden de boeken ook door tal van experts goedgekeurd. "The Cooking Blueprints is een prachtig naslagwerk dat vakkennis en praktijkervaring op een meesterlijke wijze bundelt", aldus Minister Ben Weyts. Ook chef Michaël Vrijmoed is enthousiast: "Door nieuwe inzichten te verkrijgen kunnen we voortdurend onze culinaire grenzen verleggen en zowel het beste uit onszelf als het product halen." Het kan dan ook niet verbazen dat The Cooking Blueprints recentelijk de Innovation Award op horecaexpo 2023 in de wacht sleepte. Kortom, een must have voor elke (hobby)kok.



Maak kans op je eigen exemplaar!

Hebben we je interesse aangewakkerd? Stuur dan zeker een mailtje naar wedstrijd@graphius.com. De eerste vijf inschrijvingen krijgen een exemplaar van 'Koken is Begrijpen' opgestuurd. Zo kan je meteen in je eigen keuken aan de slag!

THE COOKING BLUEPRINTS

- William Mathijssen
- 250 x 200 mm
- 4 x 112 p
- Offset Wit 170 g/m²

Food for Heroes: Een inspirerend verhaal

'Food for Heroes' vertelt een hartverwarmend en inspirerend verhaal over Max Fourier, een 12-jarige jongen die lijdt aan het syndroom van Prader-Willi, en genetische afwijking die bij 1 op 15.000 geboortes voorkomt. Een van de symptomen is een onverzadigbare drang naar eten. Ondanks zijn ongewone uitdagingen heeft Max een bijzonder gezond kookboek samengesteld, met medewerking van bekende chef-koks, waaronder Tim Boury en Peter Goossens.

Max en zijn moeder Veronique Denhaerinck delen hun verhaal over de noodzakelijke, maar opmerkelijke aanpassingen die ze hebben moeten maken. Het is een getuigenis van doorzettingsvermogen en passie in de wereld van eten en koken. Food For Heroes neemt je mee op een culinaire wereldreis.

FOOD FOR HEROES

- Veronique Denhaerinck
- 190 x 245 mm
- 176 p
- Magno Natural 140 g/m²



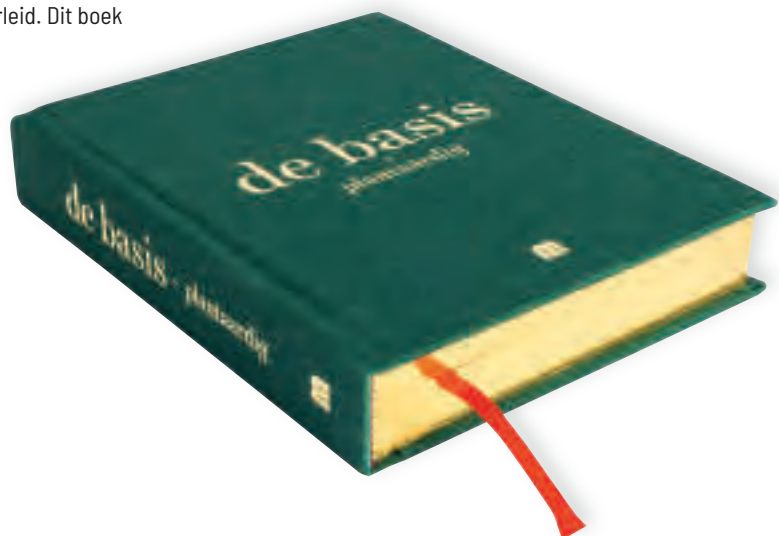
De Basis – Plantaardig: De wereld van veganistisch koken

De Basis - Plantaardig is een verrassend en innovatief boek dat de traditionele opvattingen over koken uitdaagt. Dit boek, gecreëerd door de vegan chef Pieter-Jan Lint en culinair fotograaf Tony Le Duc, biedt een frisse kijk op de wereld van veganistisch koken. Wat dit boek onderscheidt, is de nadruk op het verkennen van innovatieve plantaardige ingrediënten en het aanbieden van inzichten in diverse kook- en snijtechnieken.

Elk aspect van plantaardig koken wordt visueel ondersteund door de prachtige fotografie van Tony Le Duc, waarbij elk gerecht tot de essentie wordt herleid. Dit boek is niet alleen een kookgids, maar een visueel kunstwerk. Het leert niet alleen hoe je heerlijke veganistische gerechten kunt bereiden, maar inspireert ook tot het verkennen van nieuwe smaken en creatieve benaderingen van de plantaardige keuken.

DE BASIS – PLANTAARDIG

- Minestrone
- 120 x 160 mm
- 352 p
- Arena White Smooth 100 g/m²



De emotionele imprint van PAPIEREN ADVERTENTIES

De Indrukmakers.

Voor wie de tendens al een tijdje in de mot heeft, zal De Indrukmakers geen nieuws zijn. Het is de naam van de nieuwe marketingcampagne – in goede banen geleid door media en marketinghuis Hotel Hungaria (cf. het tv-programma Dagelijkse Kost en de film Onze Natuur) – voor de grafische branche voor de volgende jaren. De aftrap van de 'De Indrukmakers' werd afgelopen zomer gegeven tijdens de Algemene Vergadering van sectorfederatie Febelgra.

Alles komt terug. Rob Van Oudenhoven en Mark Uytterhoeven – de twee presentatoren van het gelijknamige komische archiefprogramma op de VRT, anno 2001 – wisten het toen al. Niets verdwijnt voor eeuwig. Ook print niet. Terwijl de tijdingen aan het begin van de digitale revolutie slecht waren en de 'dood van de print' werd aangekondigd, zien we dat print vandaag een relance meemaakt. Door de alomtegenwoordigheid en de massa aan digitale, zeer vergankelijke berichten die dagelijks onze mailboxen doen overlopen, groeide de laatste jaren opnieuw de nood aan 'minder' digitaal. De vraag naar persoonlijker, kleiner en tactieler drukwerk zit in de lift.

De Indrukmakers is een mooi gekozen campagnetitel die meteen ook verwijst naar een collectief dat zich omschrijft als 'een duurzame beweging, een collectief van partners met één duidelijk doel.' In Knack gaf Flup Coppens, business improvement manager bij Hotel Hungaria, een woordje uitleg: "De Indrukmakers

heeft een duidelijke missie: de grafische sector een positieve indruk laten maken én 11 miljoen Belgen weer en meer printgezind maken. De eerste stap is mensen raken. We geloven dat emotionele verhalen diep binnendringen én mensen in beweging brengen." Om de actie bekend te maken, werken De Indrukmakers samen met BV's zoals Gio Kemper, Leen Dendievel en Willy Sommers.

Een duidelijk missionstatement, en een dat De Indrukmakers bij wijze van promotie meteen kracht bijzetten met een mooi en ontroerend filmpje van wat drukwerk-met-een-boodschap kan betekenen. En het blijft niet bij een mooi verpakte boodschap. De Indrukmakers roept al wie een betekenisvol bericht, een welgemeend compliment of hartverwarmende leuze heeft op om die via de site op een waardevolle manier te laten vereeuwigen, in pakkend drukwerk. De Indrukmakers drukken je bericht gratis op een kwalitatieve A4-poster en sturen hem naar je op met de post.

“Dit is meer dan een campagne. Dit wordt een beweging. We willen een positief beeld uitdragen van onze sector.”

Papier en gevoel

Waarom De Indrukmakers in het leven geroepen werd? De reden ligt eigenlijk voor de hand. Je herinnert je wellicht zelf wel hoe leuk het was om een ludieke verjaardagskaart te krijgen, met een persoonlijke boodschap, een briefje met een 'dank je'-boodschap of een foto die al tien jaar aan je koelkast hangt. In drukwerk zit veel meer gevoel; het zorgt ervoor dat de boodschap van de verzender of de maker ervan, veel meer tot uiting komt. Met drukwerk komt een emotionele verbinding. En je weet – bewust of onbewust – dat iemand de tijd nam om bijvoorbeeld een wenskaart te kiezen, een tekstje te schrijven en de kaart op de post te doen. In drukwerk zit de gedachte, zit vertraging en betrokkenheid.

En laat het net die betrokkenheid zijn die drukwerk zo speciaal maakt. Een onderzoek aan de Amerikaanse Temple University toonde aan dat mensen een sterkere emotionele respons hebben op gedrukte advertenties, en dat inhoud op papier onze hersenen op een andere en krachtigere manier beïnvloedt. In een onderzoek – uitgevoerd voor de U.S. Post Office – vonden ze significante verschillen in de manier waarop onze hersenen de twee advertentieformaten verwerken.

Wetenschappers lieten proefpersonen advertenties bekijken via digitale of fysieke media. Met behulp van verschillende

neuromarketingmethoden, waaronder eyetracking, biometrische metingen en een MRI-scan, konden ze de reacties meten. De resultaten van het onderzoek waren zeer interessant: terwijl digitale advertenties wel sneller verwerkt werden, hielden papieren advertenties kijkers langer bezig en bleken de proefpersonen een week na het zien van de advertentie een grotere emotionele respons en herinnering te hebben voor advertenties in fysieke media. Ze veroorzaakten meer activiteit in hersengebieden die geassocieerd worden met waarde en verlangen. Het tastbare en tijdsintensieve karakter van gedrukte media heeft een informierend, inspirerend én verbindend effect.

Gen Z gaat voor print

Nog een reden waarom drukwerk het vandaag beter doet, is dat ook Gen Z (de generatie geboren tussen 1997 en 2012) meer en meer verlangt naar

vertraging. Gen Z'ers zijn opgegroeid in een digitale wereld, communiceren snel via apps, en zitten als het ware aan een digitaal infuus. Maar wat bijvoorbeeld opviel tijdens de coronapandemie, is dat jongeren weer massaal aan het lezen gingen. In de leeftijdsgroep 15 tot 24 jaar steeg het aantal lezers met 16%. Toch een significante stijging. Een boek nemen, je neervlijen in je luie stoel en je laten meevoeren in een wereld, geprikkeld door je eigen fantasie ... het is voor vele jongeren een welkom rustpunt in een jachtige wereld.

En waar zitten De Indrukmakers in dit hele verhaal? Denis Geers, CEO Graphis Group en voorzitter van Febelgra, liet in Knack optekenen: “Dit is meer dan een campagne. Dit wordt een beweging. We willen een positief beeld uitdragen van onze sector. Papier is geen vervuילend product maar een perfect voorbeeld van de circulaire economie.” ■



MAISON NATAN

**BARON EDOUARD VERMEULEN.
HOFLEVERANCIER. ESTHEET.
LEVENSGENIETER.**





© Nathalie Gabay



© Nathalie Gabay

Wie weet nog wat er zoal gebeurde in het gezegende jaar 1983? Het is het jaar waarin het internet vorm kreeg zoals we het nu kennen. Wetenschappers maakten gewag van het eerste zwarte gat. Het is het jaar waarin de eerste aflevering van de actieserie The A-Team werd uitgezonden. Dichter bij huis, in Brussel, ziet een jonge binnenhuisarchitect, Edouard Vermeulen, zijn kans schoon om het oude, ietwat vergane modehuis Natan over te nemen.

Edouard Vermeulen, op dat moment 26 jaar oud, verandert het geweer van schouder en schoolt zich om van binnenhuisarchitect tot couturier.

Amper een jaar later, in 1984, ontwierp zijn atelier een collectie voor een liefdadigheidsinstelling. En daar blijkt het lot Edouard Vermeulen gunstig gezind. Doordat de voorzitter van dit goede doel, koningin Paola van België, aanwezig was, werd het jonge Belgische modehuis gelanceerd in het hart van de elite. Dat hij – ondertussen baron Vermeulen – zich die keuze om zich

op mode toe te leggen veertig jaar na datum nog geen moment beklaaft heeft, zal niemand verbazen.

2023 was voor Maison Natan een feestjaar. Het modehuis mocht veertig kaarsjes uitblazen. Een verjaardag die luister werd bijgezet door onder andere een sensationele tentoonstelling van vijftig unieke modellen van couturejurken, op de gelijkvloerse en eerste verdieping van het Espace Vanderborght. Voor Edouard Vermeulen, elke dag strak in het pak, onberispelijk en altijd

een gentleman, zijn die veertig jaar voorbijgevlogen.

“De tijd gaat onherroepelijk voorbij,” vertelt hij. “Het is zaak om er elke dag het beste van te maken, en je passie en intuïtie te blijven volgen. Het is iets wat ik altijd al gedaan heb. De jaren als couturier waren niet altijd de makkelijkste, maar ik heb er tot nu enorm veel voldoening uit gehaald. Voor mij is dit het mooiste beroep ter wereld. Ik mag elke dag bezig zijn met mensen, met kleur en esthetiek. Ik sta elke dag op met dezelfde goesting als de dag voordien.”

U bent geboren in 1957, het jaar waarop modehuizen als Balenciaga, Chanel ... het straatbeeld bepaalden. In een interview vertelde u dat mensen er toen veel 'geklederd bij liepen'. Mannen steevast in een kostuum en vrouwen in mooie, aansluitende jurken, met een hoed. Was u niet liever 20



© Nathalie Gabay



© Nathalie Gabay

jaar vroeger geboren? Dan had u wellicht het straatbeeld mee kunnen helpen bepalen.

“Het is waar dat de mode in de jaren 1950 iets gesofisticeerder was dan wat we vandaag zien. Maar je kunt de evolutie geen halt toeroepen. Ook ik evolueer mee: waar ik vroeger zelf elke dag met ‘pak en das’ kwam werken, durf ik vandaag in hemd en chino op de werkvloer verschijnen. Niet sjofel, uiteraard, maar galant-chic of casual-chic. Nu, voor Maison Natan is in de loop der tijd niet zo heel erg veel veranderd: klanten kloppen meestal bij ons aan omdat ze een specifieke feestelijke outfit zoeken, en dan mag het elegant en kleurrijk zijn.

Maison Natan staat bekend voor zijn uitstraling, voor kwaliteit en kleur, en elegantie. Ik zeg altijd ‘het feest begint bij ons’. Dat is misschien een boude uitspraak, al zit er wel waarheid in. Mensen voelen zich feestelijker als ze opgedirkt zijn. Maison Natan maakt er een punt van om mensen te laten stralen.”

Toen en nu

“Wat opvalt in het huidige modebeeld, is de alomtegenwoordigheid van casual chic”, gaat Edouard Vermeulen verder. “Op drie generaties tijd is er heel wat veranderd, niet enkel wat de mode betreft, maar ook in de fysiek van mensen: ze

zijn groter, slanker en fijner. Dat is een natuurlijke evolutie, die in de hand gewerkt wordt door een ander voedingspatroon. Dat heeft een invloed op wat mensen dragen. Ik merk dat onze klanten er vandaag allemaal jong willen uitzien. Iemand die vijftig is vandaag, lijkt in het geheel niet meer op iemand die vijftig was in de jaren 1970. Dat waren oude mensen, vandaag zijn het hippe pre-senioren.”

Dat Maison Natan meegaat met de tijd, blijkt onder andere uit hoe het bedrijf zich profileert als duurzaam. In ontwerpen gebruikt het huis bijvoorbeeld cactusleder, herwerkt het oude stoffen en breekt

“Maar kleur? Daar wil ik toch een lans voor breken, zeker als je je wil kleden voor speciale gelegenheden.”



het een lans voor producenten uit het zuiden.

“Dat is zeker zo. Respect voor het milieu en voor grondstoffen, dat vind ik erg belangrijk, net zoals sustainability. Er is een periode geweest dat het alleen maar ging over ‘kopen, kopen, kopen’, maar dat gaat er toch stilaan helemaal uit. Het is belangrijk om daar aandacht voor te hebben: er is maar één planeet en we moeten allemaal ons steentje bijdragen om ze zo lang mogelijk te laten meegaan. Ook de modehuizen moeten mee. In die open-house optiek hebben we ons atelier op de eerste verdiepingen opengesteld voor het publiek: klanten kunnen nu zien hoe alles in zijn werk gaat. Wat ik verder belangrijk vind, is dat we nog steeds Belgisch zijn en alles hier met de hand vervaardigd wordt. De productie van onze stukken gebeurt in Europa, het ontwerpen gebeurt hier. En ik ben blij te zien dat er vandaag steeds meer mensen zijn die ‘Belgisch dragen’. We mogen best trots zijn op de gevestigde waarden en de nieuwe ontwerpers.”

U steunt ze ook, met het Natan Collective.

“Jazeker. We willen jonge talenten stimuleren en kennis overdragen. Vandaar dat we 2017 het ‘Natan Collective’ gestart zijn, een initiatief dat opkomende en ambachtelijke Belgische merken ondersteunt. Ondertussen hebben de drie Belgische edities al heel wat fijne talenten voor het voetlicht geplaatst. Voor de eerste editie gingen we een creatieve en innovatieve samenwerking aan met vier jonge, opkomende Belgische ontwerpers: Façon Jacmin, Valentine Witmeur, Goia Seghers en Dcembre. Bij de tweede editie kregen vijf

Belgische sieradenontwerpers de gelegenheid om hun nieuwe collectie tentoon te stellen: Espèces, Christa Reniers, Wouters & Hendrix, Joy en Axelle Delhaye. En de derde en vierde editie werd voorbehouden voor fotografen, respectievelijk uit België en Nederland. Het is de manier om op de hoogte te blijven van wat er reilt en zeilt, en om de jonge garde te leren kennen. Zij zijn het tenslotte die het straatbeeld van de toekomst zullen bepalen.”

Natan werkte bijvoorbeeld ook samen met kunstenaar Christophe Coppens, die onder andere een hand had in de nieuwe ontwerpen. Het voegt een extra speels karakter toe aan Natans signatuur.

“Zo is het helemaal. Ik kreeg het idee om Christophe aan te spreken, nadat ik zijn installatie zag in het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten in Antwerpen. Christophe en ik kennen elkaar al lang, en hebben nog samengewerkt toen hij nog accessoireontwerper was. We kruisen elkaar soms in De Munt in Brussel. Ik bewonder zijn artistieke veelzijdigheid en zie zijn opdracht binnen Natan als een regisseur die de juiste sfeer rond het merk neerzet. Niet enkel in de campagnes, maar ook in de winkels en de collecties, zodat alles een coherent geheel vormt.”

U heeft een bijzondere fascinatie voor kleur en wordt bijvoorbeeld lyrisch bij een schilderij van Pierre Alechinsky, van wie u er een bezit. Een inspiratiebron?

“Dat is hij zeker, net zoals Rothko, bij wie ik het gebruik van en het spelen met kleur enorm apprecieer. Ik zie een directe link met Natan, omdat kleuren ook hier enorm belangrijk zijn. Tegenwoordig

zie je in de straat heel veel zwart, heel veel wit. Let op, ik ben ook een heel grote liefhebber van zwart en wit, en van wat het kunstenaarscollectief Group Zero in de jaren 1970 produceerde. Maar kleur? Daar wil ik toch een lans voor breken, zeker als je je wil kleden voor speciale gelegenheden.”

Het vorstenhuis

Waar we niet omheen kunnen: u kleedt al generaties lang het vorstenhuis. Het begon met Koningin Paola die aanwezig was bij een defilé voor een liefdadigheidsinstelling ‘De Vereniging voor Blinden’.

“Het eerste contact is daar gelegd, dat klopt. Dat is ondertussen ook alweer 37 jaar geleden. Ondertussen heeft Natan ook Lilian, Fabiola en Paola, Claire en Mathilde, Elisabeth en Eléonore gekleed. En in Nederland begon het twintig jaar geleden begonnen met Máxima. Luxemburg kwam er daarna ook bij, groothertogin Joséphine-Charlotte. Voor haar had ik het grijze pak gemaakt voor de begrafenis van Boudewijn.”

En de royals komen ook gewoon bij u langs om te passen?

“Jazeker.”

Het blijven mensen, uiteraard. Nu, u bent zelf een leperling. Hoeveel West-Vlaming zit er nog in de Brusselse Edouard Vermeulen?

“Niet zo heel veel meer; ik woon hier ondertussen al zo lang, dat ik mezelf ook als een Vlaming in Brussel beschouw. leper zal altijd in mijn bloed blijven zitten; mijn ouders zijn er lang blijven wonen, maar ik ben gelukkig in Brussel. Het is een stad die me inspireert, waar ik thuis ben. Ik hou van de plek waar we zitten, de Louizalaan, maar ook van de Place du Grand Sablon. Maar het meest van al hou ik van mijn atelier, hier.” ■

NATAN

- Borgerhoff & Lamberigts
- Gent
- 285 x 360 mm
- 320 p
- Gardapat 1.3 Kiara



VOELBAAR FIJN, ER ZULLEN ALTIJD MAGAZINES ZIJN

Dat Graphius van veel markten thuis is, hoeven we jullie niet meer te vertellen. In de productmix van boeken, catalogi, en magazines nemen de ledenbladen een bijzondere plek in. Voor deze gelegenheid zetten we de bladen van Landelijke Gilden, Kindertijd en Vlamingen in de Wereld even in de aandacht.

Landelijke Gilden: leve het platteland!

“Landelijke Gilden is een plattelandsvereniging die leuke activiteiten organiseert en ijvert voor levenskrachtige dorpen en een vitaal platteland,” vertelt Saartje Deroost, stafmedewerker communicatie. “We doen dat met de hulp van zo’n 6000 vrijwilligers, verspreid over 600 afdelingen in evenveel dorpen of gehuchten.”

Jullie brengen verschillende magazines uit. Een daarvan is het net helemaal opgefriste bestuursblad.

“Dat klopt. Er is er eentje specifiek voor onze bestuursleden. Zeven

keer per jaar krijgen plusminus 5500 bestuursleden het blad ‘Kader’ in de bus, een magazine met zo’n 16 pagina’s aan inspiratie, voorbeelden en tips om ze te helpen met het organiseren van activiteiten in hun lokale afdeling.

In sommige nummers stellen we een specifiek thema voorop. Zo was het oktobernummer - dat hier bekend staat als ‘onze programma-editie’ - een extra dik nummer met allerlei ideeën voor activiteiten. Is er eens wat minder te vertellen, dan schroeven we het aantal pagina’s wat terug. Dat kan makkelijk in overleg met Graphius, daar zijn ze erg

flexibel in. We vinden die flexibiliteit belangrijk. Het gebeurt dat we al eens een bijlage meesturen met ons blad en dan is het zeer fijn om te weten dat we die bijlage bijvoorbeeld maar naar de bestuursleden in één bepaalde provincie kunnen laten versturen. Ook daarvoor kunnen we rekenen op Graphius.”

Vaste rubrieken en wisselende thema’s

“Op de cover proberen we telkens iets concreets te beschrijven. Ofwel iets wat de bestuursleden niet mogen vergeten, iets wat belangrijk is voor hun eigen werking etc. Het gebeurt dat we een nationale actie voorstellen. Ongeveer de helft van de pagina’s reserveren we om hen te ondersteunen in hun bestuurswerking, ledenwerving en programmatie. Er is ook plaats voor provinciaal nieuws en in een drietal vaste rubrieken laten we bestuursleden van plaatselijke gilden aan het woord rond vormen van samenwerking, vernieuwende activiteiten of slimme vormen van



aanpak. Meestal is er ook een pagina voor kleine nieuwsjes, dat noemen we het Prikbord. We voorzien ook ruimte om onze regionale, provinciale of nationale acties en projecten aan te kondigen of te evalueren. Regelmatig schrijven we ook iets over onze ngo Trias, die op verschillende plaatsen in de wereld mensen sterker maakt en leert hoe ze zich beter kunnen organiseren op vlak van landbouw- en plattelandsontwikkeling.”

Welke acties zijn jullie het meest bijgebleven?

“Toen we in 2012 ons 40-jarig bestaan vierden daagden we 40 afdelingen uit om een actie te ondernemen waarin het getal 40 voorkwam. Ze konden kiezen uit ideetjes die we zelf aanreikten, of zelf iets creatiefs voorstellen. Het resultaat was schitterend: ze gingen wandelen

met 40 schapen en liepen ermee door de hoofdstraat van hun dorp, 40 tractoren vormden samen het cijfer 40, in een andere afdeling werden 40 40-jarigen samengebracht, enz.”

Een nieuwe huisstijl, hoera! Wat moest die precies uitstralen?

“Onze oude huisstijl was aan een opfrissing toe en was destijds vooral ontworpen met geprinte media in het achterhoofd. De nieuwe huisstijl moest frisser zijn en meer mogelijkheden bieden voor digitale media. Dat die opgefriste stijl het ook prima doet op een print-drager bewijst ons bestuursledenblad. Tot de komst van de nieuwe huisstijl werd dit geprint in grijswaarden, met steunkleur oranje. De nieuwe huisstijl brengt wat meer kleur, zo plaatsen we gekleurde vlakken over de foto's om een klein beetje

te camoufleren dat het niet altijd de meest kwalitatieve foto's zijn. Dit zonder in te boeten aan eenvoud, wat van ons bestuursledenblad Kader een aantrekkelijk en duidelijk blad maakt.”



KADER

- Landelijke Gilden
- Leuven
- 210 x 297 mm
- 16 p
- Offset Wit 160 g/m²

Kindertijd. Informeren, inspireren en ondersteunen.

“VBJK – kort voor Vernieuwing in de Basisvoorzieningen voor Jonge Kinderen vzw – werkt aan innovatie in kinderopvang en kleuteronderwijs”, aldus de hoofdredacteur van Kindertijd, Wouter Bulckaert. “Dat houdt in dat we iedereen die werkt in kinderopvang en kleuteronderwijs versterken door nationale en internationale projecten en vormingen. We voeren daarover wetenschappelijk onderzoek uit en brengen dat naar de werkvloer. En we inspireren beleidsmakers om de voorzieningen nog kwaliteitsvoller te maken. Enkele thema's? We zetten in op een warme overgang van kinderopvang naar de kleuterschool, inclusie en respect voor diversiteit

en samenwerking met ouders als prioritaire partner.”

Welke onderwerpen komen aan bod in Kindertijd?

“Centraal staat steeds een uitgebreid dossier. Het is stevast ook ons coververhaal. Dat kan gaan over hoe slapen een groeiproces is, hoe je kinderen gezond kan leren eten of hoe je vriendschap kan stimuleren. We brengen *best practices* rechtstreeks van de werkvloer geplukt. Dat zijn bij uitstek laagdrempelige initiatieven die door kleine ingrepen toch een groot verschil maken: de vergroening van de tuin van de opvang voor de kinderen,



coaching Nederlands op de werkvloer voor anderstalige kinderbegeleiders of een kinderopvang die ouders mee begeleidt in hun eerste contacten met de kleuterschool. Verder brengen



we kort nieuws en onderzoek uit de wereld van kinderopvang en kleuteronderwijs, en beantwoorden we vragen van begeleiders van jonge kinderen. Je leest er ook pedagogische artikels met ideeën die je onmiddellijk kan toepassen op de werkvloer, reportages over nieuwe trends of innovatieve projecten en uitgebreide interviews die meer beleidsgerelateerd zijn.”

Overweldigende reacties!

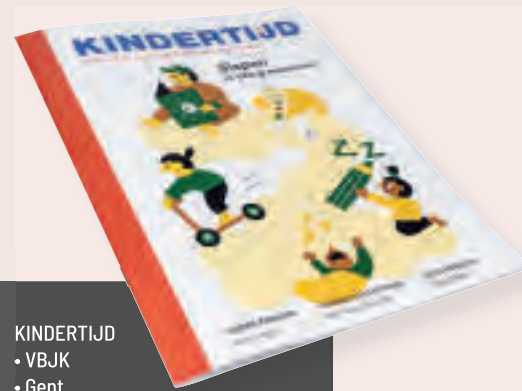
“De reacties van de mensen in het werkveld zijn overweldigend. Op nauwelijks enkele maanden tijd hadden we bijna 1000 abonnees, aangevuld

met even veel tijdelijke abonnees via ondersteuningsorganisaties als Mentes. De begeleiders van jonge kinderen ervaren het blad als een enorme bron van inspiratie in hun dagelijks werk. Doordat een redactieraad samengesteld is uit vertegenwoordigers van Kind en Gezin, de koepelorganisaties die kinderopvang aanbieden en de opleidingen Pedagogie van het Jonge Kind, wordt het magazine door het aanbieden van correcte informatie na nauwelijks twee jaar als dé betrouwbare bron over kinderopvang en kleuteronderwijs in Vlaanderen gezien.”

Over kinderopvang is de laatste tijd nogal wat te doen - te weinig financiële middelen, te weinig personeel ... hoe ga je daar als organisatie mee om?

“VBJK hamert al jaren op meer aandacht en middelen voor de kinderopvang: de te hoge begeleider-kind-ratio, de nood aan kwalitatieve opleiding, begeleiding en levenslang leren, het belang van werkbaar werk in

de kinderopvang, de onderfinanciering van de kinderopvang, zeker in vergelijking met onze buurlanden... In het magazine proberen we echter niet te focussen op de problemen, maar vooral mee oplossingen aan te reiken. Ons team bestaat dan ook uit internationaal hooggewaardeerde specialisten in de wereld van de kinderopvang en het kleuteronderwijs.”



KINDERTIJD

- VBJK
- Gent
- 203 x 267 mm
- 32 p
- Arctic Volume White 115 g/m²

Vlamingen in de Wereld. Verkassen doe je beter met de juiste info.

Bij Vlamingen die 'niet in de wereld' vertoeven, is Vlamingen in de Wereld niet meteen bekend. Kun je kort schetsen wat VIW precies doet?

Koen Van der Schaeghe (directeur Vlamingen in De Wereld) “Wie droomt er nooit van om zijn koffers te pakken, de deur dicht te trekken

en in een ander land een nieuw leven te beginnen? Daarvoor moet je bij ons zijn. VIW is dé organisatie voor iedereen die plannen heeft om tijdelijk of permanent naar het buitenland te verhuizen. Met een kloppend hart in Brussel en een netwerk van meer dan tachtig

vertegenwoordigers in het buitenland informeren en sensibiliseren we. Met diverse initiatieven, zoals infodagen en webinars inzake sociale zekerheid, fiscaliteit, onderwijs, etc. vereenvoudigen we het emigratieproces. Wij helpen om de grote stap kleiner te maken.



Onze stichting bestaat in 2023 zestig jaar en hoewel gedurende de voorbije decennia veel veranderd is, blijft er veel nood aan informatie. Een internationale verhuizing is dan ook een van de meest ingrijpende dingen die een mens in zijn leven kan ondernemen. De nodige voorbereiding is dan geen overbodige luxe."

Julie brengen ook een magazine uit - hoe vaak verschijnt het?

"Vier maal per jaar. Het magazine is en blijft voor ons het visitekaartje van de stichting. Het is voor velen ook een hebbing dat ze bijhouden. Wij communiceren op regelmatige basis met tienduizenden landgenoten in het buitenland. Dit met een maandelijks gecumuleerd bereik van zo'n 80.000 via het (online) magazine, website, sociale media, een digitale nieuwsbrief."

Met 300.000 Vlamingen wereldwijd, kan het niet anders of de boeiende onderwerpen liggen voor het rapen. Welke verhalen zijn jou het meest bijgebleven?

"Hoewel velen tegen dezelfde uitdagingen aanlopen, blijft elk verhaal uniek. De geslaagde verhalen zijn het mooist, maar met VIW gaan wij de moeilijkere onderwerpen niet uit de weg. Denk bijvoorbeeld aan opgroeien in het buitenland, het leven als expatpartner, heimwee, terugkeer...

Wat me altijd blijft, is een gezin met twee kinderen, waarvan ik de twee dochters drie maal sprak, toen ze 8, 14 en 18 waren. Het groeiproces in diverse buitenlanden en in een regelmatig wisselende omgeving, maakte dat ze zich ontwikkelden met universele waarden."

Ligt het zwaartepunt bij VIW meer op entertainen dan wel informeren - of welk evenwicht zoeken jullie in de content?

"Informatieverstrekking is de kern van onze organisatie, zowel via persoonlijk advies als via digitale en gedrukte publicaties. Vele mensen onderschatten de impact van een verhuizing. Een nieuw leven inspireert, maar het is geen eenvoudige beslissing. Daarom tackelen wij in onze publicaties alle facetten van het emigratie- en expatriatieproces, van a tot z en zonder taboes."

Hoe reageren de Vlamingen in de wereld zelf op het (online) magazine?

"De waaier aan informatie, doorspekt met getuigenissen van mensen die het écht gedaan hebben, spreekt duidelijk aan. Mensen waarderen de aandacht voor de menselijke en sociale aspecten van het emigreren. Een mooi verhaal, dat bovendien goed vormgegeven wordt, kan een zoektocht naar een droomland écht gestalte geven."



Welke Vlamingen - bekende koppen? - die nu in het buitenland vertoeven, zou je erg graag eens een plek geven? Waarom?

"Staf Coppens begeleiden wij bij zijn verhuizing naar Zweden. Hij verdient daarom zeker wel een plekje in ons magazine." ■



VLAMINGEN IN DE WERELD

- Schaarbeek
- 210 x 297 mm
- 40 p
- Offset Wit 120 g/m²

TRENDRAPPORT

VIER DRUKTRENDS

DIE HET VERSCHIL MAKEN



Drukwerk is meer dan alleen inkt op papier. Het is een krachtig medium dat zich elke keer opnieuw uitvindt. Wil jij meer inzetten op drukwerk met impact? Onze online drukkerij Belprinto zag deze vier trends.

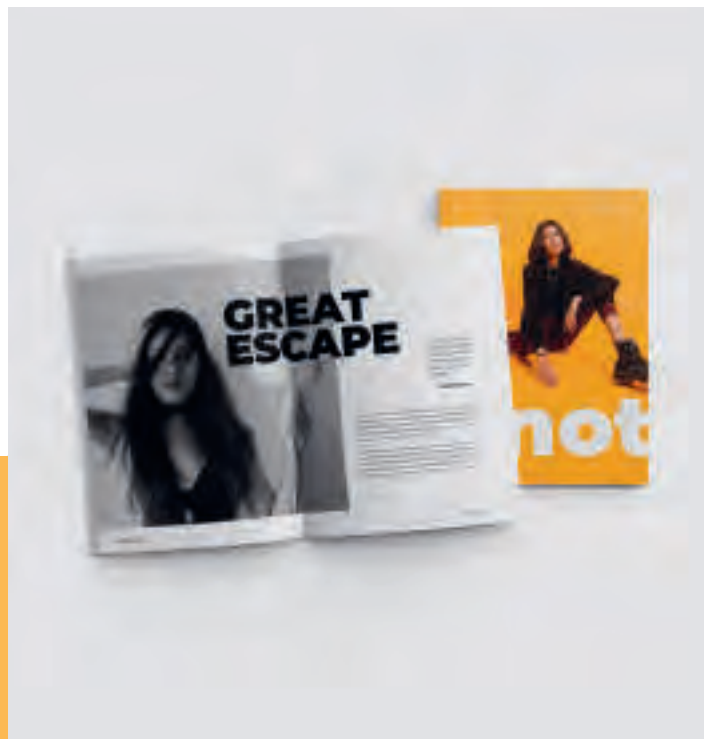
B BELPRINTO

TREND 1 Meer interactie

Drukwerk wordt vaak ingezet als een manier om producten en diensten te promoten. Vandaag zijn reclamefolders en informatieve flyers nog steeds relevant, maar ze maken in vele gevallen plaats voor iets wat verder gaat dan reclame alleen. Professioneel drukwerk verandert van een eenzijdige verkoopboodschap naar een tweerichtingsgesprek dat klanten betreft en inspireert. Door meer te bieden dan pure promo creëer je meer betrokkenheid en vertrouwen bij je publiek. Heel wat merken hebben bijvoorbeeld een eigen magazine of uitgebreidere flyer waarin ze over zichzelf vertellen, maar ook meerwaarde bieden dankzij tips en tricks. Denk bijvoorbeeld aan verfmerken die coffee table books maken vol inspirerende interieurs op basis van de kleur.

TIP

Ga na hoe jij je deze trend eigen kan maken door bijvoorbeeld uitgebreide klantenverhalen, interviews met experts uit je sector of content over aangrenzende topics te bundelen in een magazine of uitgebreide flyer. Creëer content die maakt dat klanten jouw drukwerk voor een lange tijd willen bewaren.



TREND 2 Slimme synergiën

Hoewel de digitale revolutie heeft geleid tot een overvloed aan online communicatiemogelijkheden, blijft drukwerk zijn relevantie behouden. Meer zelfs, drukwerk en digitaal versterken elkaar juist in een wereld waar de ene na de andere verandering zich aankondigt. In plaats van een "of-of"-scenario, zien we bij Belprinto een "en-en"-benadering. Bedrijven combineren drukwerk en digitale tools om synergie te creëren. Zo bestellen bedrijven bijvoorbeeld visitekaartjes met een QR-code die de contactgegevens meteen in de contactenlijst van je smartphone plaatst.

TIP

Slimme integraties zorgen voor een holistische ervaring. Zo blijven je producten, diensten of evenementen top of mind bij je publiek. Denk aan mailings die klanten aanmoedigen om je fysieke brochures of magazines aan te vragen. Of maak fysieke uitnodigingen voor digitale workshops of masterclasses.



TREND 3 Drukwerk met impact

Of deze trend nog een trend moet zijn, is maar de vraag. Vandaag is duurzaam drukken een essentiële factor voor iedereen die met drukwerk bezig is. Wat ons bij Belprinto wel opvalt, is dat het bewustzijn over dit topic nog meer groeit. Gerecycleerd papier en meer duurzame afwerkingen zoals blinddruk zijn zeer populaire opties. Bij de druktechniek blinddruk of embossing wordt er geen inkt gebruikt, wat zorgt voor een tijdloos reliëf. Verder is er een groeiende interesse in garengenaaid binden. Dit is een duurzamere optie dan gelijmd binden, want bindlijm zet zich als plastic vast. Wil je nog meer positieve impact maken? Kies voor een stoffen omslag in plaats van een papieren omslag met plastic coating. Bovendien is drukwerk in standaardformaat interessanter dan afwijkende formaten omdat ze minder afval opleveren. Snijafval wordt gerecycleerd, maar zorgt ook voor extra energieverbruik en kosten.

TIP

Weeg de verschillende opties af. De meest duurzame keuze maak je wanneer je kiest voor drukwerk dat langdurig bewaard en gebruikt kan worden. Een hardcover boek heeft een grotere impact op vlak van productie, maar wordt wel langer bewaard. De kans dat zo'n boek vervangen moet worden is doorgaans veel kleiner. Ook met ons energiebeleid willen we het verschil maken. Elke bestelling die via Belprinto verloopt, wordt gecompenseerd via erkende CO₂-compensatieprojecten en is daardoor 100% CO₂-neutraal. Daarnaast focussen we volop op hernieuwbare energie en breiden we ons recycleerbaar aanbod uit.

TREND 4 Gedurfd minimalisme

Design is een essentieel aspect van drukwerk. Pas wanneer de content een duidelijke meerwaarde heeft, het drukwerk zowel kwalitatief als duurzaam is en het design opvalt, vallen de puzzelstukken in elkaar. Maar een succesvol ontwerp is niet eenvoudig te kwantificeren en net dit aspect is zeer trendgevoelig. Wat vandaag the way to go is, zijn minimalistische ontwerpen met gedurfde accenten. Denk hierbij aan een opvallende PMS-kleur. PMS staat voor Pantone Matching System, een universeel colour matching systeem. Elke kleur wordt gelinkt aan een genummerde code waardoor de kleur altijd dezelfde is, in tegenstelling tot andere kleursystemen. PMS-kleuren zijn interessant voor als je altijd exact dezelfde merkkleuren wil gebruiken voor je drukwerk. Wil je op een andere, subtiele manier opvallen met je drukwerk? Ga dan voor een eyecatching foliedruk waarbij een laagje folie in bijvoorbeeld metallic of holografische kleuren toegevoegd wordt aan het drukwerk. Kies voor spot-UV, een glanzend laagje op bepaalde delen van je drukwerk, als je wil dat bijvoorbeeld je logo extra opvalt op een visitekaartje. Andere opties zijn soft touch laminaat dat je drukwerk een heel tactiel gevoel geeft of gekleurde paginaranden. ■



TIP

In een wereld vol visuele prikkels vallen subtiele afwerkingen op en trekken een heldere boodschap en look-and-feel de aandacht van je doelgroep. Welke boodschap wil jij je drukwerk geven?

Belprinto is een online bestelplatform dat de jarenlange kennis en ervaring van Graphius combineert met een verfrissende blik. Dankzij het aanbod van meer dan 50 papiersoorten en 30 unieke afwerkingen krijg je toegang tot 350 miljoen mogelijke productconfiguraties, van luxeuze hardcoverboeken tot ecologische flyers.

Belprinto.be - @belprinto

B BELPRINTO



ZWERVENDE ICONEN VEREEUWIGD

Keith's Huis, Sussex, 1970s
Photo © Tony Sanchez

Iconic Images heeft een immens aantal fotografen van wereldniveau én hun archieven in portefeuille, en bundelt veel van die bijzondere beelden in prachtige boeken en dito publicaties. Daaronder valt de Icon-serie, waarin verschillende fotografen fascinerende culturele iconen tot leven brengen. Denk maar aan David Bowie of het boek over Prince dat binnenkort verschijnt. Boeken met meer dan kiekjes, want de beelden worden vergezeld van herinneringen, unieke verhalen en getuigenissen van de fotografen. En geen band die zich beter leent voor zo'n invalshoek dan The Rolling Stones, toch? Graphius Magazine sprak met Carrie Kania, Creatief Directeur en Publicatiedirecteur bij Iconic Images, en voelde haar aan de tand over 'The Rolling Stones: Iconen'.

Hoe begin je aan een boek over een band als The Rolling Stones?

Het is echt een ei zo na onmogelijke taak om een boek te maken van zo'n iconische band met zo'n lange geschiedenis. Te meer omdat ze nog steeds bezig zijn: ze toeren en hebben net een nieuw album uitgebracht.

Maar we boften. We konden helemaal bij het begin beginnen. De belangrijkste fotograaf waar we mee hebben mogen werken is wijlen Terry O'Neill en het lot was Terry genegen; hij vertelde ons zelf altijd hoeveel geluk hij had. Toen hij als jonge fotograaf bij een krant in Fleet Street werkte, vroeg een van de redacteuren hem op een dag om naar een opnamestudio in Abbey Road te gaan. "Er is een nieuwe band. Ik wil dat je een paar foto's van ze maakt." Die band was The Beatles. Terry's foto's verschenen in de krant en de krant was helemaal uitverkocht. Voor hij het goed en wel beseftte, was zijn carrière in volle gang. Op dat moment deed ook een andere jongeman, Andrew Loog Oldham, beroep op Terry. "Luister", zei die, "ik heb een nieuwe band. Zou

je voor mijn band willen doen wat je net voor The Beatles hebt gedaan?" Terry zei: "Nou, weet je ... ik heb het erg druk. Maar als de band naar Soho kan komen, zal ik ze rondleiden en hun foto's maken." Die band was The Rolling Stones. De zogenaamde Soho-foto's dienden als een soort visueel uitgangspunt voor dit boek.

Het klinkt allemaal zo losjes en ontspannen ...

In die tijd was het veel relaxter werken. We hebben een geweldige werkrelatie met een andere fotograaf, Gered Mankowitz. Gered zat in een soortgelijke positie in het begin van de jaren zestig, hij was gewoon een jonge vent met een camera. Hij begon te werken met Marianne Faithfull en zij werd ook gemanaged door Andrew Loog Oldham. En dus kwam op een gegeven moment de vraag: "Hoe zou je het vinden om met die andere band van mij te werken? Ze heten The Rolling Stones."

En zo hebben we bij Iconic Images de archieven van misschien wel de

twee belangrijkste muziekfotografen van de 20^e eeuw, Terry O'Neill en Gered Mankowitz, die met The Rolling Stones werkten aan het begin van hun carrière; 1963, 1964, 1965. Dat werd de hoeksteen van het boek. We hebben de rest van het boek opgebouwd op basis van die twee archieven.

Waren de andere fotografen eigen fotografen of mensen die je hebt benaderd?

Een beetje van beide. We hebben een mooie mix van interne fotografen bij ons. Een publicatie als deze zet de deur op een kier om samen te werken met andere fotografen die we leuk vinden. Nogmaals, we hebben geluk dat zoveel mensen zo positief waren over de samenwerking met ons!

Ik mag ook Bill Wyman niet vergeten! Bill Wyman was goed bevriend met Terry O'Neill en Gered Mankowitz. Bills archief erbij kunnen pakken was een geweldige toevoeging aan het boek. Echt, er is niets mooiers dan een foto die een van The Stones heeft gemaakt... van The Stones.'

“Echt, er is niets mooiers dan een foto die een van The Stones heeft gemaakt ... van The Stones.”



Baton Rouge, Louisiana, 1975
Photo © Michael Brennan

Welke fotograaf maakte de meeste indruk op je?

De mogelijkheid om met het archief van Linda McCartney te werken was werkelijk fenomenaal. Wat we hebben is van voordat ze een band had met Paul McCartney of The Beatles en lang voor Wings. Linda Eastman, zoals ze in die tijd bekend stond, was een fantastische fotografe. En ik weet niet hoe ik wist dat ze foto's van The Rolling Stones had, maar ik kreeg de kans om te praten met de mensen die haar archief vertegenwoordigden. Ik zei: "Ik maak een boek, en het zou geweldig zijn om Linda's werk erin te hebben." Ik denk dat ze als fotograaf lang niet de erkenning krijgt die ze verdient. Het zijn prachtige foto's. Het is waarschijnlijk een van mijn favoriete hoofdstukken in het boek omdat het allemaal zo heerlijk onverwacht is.

Dit is de echte Linda Eastman. Dit is Linda de fotografe. En het betekende heel veel voor mij persoonlijk dat die foto's erin kwamen te staan.

Hoe verloopt zo'n fotoselectie? Laat je dat over aan de fotografen of geef je ze een gerichte briefing?

Onze Icons boeken springen eruit omdat we de fotografen hun eigen hoofdstukken laten samenstellen. Ze krijgen carte blanche over hun fotoselectie. Vervolgens interviewen we de fotografen - of we duiken in hun archieven - en vragen ze naar hun tijd samen met The Stones. Elk hoofdstuk begint met unieke herinneringen en anekdotes, of over hoe de band zich liet zien, of over hun carrière en hoe ze 'die fotograaf' geworden zijn. Die elementen maken het geheel erg authentiek, denk ik.

Is het gelukt om een verhaal over de hele carrière van The Stones aan elkaar te rijgen?

Bij een boek als dit wil je wel de vaart erin houden. En je wilt wat afwisseling. Een beetje balans. Een sterke mix van portretten, toneel, groepsfoto's, backstage, werk, spel. Het boek is ook relatief chronologisch. Ik zou dit zeker niet de meest uitgebreide of de definitieve visuele biografie van de band noemen, maar je ziet wel mooi de evolutie. Die vroege foto's zijn echt charmant. Je ziet de bijna kinderlijke blijdschap op hun gezichten, er is veel speelsheid. Ze moesten nog leren hoe ze beroemdheden moesten zijn, weet je. Ze leerden gaandeweg hoe ze moeten poseren. Hoe ze individueel moeten poseren. Hoe ze als groep moeten poseren. Als je diep in het archief van Terry O'Neill duikt,

Soho, London 1964
Photo © Terry O'Neill





hebben we veel portretten gevonden waarop ze een beetje bewegen. Dus in sommige portretten staat Brian in het midden. En in het volgende beeld staat Brian links. Ze probeerden uit te zoeken wat voor hen het beste zou werken voor de camera. Gelukkig voor ons waren fotografen als Terry O'Neill daar en slim genoeg om de jongens te laten experimenteren.

Na verloop van tijd zie je de individuele bandleden hun eigen unieke stijl ontwikkelen. The Beatles waren erg gefocust om zich als een band te tonen, en droegen bijna uniformen. Maar The Rolling Stones zijn meer vijf individuen met vijf heel unieke stijlen. Charlie Watts is bijvoorbeeld ontegensprekelijk het type van een Engelse gentleman, een beetje strakker in zijn jasje. Er is een geweldig shot waar hij zelfs een monocle heeft! Keith was wat wilder, met zijn sjaals en laarzen en al het haar. Je ziet hoe ze in de loop van de tijd een eigen look ontwikkelen. De fotografen hebben zeker geholpen om die stijlevolutie vast te leggen.

Bovenaan: In een Rolls Bentley, West Midlands Countryside, 1964
Photo © Michael Ward

Rechts: Hyde Park, London, 2013
Photo © Greg Brennan

En hoe zit het met de stijlevolutie van de fotografen?

Met Terry O'Neill wilden we wat van de eerdere opnamen laten zien. Je ziet de band lopen, op stap in Soho met hun koffers, aan het dollen.



Gered Mankowitz heeft een geweldig archief van de Stones, maar voor zijn hoofdstuk wilde ik me concentreren op het studiowerk. Hij werd eigenlijk in de opnamestudio 'binnengelaten' zeg maar, en kon zo het proces volgen. Daarom zijn die beelden uniek.

Later komen er fotografen als Denis O'Regan, die al gevestigde professionals waren tegen de tijd dat ze met de Stones werkten. Je krijgt verschillende perspectieven. Door de druk en de drukte is het bijna paparazzi-achtig als je buiten of op straat opnamen maakt.

En dan is er natuurlijk nog het podiumwerk. Ze zijn nog steeds aan het toeren en op het podium geven ze werkelijk alles. Dat zie je in de fotografie. Het is treffend. Proberen om de hele band tegelijk op het podium vast te leggen is een uitdaging, zeker met Mick die de hele tijd rondrent. Maar ze zijn nu eenmaal met z'n vijven, dus je probeert ze allemaal in beeld te krijgen. Als je het vanuit dat perspectief bekijkt, is het een heel plezierig boek.

Voor het drukwerk werkte je samen met Graphius. Hoe was dat?

We waren dolblij! Blij met de kwaliteit van de productie, de kwaliteit van het boek en de zorg die besteed is aan het reproduceren van deze beelden. Niet vergeten: we werkten met negatieven uit 1963, 1964 ... Daarom is de kwaliteitsproductie zo belangrijk als het om dit soort boeken gaat. Ik denk dat ze geweldig werk hebben geleverd. Het is echt een knap boek. ■



THE ROLLING STONES: ICONS

- ACC Art Books
- London
- 285 x 326 mm
- 300 p
- Magno Matt 170 g/m²

DE DETAILS **MAKEN HET BOEK.**



Luxe op elk vlak

Miami is bezaaid met luxe appartementen, maar geen enkele zoals die van het nieuwe Five Park, waar bewoners kunnen genieten van ontelbare diensten, voorzieningen en extraatjes: een ongeëvenaard uitzicht op de skyline en de baai van de stad, een privé beachclub, oplaadpunten voor elektrische voertuigen, een privélobby en voorportaal voor het afzetten van voertuigen, een bioscoopzaal, bar, volledig uitgeruste fitnessruimte ... Het was de taak van het in NYC gevestigde branding bureau Watson & Co om met het Five Park projectboek recht te doen aan al deze sublieme luxe. We mogen zeggen dat ze daarin zijn geslaagd. Het boek springt namelijk meteen in het oog dankzij de kleurrijke print op de rand van het boek. Kleur op snee is een veel gebruikte luxeafwerking, maar deze gedetailleerde bloemenprint is echt een categorie apart.



MIAMI BEACH NOW

- Watson & Company
- New York
- 330 x 245 mm
- 264 p
- Munken Polar Smooth Crisp White 175 g/m²

Een lofzang op architectuur

"Fragments d'une architecture euphorique" van Matthieu Poitevin werpt op een dromerige en poëtische wijze licht op de kunst van de architectuur, als absolute creatie en als een essentiële politieke rol. Het is een manifest, een lofzang op architectuur als culturele discipline die de hele mensheid kan aangaan, in een tijd waarin bijna 85% van de wereldbevolking binnenkort in steden zal leven. Dit unieke boek getuigt van een levenslange strijd, intens, veeleisend, onverbiddelijk, maar ook vol licht en schoonheid waar teksten en beelden elkaar beantwoorden, zoals de dichter zegt, "in diepe eenheid". De vormgeving van het boekje lijkt eenvoudig, maar doet denken aan een baksteen. In combinatie met de thematiek van het boek draagt ook dit bij aan het verhaal.



FRAGMENTS D'UNE ARCHITECTURE EUPHORIQUE

- Respect Media
- Paris
- 90 x 240 mm
- 160 p
- Munken Print White 115 g/m²

GABRIELLE CHANEL

WANNEER HET BOEK DE EXPO
EVENAART IN GROOTSHEID

In het V&A museum in Londen loopt de eerste Britse tentoonstelling die volledig gewijd is aan het werk van de iconische Gabrielle 'Coco' Chanel. Wie door de museumzalen dwaalt, wordt overspoeld door het gevoel van weelde en kracht. Productiemanager Emma Woodiwiss nam de taak op zich om dat gevoel te vertalen naar de gedrukte pagina's van het tentoonstellingsboek Gabrielle Chanel.

De cover van de tentoonstellingscatalogus *Gabrielle Chanel wekt onmiddellijk de indruk van elegantie, ingewikkelde details en kwaliteit. Hoe is deze catalogus tot stand gekomen?*

Het was een uitgebreid en complex proces. We werkten samen met boekontwerpster Daniela Rocha, die het idee had om het boek de uitstraling van een Chanel-product te geven. Ze vond inspiratie in vintage parfumverpakkingen uit de jaren 20 en 30. Het ontwerp moest aan twee zaken voldoen: het moest een eerbetoon zijn aan de ontwerper en aan het merk Chanel, en de cover moest indruk maken, zowel in de museumwinkel als in de boekhandel.

De cover moest luxe uitstralen, én luxueus aanvoelen. Daarom dachten we aan drukken op stof. Het productieteam van Graphius hielp ons met het vinden van materialen en stuurde ons een aantal stalen van bedrukbaar, voorgekleurd boekbinddoek van hun leverancier, Van Heek (Winter & Co). Onze eerste printtest was op *Brillianta*, een crèmekleurig doek. We probeerden de crèmekleur van de vintage parfumverpakking te imiteren. Maar het werkte niet. Graphius stelde vervolgens een bedrukbare witte doek voor met de naam *Brillianta Calandré*, met een fijnere korrel en weving. We wilden echter nog steeds de crèmekleur, dus om dit te bereiken hebben we een op maat gemaakte pantone-kleur op het doek gedrukt. Het resultaat was veel mooier. En omdat we de kleur drukten, konden we dezelfde kleur inkt gebruiken voor de

softback en de hardback boeken, om ze consistent te houden.

Drukken op doek heeft zo'n moeilijkheden. Het doek kan te veel inkt absorberen waardoor het resultaat er afgevlakt uit kan zien. Daarom liet Graphius de doekhoezen drukken in hun site in Antwerpen, waar ze gespecialiseerd zijn in LED UV-prints. Dit proces is bijzonder goed voor doeken en ongecoat papier omdat de inkt snel droogt. De inkt blijft op het oppervlak van het doek zitten en wordt niet te veel geabsorbeerd.

De rand op de voor- en achterkant van het boek springt er ook echt uit.

De afbeelding van de rand is een detail van een van de jurken in het boek. De jurk zelf is eigenlijk

blauw, maar we moesten een neutrale rand maken die bij het ontwerp paste, dus probeerden we het eerst om te zetten naar grijs tinten. We wilden echt dat het pailletten detail goed zou uitkomen, maar met één enkele kleur zwart werkte dat gewoon niet.

Terug naar de tekenafel dus. We besloten de rand om te zetten van éénkleurig zwart naar vierkleurig zwart. Het resultaat was zoveel rijker en kwam veel beter tot zijn recht in druk.

En dan was de cover ingeblikt?

Nog niet helemaal. Het plan was altijd om een cover te maken met verschillende lagen. Er zit een dun zwart kader tussen de pailletten en het crèmekleurige gedeelte. Dit kader en het lettertype voor

“De cover moest luxe uitstralen, én luxueus aanvoelen.”



DRESS SPRING/SUMMER 1937, SILK LACE, TULLE, V&A, T.748 TO B-1972, BEQUEATHED BY MRS FERN BEDAUX
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of V&A South Kensington

de titel zijn in folie geblokt. Dat creëert een extra dimensie. Aanvankelijk wilden we ook tekst toevoegen in omgekeerd reliëf, maar tijdens het testproces bleek dit niet te werken, dus hebben we dit weggelaten. Het testproces duurde lang, maar was noodzakelijk om een cover te krijgen die er goed uitzag en goed aanvoelde. En dan hadden we het alleen nog maar over het esthetische aspect.

We maakten ons ook zorgen over een ander mogelijk probleem. De museumwinkel accepteert geen producten meer met single-use plastics, dus dat betekent dat het boek niet in krimpfolie verpakt kan worden. En omdat het boek bedekt is met een lichtgekleurde stof, zonder enige vorm van vernis of laminaat, is het gevoelig voor vlekken. We moesten er zeker van zijn dat het boek duurzaam zou zijn en geen vlekken of beschadigingen zou oplopen. Daarom lieten we een aantal stalen maken en behandelden we ze op kantoor om te zien of ze goed bestand zouden zijn. Dit ging goed en dus waren we blij dat de boeken bij de verkoop in goede staat zouden zijn.

Als de tentoonstellingscatalogi en de merchandising voor de tentoonstelling bij elkaar staan, ziet het er allemaal heel netjes en coherent uit. De boeken komen mooi uit in de museumwinkel, waar

veel daglicht binnenvalt. Als je werkt met een relatief minimaal ontwerp als dit, kun je je nergens verstoppen. De productiewaarden en de detaillering zijn dan ook belangrijker dan ooit.

Hoe gingen jullie te werk bij de fotoselectie voor het boek?

Er was een uitgebreid ontwerp- en redactioneel proces waarbij beelden voor het boek werden geselecteerd. Wat ik vooral leuk vind is het scala aan beelden: interessante contextuele archieffoto's, fantastische close-up details en full mannequin shots.

De archiefbeelden zijn schetsen, illustraties en zelfs advertenties die het kledingstuk binnen de context van de tijdgeest laten zien. De kwaliteit van deze beelden varieert sterk. De nieuwe detail- en mannequinfoto's zijn gemaakt door de bekende fotograaf Nicholas Alan Cope. Het was een absoluut plezier om met hem te werken. De kwaliteit van de fotografie is super en er is samenhang in bijvoorbeeld de belichting en achtergronden.

Kan je vertellen hoe het is om met beelden te werken uit zo'n uiteenlopende periodes?

Bij de archieffoto's, die de kleding tonen zoals die destijds werd gedragen, gaat het om de beeldkwaliteit en of ze goed genoeg worden weergegeven. Naarmate je verder in de tijd gaat, wordt de kwaliteit van

de foto's duidelijk een stuk beter. Zo zijn de archiefbeelden uit de jaren 60 en 70 meestal van betere kwaliteit.

De vroege fotografie moeten we vaak opschonen, bijvoorbeeld door krassen of stofvlekken te verwijderen en de kleuren in balans te brengen. Vaak moesten we storende elementen in de achtergrond retoucheren, zoals gordijnen of verlichting, of in één geval zelfs iets wat leek op de snoer van een stofzuiger! Het is fantastisch wat je allemaal met repro kunt doen. Voor dit boek hebben we samengewerkt met D.L. Imaging uit Londen, dat in de afgelopen jaren vele kleurenrepro's heeft gemaakt voor V&A Publishing.

Het was makkelijker om met het nieuwere beeldmateriaal te werken. Bij het reproduceren van textiel krijg je echter soms een beetje moiré: een effect waardoor de details in het beeld vervormd lijken. Om het nog verwarrender te maken, zit er soms al moiré in zijde. Om zeker te zijn consulteerde ik in dat geval de curator: zit de moiré in de stof of is het een drukfout?

Er was een foto die perfect was bij de proefdruk, maar op de pers verscheen er ineens moiré. De reden hiervoor was dat het beeldformaat in de lay-out was veranderd en we dus nog een keer moesten uitzoomen om het goed te krijgen. Het was

“Wat ik vooral leuk vind is het scala aan beelden: interessante contextuele archieffoto's, fantastische close-up details en full mannequin shots.”



DRESS, 1961, SILK CHIFFON, SILK TAFFETA, V&A: S.1645-2015, GIVEN BY THE BRITISH FILM INSTITUTE
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London



SUIT, SPRING/SUMMER 1959, WOOL, PRINTED SILK, METAL, V&A: T.11 TO B-1971,
GIVEN BY THE EDUCATIONAL FOUNDATION, FOR THE FASHION INDUSTRIES, NEW YORK
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London



DRESS, SPRING/SUMMER 1923, EMBROIDERED SILK GEORGETTE, GLASS BEADS, GILT THREAD, V&A: T.86-1974, GIVEN BY THE HON. MRS ANTHONY, HENLEY
Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London



DRESS, SPRING/SUMMER 1939, GROSGRAIN, SILK CHIFFON, V&A, T.32-1978
 Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London



DRESS, AUTUMN/WINTER 1969, WOOL, SILK, V&A, T.375-2009
 Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London



DRESS, 1932, SILK CREPE, SEQUINS, V&A, T.339-1960, GIVEN BY LOELIA, DUCHESS OF WESTMINSTER
 Photo: Nicholas Alan Cope / Courtesy of Victoria and Albert Museum, London

belangrijk om een scherp en schoon resultaat op de pers te krijgen voor de detailfotografie.

Hoe verliep de vertaling van scherm naar print?

Deze fotografie is vaak vrij dramatisch en donker, met donkere jurken op donkere mannequins voor donkere achtergronden. Ze zien er geweldig uit op RGB-schermen, maar als je ze omzet naar CMYK, verlies je onvermijdelijk wat elementen omdat het kleurengamma een beetje wordt beperkt. Zelfs met de beste fotografie is er vaak een verlies bij de overgang van scherm naar print. In het reproductieproces moesten we deze afbeeldingen iets meer opentrekken om te compenseren voor de lichte opvulling die op de pers zou plaatsvinden.

We moesten er zeker van zijn dat de overgang naar inkt en papier goed zou verlopen. Al vrij vroeg deden we bij Graphius daarom printtests op één vel. Ik keek zowel naar de achtergronden als naar de jurken op de mannequins; de achtergrond neemt veel ruimte in op de pagina. Als die een beetje blauw, geel of rood wordt, valt dat meteen op. Maar omdat de fotografie zo consistent was, ging dit vrij gemakkelijk door het beeldreproductieproces en naar de drukpers. Bij het drukken was er één kleuraanpassing waarbij het geel moest worden afgezwakt. Deze wijziging hebben we doorgevoerd op het allereerste vel en daarna drukten we de rest in dezelfde densiteit.

De printtests waren ook een gelegenheid om te beslissen welk papier we zouden gebruiken. We testten op Magno Matt, een standaard gestreken papier en Magno Volume, ook een gestreken papier maar met meer textuur. De donkere afbeeldingen

kwamen goed uit op beide papiersoorten, maar de voorkeur ging uit naar de feel van het Magno Volume papier.

Hoe zou je de samenwerking met Graphius omschrijven?

We hebben een netwerk van vertrouwde leveranciers waar we mee werken en voor deze klus kon Graphius de vereiste kwaliteit leveren, concurrerend zijn in prijs op een moment dat de papier- en materiaalkosten elders bijzonder hoog waren en bovendien goede levertijden bieden.

Daarnaast was er de planning; dit is een grootse tentoonstelling, dus we moesten ook rekening houden met de beschikbaarheid van voorraden voor herdrukken. Graphius kon de materialen snel voor ons inkopen, dus dat was een geruststelling.

Het was een goede samenwerking en als kers op de taart was er een bezoek aan de drukkerij. Ik vond dit erg fijn omdat ik al een paar jaar geen drukker meer had bezocht. Het was geweldig om aan de zijde van de drukkers te werken. Hun beheersing en kennis van de techniek en mijn

visie op het eindresultaat vormden een goede combinatie.

Tijdens het bezoek kreeg ik een rondleiding door de boekbinderij, wat mijn kennis opriste over alle stappen die komen kijken bij het inbinden van een boek. Wanneer je digitaal werkt, gebeurt veel onmiddellijk. Een boek inbinden verloopt gefaseerd, en elke fase vereist een pauze. Zelfs na het afdrucken moet je pauzeren om de vellen te laten drogen voordat je ze vouwt. Ons boek werd in grote oplage gedrukt, dus toen ik wegging stond de productievloer vol met pallets met geprinte vellen, wachtend om gevouwen te worden!

Toen ik bij Graphius langs de pers kwam, had ik het gevoel dat we een prachtig boek zouden krijgen. Het was een voorrecht om bij de creatie van dit boek betrokken te zijn. Het boek laat de iconische designer en de kledingstukken zien en vergezelt een spannende, grootse tentoonstelling. ■



Gabrielle Chanel is het officiële tentoonstellingsboek dat de expo begeleidt van 'Gabrielle Chanel. Fashion Manifesto'.

Die loopt van 16 september 2023 in het V&A-museum in Zuid-Kensington, Londen.

- Geredigeerd door tentoonstellingscurators Oriole Cullen en Connie Karol Burks
- Design door Daniela Rocha
- Fotografie, nieuw in opdracht gegeven aan Nicholas Alan Cope
- Kleurenrepro door D.L. Imaging Ltd, Londen
- Beschikbaar in hardcover en softback
- 288 pagina's
- 30 x 23 cm
- Edities in Engels, Frans, Duits

DE BNF:

MEER DAN 750 JAAR KENNIS EN CULTUUR SAMENGEBRACHT BINNEN OUDE EN NIEUWE MUREN...

De Bibliothèque nationale de France (BnF), zoals ze sinds 1994 heet, was oorspronkelijk de Koninklijke Bibliotheek, daarna de Bibliotheek van de Natie en de Nationale Bibliotheek, en is nu de nationale bibliotheek van de Franse Republiek. Als erfgenaam van de koninklijke collecties die sinds het einde van de middeleeuwen zijn opgebouwd, is het een van de oudste culturele instellingen van Frankrijk. Na 12 jaar renovatiewerkzaamheden werd het historische onderkomen - de Richelieu-site - eind 2022 volledig gerenoveerd en gemoderniseerd opgeleverd. Dit is meer dan reden genoeg om een kijkje te nemen in deze eerbiedwaardige instelling, waarvan de uitgeversafdeling al jaren veel van haar werken aan Graphius toevertrouwt.

Velen onder jullie zullen bij de Bibliothèque nationale de France (BnF) misschien denken aan de vier open torens in de vorm van boeken van de François Mitterrand-site, die in 1996 voor het publiek werd geopend in het 13^{de} arrondissement van Parijs, maar de oorsprong van deze instelling gaat veel verder terug. Naast de site François Mitterrand zijn de activiteiten ook verspreid over andere sites, waaronder de site Richelieu - de historische bakermat van de BnF uit de 17^{de} eeuw - de Bibliothèque de l'Arsenal in de wijk

Bastille, de Bibliothèque-musée de l'Opéra en de Bibliothèque de la Maison Jean-Vilar in Avignon.

De bibliotheek van koningen en geleerden

De geschiedenis van de BnF gaat evenwel verder terug dan de huidige locaties. Meer bepaald tot 1368, toen Karel V zijn boekenverzameling installeerde in een speciaal ingerichte ruimte in het Louvre. Dit was het begin van een traditie die de latere koningen van Frankrijk graag in stand hielden. In 1537 voerde Frans I het verplichte principe van wettelijk depot in, waarbij





drukkers en boekverkopers alle gedrukte boeken die in het koninkrijk werden verkocht, moesten deponeren bij de boekhandel in het kasteel van Blois. Dit was een fundamentele stap voor de koninklijke bibliotheek, die in de tweede helft van de 16^{de} eeuw naar Parijs werd teruggebracht en de godsdienstoorlogen niet zonder schade overleefde. Het was evenwel vanaf 1666 onder Colbert, wiens ambitie het was om van de bibliotheek een instrument te maken voor de glorie van Lodewijk XIV, dat de bibliotheek echt van de grond kwam. Hij verhuisde de bibliotheek naar de wijk Vivienne - nu de Richelieu-site - en voerde een actief beleid om de collecties uit te breiden, het aantal manuscripten te verdubbelen en de hoeveelheid gedrukte boeken te verviervoudigen.

Aankopen, inbeslagnames en schenkingen

Op slechts enkele decennia tijd werd de bibliotheek de belangrijkste van Europa. Onder impuls van Abbé Bignon, die benoemd werd tot bibliothecaris van de koning in 1719, beleefde de bibliotheek een ongekende groei. Hij organiseerde de bibliotheek in afdelingen en zette het werk van zijn voorgangers op het gebied van de aankoop van documenten voort. Hij was tevens verantwoordelijk voor het openstellen van de bibliotheek voor het publiek. Encyclopedisten zoals Voltaire en Rousseau en andere geleerden kregen nu het gezelschap van gewone lezers

en nieuwsgierigen. De Franse revolutie had vervolgens een diepgaand effect op de bibliotheek. In deze periode breidde de bibliotheek van de koning, die de Bibliothèque Nationale was geworden, haar collectie aanzienlijk uit dankzij de komst van honderdduizenden documenten die waren geconfisqueerd of in beslag genomen, vooral van de geestelijkheid, maar ook door het leger van Napoleon in België, Duitsland, Nederland en Italië. In de 19^{de} eeuw werd het ruimtegebrek in de bibliotheek nog nijpender door het grote aantal documenten dat tijdens de revolutie werd geconfisqueerd. Dit werd nog verergerd door een reeks uitzonderlijke schenkingen, waaronder antieke vazen, munten en de manuscripten van Victor Hugo.

De grootste en meest moderne bibliotheek ter wereld

In de 20^{ste} eeuw zorgde de steeds grotere instroom van collecties en nieuwe media - vooral audiovisueel - voor steeds acutere conserveringsproblemen. Het aantal plaatsen voor de lezers volstond niet langer. De Bibliothèque nationale moest het hoofd bieden aan deze moeilijkheden, die het gevolg waren van de groei van de drukwerkproductie en de culturele vraag. Informatica-instrumenten en de vooruitgang op het gebied van telecommunicatie vernieuwden de beschikbare middelen voor het beheer en de lokalisering van collecties.

Samen met de digitalisering van teksten en beelden verrijkten ze de onderzoeks- en leespraktijken en openden ze de mogelijkheid om documenten op afstand te raadplegen. Op 14 juli 1988 kondigde François Mitterrand, de toenmalige president van de republiek, tijdens zijn traditionele televisie-interview gedurende de feestdagen 'de bouw en inrichting van een van de grootste en modernste bibliotheken ter wereld' aan. Op 20 december 1996 werd de studiebibliotheek François Mitterrand geopend aan de oevers van de Seine, terwijl de opening van de onderzoeksbibliotheek de voltooiing van dit grote project in oktober 1998 bekroonde. Naast het vergemakkelijken en verbreden van de toegang tot kennis, zou deze nieuwe faciliteit BnF ook in staat stellen om vanaf 2010 de Richelieu-site, haar historische geboorteplaats, te renoveren.

De uitdagingen van het Richelieu-project

De renovatie van de Richelieu-locatie van BnF bood als groot project voor het Ministerie van Cultuur een unieke kans om de historische geboorteplaats van de bibliotheek te transformeren en te moderniseren. Het maakte het mogelijk

“Op 14 juli 1988 kondigde François Mitterrand, de toenmalige president van de republiek, tijdens zijn traditionele televisie-interview gedurende de feestdagen ‘de bouw en inrichting van een van de grootste en modernste bibliotheken ter wereld’ aan.”

“Er worden meer dan 40 miljoen documenten bewaard, voornamelijk op twee locaties: François Mitterrand voor gedrukte en audiovisuele documenten en Richelieu voor de zogenaamde ‘gespecialiseerde’ collecties.”

om uitzonderlijke gebouwen en ‘decoren’ te restaureren, maar ook om de ruimtes en diensten die aan het publiek worden aangeboden te moderniseren. Terwijl eerdere architectonische ingrepen er vooral op gericht waren om de dichtheid van de ruimtes te vergroten om zo nieuwe ruimtes te verkrijgen, streefde het huidige project er juist naar om ze te verduidelijken, te behouden en zichtbaar te maken. De uitdaging was dus om de conserveringsruimtes, galerijen, leeszalen en rotondes te consolideren, herschikken en herinterpreteren, en tegelijkertijd de pracht van deze ruimtes te onthullen. De Richelieu-site biedt nu een architecturale reis van de 17^{de} naar de 21^{ste} eeuw, waarbij de eeuwenoude wortels worden gecombineerd met de hedendaagse wereld.

De verhuizing van de eeuw

Het kostte de architecten 12 jaar om het hele historische gebouw te herdenken en uiteindelijk te transformeren, met als doel het behoud van het oorspronkelijke erfgoed en met tegelijkertijd de toevoeging van een vleugje moderniteit. De renovatie werd in twee fasen uitgevoerd om de continuïteit van de diensten voor onderzoekers te garanderen en de bibliotheek open te houden. De eerste fase, van 2011 tot 2016, werd uitgevoerd in de helft van het gebouw aan de rue de Richelieu en was gericht op de Labrouste-zaal, de ruimtes van de afdeling Podiumkunsten en de leeszaal Handschriften. De tweede fase, van 2017 tot 2022 in de oostelijke helft van het gebouw langs de rue



Vivienne, besloeg bijna 28.000 m². Daaronder bevonden zich een aantal emblematische ruimtes zoals de Salle Ovale en drie geklasseerde ruimtes, overblijfselen van het 17^{de}-eeuwse Mazarin-paleis. Bij die laatste gaat het om de Mansart-galerij, de Mazarin-slaapkamer en de Mazarin-galerij, een zeldzaam voorbeeld van een barokke galerij die bewaard bleef in Frankrijk. Tussen 2010 en 2022 moest 42 strekkende kilometer aan documenten worden verplaatst. Dat gebeurde ofwel naar andere delen van de site, ofwel naar opslagruimtes op verschillende locaties van de bibliotheek.

Volledige identiteit

Met de heropening van de Richelieu-site in september 2022 hervond BnF zijn volledige identiteit, verdeeld over de beide oevers van de Seine. Er worden meer dan 40 miljoen documenten bewaard, voornamelijk

op twee locaties: François Mitterrand voor gedrukte en audiovisuele documenten en Richelieu voor de zogenaamde ‘gespecialiseerde’ collecties: manuscripten, tekeningen, gravures, foto’s, prenten, kaarten en plattegronden, munten en medailles, antiek en juwelen. De site van BnF I Richelieu, een centrum van uitmuntendheid gewijd aan de geschiedenis van de kunsten en erfgoedwetenschappen, is nu ook open voor het grote publiek en biedt een volledig nieuwe waaier aan culturele activiteiten om de ongelooflijke rijkdom van de collecties van het BnF onder de aandacht te brengen. Het heringerichte museum omvat de volledige omvang van de collecties en onthult bijna 900 werken die symbool staan voor de collecties die door de eeuwen heen zijn opgebouwd en die een parcours volgen van de Oudheid tot vandaag. ■



CHRISTOPHE GEVERS

EEN DISCREET EN ONBEZONGEN GENIE

Tot 10 maart 2024 loopt in het Design Museum Brussel de tentoonstelling 'Christophe Gevers - De architectuur van het detail'. Als eerbetoon aan deze binnenhuisarchitect publiceerde fotograaf en journalist Jean-Pierre Gabriel een boek met de titel 'Christophe Gevers', gedrukt door Graphius. Hij legt uit wie dit weinig bekende genie was en blikt terug op de totstandkoming van het boek dat hij zojuist aan hem heeft gewijd...



La Roseraie

Voordat we onze aandacht richten op Christophe Gevers, willen we u voorstellen aan Jean-Pierre Gabriel, een naam die sommigen misschien bekend in de oren klinkt, aangezien veel van zijn werken zijn gedrukt door Graphius. Hij is een veelzijdige fotograaf met een passie voor tuinen, architectuur en gastronomie. Hij heeft het talent om met zijn pen en camera te beschrijven wat hij ziet en voelt.

“Als autodidact begon ik te werken voor Le Vif en Knack, aanvankelijk vooral rond het onderwerp tuinen. Van hieruit was het slechts een korte stap om ook architectuur en interieurs te fotograferen, terwijl stillevens me ertoe brachten om de voedsel fotografie te verkennen. Deze drie gebieden ontwikkelden zich parallel, waarbij het ene soms

Le Coq Aux Champs, een boek vol recepten





Sfeer van het huis van
Christophe Gevers
gefotografeerd in 2002

het andere overnam. Boeken zoals 'Thailand: het kookboek' en 'Ons dagelijks brood' leverden me verschillende internationale prijzen op en voerden me naar topkoks over de hele wereld," legt Jean-Pierre uit. "Op het vlak van de interieurfotografie heb ik veel te danken aan Axel Vervoordt, die u in een recent magazine vermeldde. Hij vertrouwde me de fotografie van zijn tentoonstellingen in Venetië toe. Dit was een uitdaging die me deed groeien en die me ook in staat stelde een boek over het Dogenpaleis te produceren."

Wie is Christophe Gevers?

Christophe Gevers (1928-2007) is een autodidactisch ambachtsman die zich onderscheidt door het gebruik van ruwe materialen die in de loop

der tijd worden verfraaid. Als fan van verfijning door eenvoud en sublieme efficiëntie ontwierp hij veel openbare en privéruimtes en zijn durf is vandaag de dag nog steeds relevant. Aan het begin van de Golden Sixties zorgde de TBA-stoel, die bekroond werd met de Signe d'Or in 1959, voor Christophe Gevers' intrede in de wereld van het design. Als hoofd van de opleiding 'Meubels en Inrichtingen' aan de École de La Cambre deelde hij er van 1960 tot 1992 zijn expertise en vond hij er de voedingsbodemp voor zijn medewerkers.

Een onbezongen genie

"Bovenal is Christophe Gevers een discrete en weinig bekende figuur. Ik ontmoette Christophe Gevers in mei 2002 en interviewde hem voor

een artikel in Le Vif en Knack. Hoewel hij had kunnen opscheppen over zijn vele verwezenlijkingen, van de eerste Quick op het Louizaplein tot en met het cultureel centrum in Sint-Pieters-Woluwe en niet te vergeten Passage 44 en horecazaken die vandaag nog steeds open zijn zoals Vieux Saint Martin en Canterbury, was hij een bescheiden en discrete man die liever met mij praatte over zijn werk en zijn visie op interieurdesign. In die tijd had ik er geen idee van hoe groot de kunstenaar was," zegt Jean-Pierre. "En ik ben niet de enige: in de aanloop naar de tentoonstelling 'Christophe Gevers - De architectuur van het detail' die momenteel loopt in het Design Museum Brussel, merkte tentoonstellingscurator Giovanna Massoni op dat nauwelijks 10% van Gevers' werk bekend is bij het grote publiek."

De reden voor het boek

"Bij gebrek aan een catalogus van deze tentoonstelling kwam ik op het idee om hulde te brengen aan dit discrete genie door het boek 'Christophe Gevers' te produceren. Deze monografie moet vooral een prachtig beeldenboek worden, boordevol nooit eerder vertoonde interieurs, aangevuld met teksten in de vorm van getuigenissen van zijn dochter Nathalie, voormalige studenten en assistenten, en

De 3-poots salontafel
geproduceerd door Be.Classics



“Hij was een van de zeldzame interieurontwerpers die ijzer kon buigen of hout draaien, kortom een ambachtsman of ‘maker’ voor zijn tijd...”

klanten. Ik denk bijvoorbeeld aan Philippe Niels, met wie hij 40 jaar nauw heeft samengewerkt.”

Een bijzondere man en een vakman

“Christophe Gevers werd gezien als een bijzondere man, omdat hij karakter en persoonlijkheid had. Als hij een project kreeg, werkte hij het uit door het maken van een ongelooflijk precies model. Vervolgens stapte hij naar de klant en was het meestal een kwestie van ‘take it or leave it’. Hij had zijn eigen schrijnwerkerij en metaalwerkplaats en naast het maken van modellen, maakte hij ook zelf de voorwerpen die hij in zijn ontwerpen gebruikte. Hij was een van de zeldzame interieurontwerpers die ijzer kon buigen of hout draaien, kortom een ambachtsman of ‘maker’ voor zijn tijd...”

Een belangrijk journalistiek werk

“De grootste moeilijkheid bij het samenstellen van dit boek was de omvang van het journalistieke werk en het samenballen van herinneringen. Beginnend met Gevers’ bekende prestaties en dankzij het advies van zijn vrienden en klanten begonnen deuren open te gaan. Elke deur opende een andere, enzovoort. Het was fascinerend werk omdat ik zo meer te weten kwam over deze man die zichzelf omschreef als een beeldhouwer van interieurs.”

Gedrukt in België

“Dit boek werd, net als verschillende andere, gedrukt bij Graphius. “Veel van mijn boeken, zoals ‘Het lied van het brood’, ‘Essentiële zaken voor de hedendaagse keuken’ en

werken voor restaurants als Arabelle, ma Cuisine intuitive, Le Coq aux Champs en La Roseraie, zijn gedrukt bij Graphius - of bij Dereume en Cassochrome, die nu deel uitmaken van Graphius Group. Ik heb er altijd een punt van gemaakt om in België te drukken. Ik heb niets tegen buitenlanders, maar ik heb altijd tegen mezelf gezegd: als ik het geluk heb om werk in mijn land te hebben, moet ik het ook aan anderen geven. En dat terwijl ik weet dat sommige van mijn internationale uitgevers onder andere in China drukken. De kers op de taart: kunnen profiteren van de kennis van mensen in het vak. Je hebt zelf je best gedaan met de foto’s en tekst en de grafisch ontwerper brengt zijn lezing en perspectief mee. Bij de drukker wijzen experts je op details en balanceren ze de kleuren. Dat is de rijkdom van het contact met professionals die van mooi werk houden”, besluit Jean-Pierre Gabriel. ■



CHRISTOPHE GEVERS
 • Creative Communication
 • Brussels
 • 220 x 280 mm
 • 240 p
 • Magno Volume 150 g/m

Trap Restaurant Canterbury Eisene (1992)
 Houten beeldhouwwerk van Nicolas Alquin



‘EIGENTIJD’S ENTEN’, BRUGGEN SLAAN TUSSEN HET VERLEDEN EN HET HEDEN

In 2023 publiceerde Wilmotte & Associés, door het Britse tijdschrift Building Design op de 52^{ste} plaats gezet van de 100 beste architectenbureaus ter wereld, twee boeken bij Editions Skira. ‘Design’ bevat 1.568 items over het vruchtbare en unieke creatieve proces van architect en ontwerper Jean-Michel Wilmotte op het gebied van meubilair, verlichting, textiel en objecten gedurende meer dan 45 jaar. ‘Murano’ is dan weer een monografie gewijd aan zijn werk in Murano-glas...



Architect, stedenbouwkundige en ontwerper Jean-Michel Wilmotte (geboren in 1948) richtte in 1975 diens eigen bureau op in Parijs. Hij is een man met cultuur en met een voorliefde voor projecten die te maken hebben met hedendaagse transformaties en de inrichting van culturele en museale ruimtes. In de loop van bijna vijftig jaar ontwikkelde en diversifieerde hij zijn activiteiten en expertise, met de nadruk op grootschalige architectuur en stedenbouw. Tot de vele projecten van Wilmotte & Associés behoren niet enkel het Grand Palais Ephémère en het 5-sterrenhotel Lutetia in Parijs, maar ook het hoofdkantoor van Google en JCDecaux in Londen en het Huis van de Verenigde Naties in Diamniadio (Senegal). Lopende projecten zijn onder andere het Gare d'Austerlitz in Parijs, het hoofdkantoor van ArcelorMittal in Luxemburg-stad en het toekomstige Centre Pompidou in Seoul (Zuid-Korea).

Wilmotte bestaat uit twee divisies, Wilmotte & Associés architecture en Wilmotte & Industries design, en staat bekend om het eclecticisme en de kwaliteit van zijn werk. We stelden Jean-Michel Wilmotte enkele vragen over zijn visie op architectuur en design en over de werken 'Design' en 'Murano' die dit jaar verschenen...

Wat is uw filosofie over architectuur en hoe zou u het merk Wilmotte omschrijven?

"Als architect is het voor mij van fundamenteel belang om plaatsen te ontwerpen waar mensen zich

goed voelen. Praktisch gezien betekent dat tijdloze plekken bedenken die op natuurlijke wijze licht binnenlaten. Maar het betekent ook mooie materialen gebruiken die in de loop der tijd een patina ontwikkelen en de transparantie in de ruimte zo organiseren dat er vluchtlijnen voor het oog ontstaan. Onze architectuur wordt gekenmerkt door sobere, elegante lijnen, met veel aandacht voor detail en kwaliteit. Ik vind het belangrijk dat gebouwen goed verouderen."

In welke segmenten is jullie architectenbureau gespecialiseerd?

"Onze specialiteit is dat we er geen hebben! Alle onderwerpen interesseren ons en dit is een manier om onze nieuwsgierigheid te prikkelen en onze creatieve sappen te laten stromen. We zijn gestructureerd rond vijf grote afdelingen die onze belangrijkste gebieden van knowhow bestrijken: architectuur, interieurarchitectuur, museografie, stedenbouw en design... We zijn ook erg sterk in het renoveren van oude gebouwen om die een nieuw leven in te blazen. Daarom ontwikkelden we het concept 'eigentijds enten', waarbij we het gebouw geheel of gedeeltelijk behouden door er net die eigentijdse onderdelen aan toe te voegen die nodig zijn voor het nieuwe gebruik."

Op welke projecten bent u het meest trots en waarom?

"Ik ben vooral trots op de wijnhuizen die we realiseerden (Château Cos D'estournel, Château Pédesclaux,

"Als architect is het voor mij van fundamenteel belang om plaatsen te ontwerpen waar mensen zich goed voelen."

“Ik vind het belangrijk dat gebouwen goed verouderen.”



©Rodolphe Escher

Château Mentone, Laurent Perrier champagne,...): ik houd van wijn en zijn terroirs, die een diep deel uitmaken van ons erfgoed... Een kuipruimte bouwen, een wijnhuis ontwerpen,... zoiets staat voor het combineren en samenvoegen van vaardigheden, techniek en kennis. Museale projecten liggen me ook na aan het hart. Een museumroute ontwerpen, betekent een samenleving, een cultuur ontcijferen om ze bekend te maken en uit te leggen aan zoveel mogelijk mensen...”

Hoe slaat eigentijds enten bruggen tussen het verleden en het heden?

“Door het omarmen van de eigentijdsheid en het verwerpen van karikaturen vormt enten een interventie die het verleden van het gebouw onder de schijnwerpers plaatst en benadrukt. Het doet dit in een wederzijdse verbetering: het gaat om het orkestreren van de ontmoeting, het huwelijk zo u wilt, tussen twee

tijdperken. De materiaalkeuze speelt een belangrijke rol in deze dialoog tussen het verleden en het heden. In het oude Europa, waar er niet veel bouwgronden meer zijn in het hart van steden, wordt enten een belangrijk onderwerp bij de herontwikkeling van historische centra.”

Wat zijn vandaag de dag de belangrijkste uitdagingen voor architecten?

“Het moeilijkste voor architecten is momenteel om bouwvergunningen te krijgen, budgetten onder controle te houden en op tijd te bouwen! Je voert letterlijk dagelijks strijd met administratieve procedures. Helaas is het ontwerp een heel klein onderdeel van het werk geworden. Het budget, dat altijd naar beneden wordt bijgesteld, wordt de grootste vijand van kwaliteit. Regelgeving en normen creëren beperkingen die uiteindelijk belemmeringen voor kwaliteit en reflectie worden. Daarom is het

noodzakelijker dan ooit om je open te stellen voor andere landen.”

Bestaat er, meer specifiek dan op het gebied van design, een rode draad of onderliggende filosofie in uw creaties?

“Als Wilmotte & Industries, onze ontwerpstudio, een object kan ontwerpen of herontwerpen, dan gebeurt dat altijd met aandacht voor de ‘architecturale’ compositie ervan: het hiërarchiseren van de elementen waaruit het object bestaat en het organiseren van de spanningen tussen deze verschillende onderdelen. Deze formele verduidelijking maakt de objecten ‘leesbaar’, logisch en overzichtelijk. Het draait om het vereenvoudigen van de vorm om het gebruik te vergemakkelijken. Design is een echt onderzoekslaboratorium dat ons in staat stelt om op kleine schaal te bereiken wat we vervolgens op de schaal van de architectuur realiseren.”

Welke zijn uw favoriete thema’s en inspiratiebronnen?

“Ik ben van nature erg nieuwsgierig en reis veel, zowel in Frankrijk als in het buitenland... Mijn ogen zijn voortdurend alert, opgewonden

door het spektakel van de straat, de verscheidenheid aan plaatsen die ik bezoek, de natuur ook. Deze constante beweging, deze opeenstapeling van sensaties, prikkelt mijn verbeelding en inspireert me... Musea voor hedendaagse kunst, die ik veel bezoek, vormen ook een grote bron van inspiratie.”

Op welke ontwerpen bent u het meest trots en waarom?

“Ik ben erg trots op de bewegingsmeubelen die we begin jaren negentig ontwierpen, zoals het Roller Box opbergmeubel, de Roller Glass salontafel, enzovoort. Naar mijn mening vertegenwoordigen ze een formele prestatie op het gebied van de assemblagetechniek, de gebruikte materialen, de verfijning van de afwerking, de presentatie van de mechanische elementen die specifiek zijn voor beweging en het minimalisme van de vormen.”

Hoe zou u de boeken ‘Design’ en ‘Murano’ presenteren?

“Hoewel deze beide werken gewijd zijn aan mijn werk als ontwerper zijn ze heel verschillend. ‘Design’ is een inventariserende catalogus die een overzicht geeft van al onze creaties sinds ik in 1975 begon, met zeer nauwkeurige beschrijvingen en een analyse door designhistorica Anne Bony. ‘Murano’ presenteert onze nieuwste collectie vazen en armaturen ontworpen voor de glasmakers van Murano. Het ene werk is 720 pagina’s lang, het andere ‘slechts’ 168... Het zijn helemaal niet dezelfde boeken en de beide uitgaves zijn niet gericht op hetzelfde publiek. Terwijl de catalogus vooral gericht is op verzamelaars, experts en handelaars in designobjecten, heeft ‘Murano’ een meer ‘open’ lezerspubliek en zal het net zo interessant zijn voor



liefhebbers van glasobjecten als voor liefhebbers van Venetië.”

Hoe wordt dit soort werk geconcipteerd?

“De inventariserende catalogus ‘Design’ is de vrucht van een zeer lang proces dat begon lang voordat we de uitgever ontmoetten. Het kostte ons meer dan tien jaar om de meer dan 1500 objecten die werden gepubliceerd te vinden, te inventariseren en te fotograferen... Toen dit werk eenmaal goed op gang was, dachten we na over de vorm van het boek en hierbij was de dialoog met de uitgever belangrijk om de keuzes te rationaliseren. De grootste moeilijkheid bij dit type boek is de enorme hoeveelheid informatie die beheerd moet worden: meer dan 1500 foto’s en meer dan 500.000 karakters in elk van de twee talen (Frans en Engels). Het was erg moeilijk voor de

grafisch ontwerpers om de lay-out samen te stellen: we moesten formele dialogen tussen de afbeeldingen creëren. En het proeflees- en controlewerk was kolossaal. Het boek over Murano leek toen heel eenvoudig te doen, ook al hadden we minder dan zes maanden om het te produceren. Gelukkig schakelde de uitgever erg snel.”

Welke punten van convergentie bestaan er tussen het ontwerpen van catalogussen en het design van architectuur of objecten?

“In beide gevallen gaat het om het managen van projecten waarvoor je een kalender moet beheersen: uitgevers hebben ‘seizoenen’ voor het uitbrengen van boeken en je moet op tijd zijn. Maar wat ze fundamenteeler gemeen hebben, is het werk van compositie. Als een gevel mooi, harmonieus en goed

“Design is een echt onderzoekslaboratorium dat ons in staat stelt om op kleine schaal te bereiken wat we vervolgens op de schaal van de architectuur realiseren.”



©Slowphoto.studio

gecomponeerd moet zijn - wat eveneens geldt voor, bijvoorbeeld, een deurklink -, dan geldt dat ook voor een boek. De verhouding tussen het formaat en de dikte moet in evenwicht zijn, het moet een plezier zijn om vast te houden, de grafische lay-out moet elegant zijn, de afbeeldingen moeten opvallen en de boodschap moet duidelijk zijn. Het is telkens weer opnieuw dezelfde zoektocht naar schoonheid."

Zijn er nog andere boekprojecten?

"Ja, we hebben altijd minstens twee of drie boekprojecten per jaar, die intern opgevolgd worden door een toegewijd team. Boeken zijn heel belangrijk voor me, vooral in dit digitale tijdperk. Het is een manier om ons beste werk te bestendigen en om een verhaal en een object - het boek - rond het project te bouwen."

Hoe lang publiceert u al boeken bij Skira?

"Het eerste boek dat uit deze samenwerking voortkwam - gewijd aan onze museale projecten - verscheen in januari 2021. We delen dezelfde vraag naar kwaliteit en Skira's expertise op het gebied van kunstboeken sluit volledig aan bij mijn visie op een boek waarin het beeld koning is... De foto's worden altijd met grote zorg gereproduceerd," besluit Jean-Michel Wilmotte.

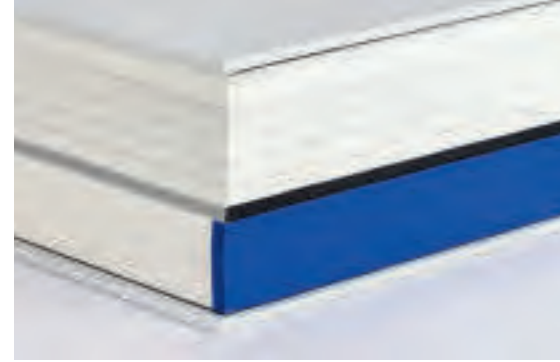
Een buitengewoon werk

Ook voor Skira was het publiceren van zo'n tweetalige inventariserende catalogus van 720 pagina's en meer dan 2000 reproducties een buitengewone taak.

"Naast de behoefte aan ondersteuning tijdens de ongeveer tien jaar die het kost om zo'n omvangrijke inventariserende catalogus te voltooien, berust de complexiteit van het publicatieproces ook in het feit dat een inventariserende catalogus een zeer wetenschappelijk en technisch werk is. Daarin moet je zeer snel informatie kunnen vinden, omdat het een werkinstrument is voor onderzoekers, wetenschappers, veilinghuizen, enzovoort, dat de werken die erin staan authenticiteert", legt Nathalie Prat, Publishing Manager bij Skira Parijs, uit. "Omdat dit werk bestemd is voor de designwereld wilden zowel Skira, een uitgever van mooie boeken, als Studio Wilmotte dit werk een esthetische dimensie bezorgen. Vandaar het idee van een jaspispatroon in twee verschillende kleuren op de rug, waardoor het boek een architecturale uitstraling krijgt, als knipoog naar het andere beroep van Jean-Michel Wilmotte...".

Een dubbele jaspering

"In feite zouden we dit zelfs een dubbele jaspering kunnen



noemen. Er is een eerste, centrale jaspering in 'Wilmotte-blauw' voor het gedeelte van de inventariserende catalogus, waarin alle meubels die door Studio Wilmotte zijn geproduceerd chronologisch worden opgesomd, jaar voor jaar, en een tweede, zwarte jaspering van ongeveer dertig pagina's voor het gedeelte met de historische foto's. De rest van de pagina is wit en beslaat het tekstgedeelte met een essay en interview met Jean-Michel Wilmotte, evenals een portfolio van zijn meubels waarin diens ontwerptaal en vocabulaire (vormen, spanning, ritme, details) worden ontcijferd. Daarom gebruikten we jaspering, een technisch verfraaiingselement, om het boek door middel van kleur en vorm dichter bij de geest van Jean-Michel Wilmotte te brengen. Het resultaat is een boek dat opvalt in de massa en als object heel mooi is", besluit Nathalie Prat. ■



MURANO

- Skira
- Paris
- 280 x 300 mm
- 168 p
- Magno Volume 150 g/m²

DESIGN

- Skira
- Paris
- 240 x 280 mm
- 720 p
- Magno Volume 130 g/m²

HET VERLEDEN, HEDEN EN DE TOEKOMST VAN VOETBALPROGRAMMABOEKJES

Toen sportdesignbureau Twelfth Man recent contact opnam met Park, onderdeel van Graphius Group, ging er enige tijdsdruk mee gepaard. Ze wilden de programmaboekjes voor vier verschillende finales van de UEFA Cup laten drukken, inbinden en klaar hebben voor distributie in heel Europa en het Verenigd Koninkrijk ... binnen vijf dagen. Een probleem? Verre van. Alles verliep vlekkeloos, de programma's werden vanuit Graphius drukkerijen in verschillende landen verzonden en arriveerden ruim voor de aftrap in de respectievelijke stadions. De opdracht inspireerde Graphius Magazine tot een gesprek met Michael Harrold, hoofdredacteur voor de finaleprogramma's bij Twelfth Man, over het verleden, het heden en de toekomst van voetbalprogrammaboekjes.





Het verleden

De allereerste voetbalprogramma's werden gedrukt in de jaren 1880. Op één vel papier of karton stonden details over de teams en de datum van de wedstrijd. De programma's besloegen wedstrijden in Groot-Brittannië. Ze kostten slechts een penny en waren bedoeld om fans te helpen de score bij te houden terwijl ze naar de wedstrijd keken.

Tegen de jaren 1920 produceerden clubs zelf programma's met opvallende afbeeldingen op de cover om de aandacht van hun fans te trekken. De programma's waren perfect voor het verspreiden van nieuws, om overwinningen te vieren of om fans na een verlies de nodige ondersteuning te geven. Binnen een paar jaar waren de programma's vier tot acht pagina's lang.

Programmaboekjes voor belangrijke wedstrijden en vooral finales begonnen kunstwerken te worden. Ze warden royaler voorzien van afbeeldingen dan gewone wedstrijden. Wanneer we erop terugblikken is het duidelijk dat de omslagontwerpen de stijlen en mode van die tijd weerspiegelden. Zo hebben de finaleprogramma's van eind jaren 1920 en begin jaren 1930 een voor die periode karakteristieke art deco-uitstraling.

De stijgende populariteit van voetbal was na het einde van de Tweede Wereldoorlog niet meer in te perken, met enorme aantallen toeschouwers bij elke wedstrijd. Papier werd toen echter gerantsoeneerd en de programma's warden bijgevolg gereduceerd tot voornamelijk grauwe,

kleurloze vodjes gedrukt op papier van slechte kwaliteit.

Dat verbeterde geleidelijk in de jaren 1950. De programma's begonnen foto's en meer informatie te bevatten en in de jaren 1960 sierden bonte kleuren de pagina's. Het bijbehorende prijskaartje steeg ook. Samen met de populariteit van de programma's leidde dit tot piraterij; illegale programmaboekjes doken her en der op.

Er verschenen geniete boekjes in zakformaat en grote programma's in krantenformaat. Door het duurzame gebruik van boekdruk met zadelsteek konden de programma's als souvenirs worden bewaard.

"De indeling van elk programmaboekje was vertrouwd voorspelbaar, naar welk team je ook keek," legt Michael Harrold uit. "Notities van de manager, notities van de aanvoerder, een overzicht van de laatste wedstrijd, de statistieken achterin (waar ik dol op was), plus de volledige opstelling, uitslagen, opstellingen en scorers van de wedstrijden die gespeeld waren."

Het heden

De rol van programma's verandert. Vroeger bevatten ze nieuws en updates van de opstelling, maar het is veel makkelijker geworden om deze informatie op sociale media te plaatsen. Moderne programma's focussen daarom op gedetailleerde informatie, met verhalen over geweldige teams, beroemde spelers en memorabele wedstrijden. De soorten en diepgang van de statistieken zijn ook veranderd omdat ze de veranderende interesses en het ongelooflijke niveau van kennis en betrokkenheid van de fans weerspiegelen.

Tickets werden vroeger vaak bewaard als souvenir, maar tegenwoordig zijn ze bijna allemaal digitaal. Daarom zijn fysieke, gedrukte programmaboekjes belangrijker dan ooit. Ze zijn een vorm van memorabilia en horen bij de traditie van een wedstrijdbezoek. Moderne programma's worden gedrukt als dikke, glanzende boekjes vol met weetjes en foto's in hoge resolutie, duidelijk ontworpen om de tand des tijds te doorstaan. Het is niet

De programma-ervaring

"Programma's waren een deel van mijn wedstrijdervaring toen ik opgroeide," zegt Michael Harrold van Twelfth Man. "Stoppen om een boekje te kopen - zelfs in de rij staan ervoor - was een deel van de opwindning. Ik heb ze nog allemaal - verslagen van wedstrijden die ik al lang vergeten ben, maar die me direct terugbrengen naar dat moment - de wandeling naar het veld, onze plek op het terras, of de geur van het hamburgerkraampje."

De advertenties in de boekjes zijn een eerbetoon aan bedrijven die alleen nog in onze herinnering bestaan. Ze tonen dubieuze jobs die moderne gezondheids- en veiligheidsexperts een hartfalen zouden opleveren, of laten ons versteld staan van het feit dat een huis kopen vroeger maar een paar duizend pond kostte."

Programma's verzamelen

Tegenwoordig zijn er websites en bedrijven die zich toeleggen op het verzamelen van programma's. Andere bedrijven zijn gespecialiseerd in het herstellen van beschadigde programma's. Begrijpelijk, want de waarde van oudere programma's is enorm gestegen. Veilingen hebben wel eens een enkel programma verkocht voor £35.000.

Het zijn echter alleen de zeldzame programma's die zulke hoge prijzen opleveren. Leeftijd speelt een rol in de zeldzaamheid en waarde van bepaalde programma's. In het internettijdperk kun je namelijk programma's kopen voor standaardprijzen en dit op diverse officiële websites, op eBay en andere speciale platforms, zelfs lang nadat een match is afgelopen.

ongewoon dat fans twee exemplaren kopen, ééntje om te lezen en aantekeningen in te maken, het ander om in ongerepte staat te bewaren voor hun verzameling.

Fans zijn zo gebrand op deze programma's dat ze tegenwoordig ook per post naar abonnees worden gestuurd, bij clubs kunnen worden gekocht, op speciale sites op internet kunnen worden besteld en zelfs digitaal kunnen worden gedownload. Uiteraard blijven ze ook beschikbaar op de wedstrijddag zelf.

"Op het hoofdkantoor van de UEFA in Zwitserland is een conferentieruimte waar alle Europacup- en programmahoezen sinds de jaren 1950 ingelijst aan de muur hangen," zegt Michael Harrold. "Dit bewijst hoezeer ze worden gewaardeerd, zelfs in het tijdperk van digitale content."

De toekomst

Programma's zijn nu beschikbaar in gratis digitale versies. Er wordt

gevreemd dat dit in de toekomst de enige versies voor reguliere seizoenswedstrijden zullen zijn, maar papieren versies verkopen nog steeds negentig procent van de tijd uit.

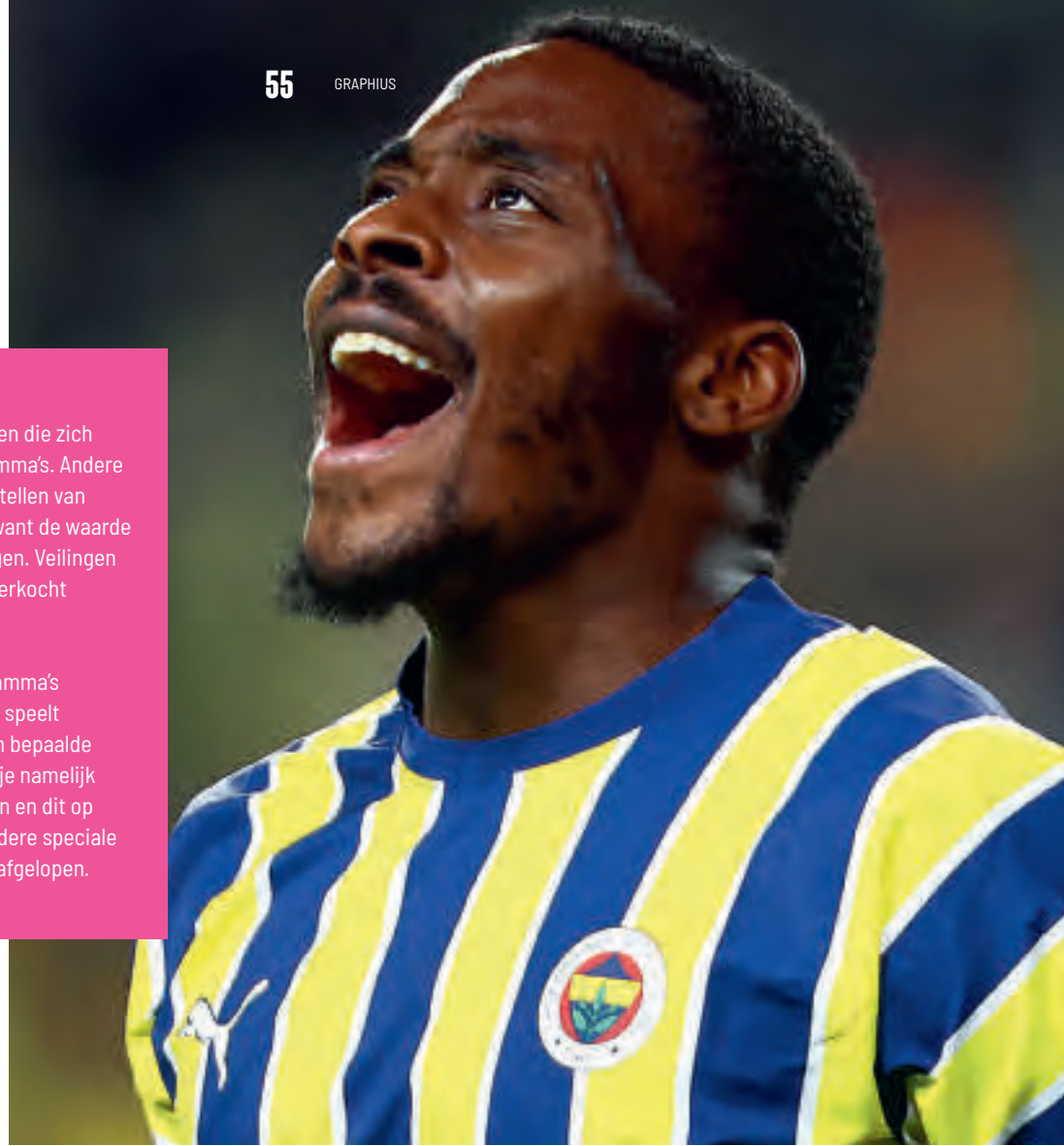
"We produceren digitale versies van onze eindprogramma's, maar de mensen willen echt print", zegt Michael Harrold. "Dat is begrijpelijk. Er gaat niets boven het doorbladeren van een tijdschrift, in plaats van met je gezicht tegen een scherm te plakken. Er is zeker een plek voor programma's voor grote wedstrijden zoals de UEFA finales. Het zijn aandenkens, herinneringen aan een grote dag in het leven van elke fan. Ik hoop dat dat zo blijft."

Graphius had dit jaar te maken met een druk- en levertermijn van

vijf dagen voor de programma's van de UEFA Cup Finale. Een mooi bewijs van hun populariteit en relevantie. We kunnen dus gerust zijn, boekjes met zo'n krachtige inhoud hebben een solide toekomst voor zich. ■

UEFA PROGRAMME BOOKLETS

- TwelfthMan
- Park Communications
- London
- 276 x 216mm
- Magno Satin



A photograph of two red, dome-shaped structures on a lake at sunset. The structures are reflected in the water. The background shows a forest of trees with autumn foliage. The sky is blue with some clouds.

DE VERBEKE FOUNDATION

Een **vrijhaven**
op het snijvlak tussen
kunst, natuur
en **wetenschap**

Wie al eens van Antwerpen naar Knokke reed – of vice versa – via de E34, zal het wel al opgevallen zijn dat er ter hoogte van Stekene iets merkwaardigs gebeurt. Afhankelijk vanuit welke richting je komt, wordt je blik naar links, dan wel naar rechts gezogen: een gigantische helikopter vraagt – quasi verloren langs de kant van de weg – je aandacht. Een bijzondere blikvanger. Het is een van de meer recente aanwinsten van de Verbeke Foundation, zowat het meest eigenzinnige museum in Europa.

Meestal zijn steenwegen saaie brokken beton, open couloirs waarlangs duizenden auto's dagelijks van het ene punt naar het andere sjezen. Wie over een Vlaamse *chaussee* dendert, ziet links en rechts vaak weinig interessants. Huizen, veel lintbebouwing, industrie, grote bedrijven etc. Niet zo in Kemzeke, want daar ligt de Verbeke Foundation.

Voor we er op een druilerige en kille oktoberochtend de oprit van het museum oprijden, voelden we ons al verwelkomd door een kudde verdwaalde olifanten. Het is het kunstwerk ('You Can Buy My Heart And My Soul'), van de Zuid-Afrikaanse kunstenaar Andries Botha: negen imposante, uit hout en recyclagemateriaal vervaardigde dieren die bezoekers meteen in een haast magisch-realistische wereld binnenloodsen. Want dat is de Verbeke Foundation ten voeten uit: een plek die aanzet tot dromen, die bezoekers laat kennismaken met een wereld waarin niets is wat het lijkt, en waar kunst nu eens zalft en dan weer slaat. Of krast. Markant detail: de Verbeke Foundation werkt subsidieloos.

Nog voor we de mooie Orangerie binnenstappen, waar we een afspraak hebben met Tineke Schuurmans,

curator en hoofd communicatie, zijn we al van de ene verwondering in de andere gevallen. Eerst de olifanten, dan een naar de hemel reikende McDonalds-totem, een gigantische loopbrug uit de Antwerpese haven (een werk in progress, nvdr.) en een indrukwekkende container-installatie met het opschrift 'Unesco Werelderfgoed pending'. Wat meteen opvalt aan de site is de grootsheid ervan, niet enkel wat de oppervlakte betreft. Ook de kunstwerken ademen grandeur.

"Groots, dat klopt", zegt Tineke Schuurmans. "Geert Verbeke heeft iets met grootse dingen. Dat is nog een restant uit zijn verleden in de transportsector. Voor Geert en zijn echtgenote Carla de Verbeke Foundation boven de doopvont hielden, zat hier hun transportbedrijf gevestigd. Maar nog daarvoor runde hij een kippenbedrijf met 20.000 kippen. Hij ging van kippen naar logistieke overslag naar kunst. Toen hij vijftig werd, heeft hij zijn bedrijf verkocht, en konden hij en Carla zich toeleggen op een andere passie: kunst. Geert heeft altijd al een enorm grote bewondering gehad voor kunstenaars en hoe ze naar de wereld kijken. Toen hij zijn bedrijf verkocht en er 12 hectare grond open kwam te liggen, besloot

hij om die oppervlakte volledig aan de kunst te wijden. Hij was toen al in contact met een kunstenaar voor wie hij werk transporteerde, en die kennismaking heeft eigenlijk alles in beweging gezet. Geert en Carla verzamelden de jaren voor de verkoop al kunst. Vandaag is de Verbeke Foundation niet enkel een (openlucht) museum, maar ook een vrijplaats voor gevestigde en jonge kunstenaars, een plek voor evenementen en je kan er overnachten."

Het is een heel aparte plek. Uniek in zijn soort. Ik weet niet meteen welke andere plekken in Europa dezelfde sfeer ademen. Misschien komt de Deense vrijstad Kristiana wat in de buurt, of het Berlijnse kunsthuis Tacheles ...

"Misschien wel. Geert en Carla zijn voor ze dit museum begonnen op een paar plekken in Europa inspiratie gaan opdoen. Als overtuigd anarchist-dadaïst wilde hij een museum creëren dat anders was dan alle andere musea die hij kende. Het moest voor iedereen en heel laagdrempelig toegankelijk zijn. Op hun queeste hebben ze bijvoorbeeld Insel Hombroich aangedaan, in de buurt van Düsseldorf. En Museo Vostell in Malpartida, Spanje. Samen met de Nederlandse bio-artkunstenaar Martin uit den Boogaard – met wie



Bovenaan:
Will Beckers
(NL 1967),
Recover Out,
2011 ongoing
©Tineke Schuurmans

Rechts bovenaan:
Andreas Botha
(ZA 1952), You can
buy my heart and soul
(olifanten), 2006
©Tineke Schuurmans

Rechts onderaan:
Verbeke Foundation
15 jaar, wand met
collages uit eigen
collectie, 2022

Geert toen bevriend was geraakt – hebben ze onderzocht hoe ze deze plek het best konden transformeren tot museum. De oude stockruimte veranderde in de museumruimte, waar twee serres tegenaan gebouwd werden, de kippenstal kreeg de functie van een collageruimte en het voormalige maïsveld kreeg 750 bomen aangeplant. De rest van de 12 hectare grond werd teruggegeven aan de natuur. En, de grond die tijdens het graven van de vijver vrijkwam, belandde in de talud die de site afscheidt van de autoweg.”

De natuur krijgt hier een heel actieve rol en maakt vaak deel uit van de installaties zelf.

“Dat is zeker zo. Geerts grote liefde voor de natuur zit weerspiegeld in heel de filosofie van de Verbeke Foundation, en vaak in de kunstwerken of installaties. Kijk bijvoorbeeld naar ‘Koe’ het kunstwerk

van Martin uit den Boogaard, waarmee de kunstenaar het rottingsproces van de niet consumeerbare delen van een geslachte koe aan het publiek toont. Uit den Boogaard heeft de kop, de staart, de poten en ingewanden van een koe in afzonderlijke afgekittte glazen kubussen gestopt, luchtdicht, zodat het proces trager gaat. Veel mensen halen er hun neus voor op, maar het is wel een heel boeiend werk. Het toont aan dat de dood niet het eindpunt is, maar dat er ook na het leven krachten blijven doorwerken. In een ander werk heeft hij bijvoorbeeld elektroden bevestigd in een dood dier en op een menselijke vinger, die beschikbaar was gesteld door een bevriend kunstenaar. De energie die bij het rottingsproces vrijkwam, werd via die elektroden omgezet in beeld en geluid. Heel interessante werken, waarmee de kunstenaar de toeschouwer uitdaagt en hem soms

een ongemakkelijk gevoel geeft. Het is ook het soort kunst waar ik zelf de meeste voeling mee heb. Voor mij mag kunst wat uitdagend zijn, wat aanvoelen als het steentje in de schoen, wat krassen.”

**Een collage aan kinderen
In tegenstelling tot de
bezoekersetiquette in meer
traditionele musea kunnen mensen
in de Verbeke Foundation vrij
rondlopen. Er zijn geen suppoosten
die mensen met een arends blik in
de gaten houden. De kunst is vrij, de
bezoekers zijn dat ook.**

“Jazeker. Het is een van de uitgangspunten van de foundation: geen suppoosten. Mensen kunnen hier vrij bewegen, uren rondlopen of verdwalen tussen de kunstwerken. Ook voor kinderen is dit een grote ontdekkingsplek, waar ze vrij kunnen zijn. Je moet hen als het ware geen rondleiding geven, want ze ontdekken

**“Mensen kunnen hier vrij bewegen, uren rondlopen
of verdwalen tussen de kunstwerken.”**



zelf wat ze interessant vinden en waar ze voeling mee hebben. Die kinderlijke verbazing, overgave en aanvaarding van wat ze zien, is mooi. En vaak bekijken kinderen kunst met andere ogen dan volwassenen, met nog meer verwondering.”

Mocht ik een kind zijn, ik zou hier uren zoek kunnen maken. Er is overal wel iets te zien. Panamerenko's 'Journey to the stars' staat hier, je kunt plaatsnemen tussen twee bulten van een kameel of je kunt overnachten in CasAnus, het 'dikke darm-hotel' ...

“Dat klopt, maar waar de Verbeke Foundation toch bekend om staat, is de grote verzameling collagekunst. Er zijn maar heel weinig verzamelaars die zich daar zo op gefocust hebben. Ondertussen heeft de Verbeke Foundation een heel uitgebreide collectie van 7000 stukken, van heel uiteenlopende kunstenaars. Enkele van de namen die voor Geert Verbeke heel belangrijk zijn, is E.L.T. Mesens en Paul Joostens, twee kunstenaars uit de jaren 1920-30, de hoogtijdagen van de dadaïsme en surrealisme,



iets wat ook tot uiting komt in de collectie.”

Het snijvlak tussen kunst en wetenschap

Opmerkelijk is de aandacht die de Verbeke Foundation heeft voor kunst, natuur en wetenschap. De drie thema's zijn vervlochten met het museum.

“Ja, bio-art is een tak in de kunst die hier veel aandacht krijgt. Of de wisselwerking tussen wetenschap en kunst, zoals in de kogelvrije huid, een uitvinding van de Nederlandse artieste Jalila Essaïdi. Het is een werk

waar onder andere het Universitair Medisch Centrum van Leiden aan heeft meegewerkt en onderzoekers van de Utah State University. Schietproeven hebben aangetoond dat de kunst huid – met daarin onder andere spinnenzijde verwerkt – een kogel kan weerstaan, en vijf keer sterker is dan kevlar. Ook de medische wereld toont veel interesse, omdat de toepassing gebruikt zou kunnen worden bij brandwonden. Dergelijke kunstwerken tonen mooi aan dat kunst – en anders kijken naar de wereld – kan leiden tot heel symbiotische samenwerkingen.”

UIT EEN INTERVIEW MET DE MORGEN (13/06/2022)

"E.L.T. Mesens. Voor hem heb ik veel bewondering. Hij was eerst muzikant, maar daarna is hij kunst gaan verhandelen. Hij heeft bij een faillissement van een galerie in 1931 150 Magrittes gekocht, met geld van zijn vader en tante en daar is hij rijk mee geworden. Of belangrijker: het heeft hem in staat gesteld te doen wat hij wilde. Hij is mijn grote voorbeeld, in het paling zijn, in het alles-kunnen. Sommige mensen zeggen: ik ben boekhouder en ik doe alleen boekhouding. Ze kijken niet meer rond. Maar hij deed alles: hij heeft galeriën gehad in België en Londen, hij heeft zelf collages gemaakt, hij was dé verbindingsman tussen de Belgische en Franse surrealisten. In België kennen weinig mensen hem, maar voor mij is hij de belangrijkste figuur in onze kunstgeschiedenis."



E.L.T. Mesens (BE 1903-1971), *Magie*, 1962, collage, 21 x 28.5cm

De Verbeke Foundation bestaat ondertussen zestien jaar, maar is nog altijd niet zo heel erg bekend bij het grote publiek. Dat mag anders.

"Absoluut. Maar toch krijgen we jaarlijks 50.000 bezoekers over de vloer. Niet enkel museumbezoekers, maar ook bedrijven die hier een event organiseren. Het is altijd boeiend om mensen te zien reageren op wat ze hier te zien krijgen. Voor wie het gewend is om elke dag in een maatpak te gaan werken en dan ineens hier belandt, is het soms een confrontatie. Het is hier soms wel erg uit-de-comfortzone. Hoe dan ook, de bekendheid vergroot wel. Ik denk dat dat de expositie van de prachtige installaties van Theo Janssen ons wel een duwtje in de rug gegeven hebben. Janssen is de man achter de 'strandbeesten', zelfstandig lopende kinetische constructies vervaardigd van onder meer pvc-buizen. Hij bouwt die beesten echt zelf op het strand van Scheveningen, en laat ze één jaar leven. Daarna worden het voor hem fossielen, en bouwt

hij een nieuw beest. Ondertussen is de bekendheid van de Verbeke Foundation ook toegenomen door TV programma's als Kunst en Kitsch en Stukken van Mensen."

Nu, het is een haast onmogelijk te beantwoorden vraag, maar welk kunstwerk vind je zelf het meest bijzondere?

"Ik zal er een uitlichten wat Geert zelf graag onder de aandacht brengt: La Lumière Cisterciënne Baudelo Gent van de Nederlandse conceptuele en arte povera-kunstenaar Marinus Boezem, een werk ter ere van de 10^{de} de verjaardag van de Verbeke Foundation. Dertig jaar na het planten van zijn Groene Kathedraal in Flevoland plantte Marinus Boezem 100 populieren in de vorm van de Baudelo-kerk. Het is een indrukwekkend werk dat bestaat uit de stelling die gebruikt werd voor restauratie in de oorspronkelijke kerk in Gent. We hebben de stelling hier opnieuw opgebouwd, en tussen de buizen 100 populieren geplant

die samen het grondplan van de kerk vormen. Een mooi staaltje van hoe de natuur zijn gang gaat, en hoe je als mens wel iets kunt proberen te sturen, maar daar nooit echt in slaagt. De bomen groeien ondertussen hoe ze dat zelf willen. Ik ben zeer benieuwd naar hoe dit werk in de komende jaren zal evolueren." ■

**COLLAGES & ASSEMBLAGES**

- Verbeke Foundation
- Stekene
- 210 x 275 mm
- 1008 p
- Arena Natural Smooth 1.15 90 g/m²

KUNSTENFESTIVAL WATOU

An aerial photograph of a group of people sitting around a long, dark table in a grassy field. The people are arranged in two rows, with four people on the top side and four on the bottom side. The table is a dark, solid color. The background is a vast, green field with some brown patches, suggesting a rural or natural setting. The overall tone is calm and artistic.

Ontdekkingen op de grens van woord en beeld

Wat heeft het West-Vlaamse dorpje Watou te maken met Asterix en Obelix? Op het eerste gezicht niet veel. Zou je denken? En toch valt er een parallel te trekken tussen het Gallische dorpje dat moedig weerstand biedt tegen de Romeinse bezetter, en Watou zelf. Watou mag dan wel niet af te rekenen krijgen met cohorten strijders, maar toont aan dat een goed – en koppig – georganiseerd kunstenfestival ook een klein dorp jaarlijks kan laten vervellen tot het culturele epicentrum van de Westhoek. Wij spraken voor de gelegenheid met Annemie Morisse, coördinator van het kunstenfestival.



Maarten Inghels © Maarten Inghels - Robbe Maes

“Sinds 2020 zit de organisatie van het kunstenfestival bij de Stad Poperinge”, vertelt Annemie Morisse. “Toen de nieuwe ploeg er met veel enthousiasme aan wou beginnen, barste de coronapandemie in alle hevigheid los, en moesten we de 2020-editie beperken tot een fietsroute. In 2021 konden we het kunstenfestival wel weer laten plaatsvinden, en hebben we voor het eerst gekozen om curatoren aan te stellen: Chantal Pattyn, Benedicte Goesaert en Peter Verhelst. Los van die curatoren wilden we kunst ook op een andere manier presenteren, en wegstappen van hoe kunst gepresenteerd wordt in musea of kunstgalerijen.

Ook vanuit subsidie-oogpunt werden we daar op aangestuurd: Watou als kunstenfestival, dat bleef een mooi idee, maar het mocht wel een grotere meerwaarde krijgen. Maar hoe? We wisten wel dat we hier beschikten over een aantal heel mooie plekken waar we kunst konden presenteren,

de vraag was alleen: hoe pakken we dat aan? Ik ben toen met kunstenaar Koen Van Mechelen aan tafel gaan zitten. Toen ik hem de vraag stelde: hoe kunnen we Watou een nieuw elan geven, belandden we bij het concept van een soort kampement voor kunstenaars in het leven te roepen.”

Kamperende kunstenaars. Dat lijkt wel een groot Gesamtkunstwerk.

“Daar lijkt het wel op, ja (lacht). In juli en augustus nodigen we telkens vijftien kunstenaars uit die hier een tijdje kamperen, in een klein werptentje. Op die manier brengen we kunst echt dichtbij het dorpsleven, omdat de kunstenaars zelf quasi ingebed zitten in het dagelijkse leven. En zo leverde het kampement van 2021 het kunstenfestival van 2022, en dat van 2022 zorgde voor de kunstwerken en installaties van 2023. We kiezen dus expliciet voor in situ-werk, van kunstenaars die zich onderdompeld hebben in het dorp en werken maken die bij de sfeer van het dorp

passen. Je mag niet vergeten dat het organiseren van een kunstenfestival voor een klein dorp als Watou nogal een impact heeft. Door het jaar heen passeren hier wel heel wat fietsers, maar in juli en augustus is het hier soms echt koppen lopen, wat voor de mensen die hier wonen niet altijd vanzelfsprekend is. We willen hen niet het gevoel geven dat ze niets in de pap te brokken te hebben. Vandaar we de bewoners sinds 2021 nauwer betrekken bij het festival: er zijn samenwerkingen tussen bewoners en kunstenaars, en een aantal inwoners van Watou bieden kunstenaars logement aan. Op die manier verweven we het kunstenfestival nog meer met het dorp. En dat valt bij iedereen in goede aarde.

We hoorden na de editie van 2022 heel wat lof over het vernieuwde concept. De nieuwe creaties, de link met het dorp, de beeldende kunst en de poëzie bleken echte troeven te zijn. Een duidelijk signaal dat we op dat elan verder moesten gaan. Dit jaar

“Bezoekers die het kunstenfestival bezoeken, moeten zich eigenlijk durven laten verrassen.”



The Worth of Life
© Koen Vanmechelen,
photo by Goele Schoofs

hadden we bijvoorbeeld ook voor de eerste keer een logies-arrangement uitgewerkt. Bezoekers die een hotel boekten in (groot) Poperinge kregen een welkomstpakket, met een aantal streekproducten en een Watou-biertje. Dat werkt, want het biedt de horeca in de streek een meerwaarde. Je mag niet vergeten dat er jaarlijks meer dan 20.000 mensen naar Watou afzakken. Dat is toch een heuse financiële opsteker voor de streek.”

Poëzie en kunst: woorden versterken gedachten

“Van zodra de kunstwerken geselecteerd zijn, gaat Michaël Vandenberg, curator poëzie, op zoek naar dichters die nieuwe gedichten willen schrijven voor de kunstwerken,” zegt Annemie. “Hij gaat telkens weer volop voor een kruisbestuiving tussen plek en dichters, tussen beeldende

kunst en poëzie. De dichters creëren een nieuw gedicht of tekst, geïnspireerd op de kunstwerken en gesprekken met de kunstenaars. Dat zorgt voor een heel fijn samenspel tussen kunst en poëzie.

Een van de projecten waar ik zelf zeer enthousiast over was, kwam van Griet Dobbels, die een project had met een koe en een geit. Ze had in Watou een koe met een GoPro-camera uitgerust en ze laten rondwandelen in het landschap. Tegelijk deed ze hetzelfde met een geit in Palestina ... en ineens is dat nu een heel actuele video. Er werd een gedicht aan gekoppeld dat Griet Dobbels inleest, en in Palestina doet een Palestijnse dichteres hetzelfde. De Palestijnse dichteres zit nu helaas vast in Gaza. Wat dit project ook mooi aantoont, is dat we de wereld kunnen verbinden met kunst. Dat lokale ideeën heel ver

kunnen resoneren. Ik denk dat we daar te weinig bij stilstaan.”

Voor heel wat cultuurminnende mensen is de jaarlijkse uitstap naar Watou net geen pilgrimstocht.

“Ja, het kunstenfestival oefent echt een grote aantrekkingskracht uit op heel wat kunstminnende mensen. Veel bezoekers blijven hier een paar dagen hangen, niet enkel omdat het aanbod zo groot is, maar ook omdat ze de streek willen verkennen. En anderen willen te veel ineens zien, en worden nerveus omdat ze op een dag tijd niet alles kunnen zien (lacht). Het loont echt de moeite om hier een paar dagen te blijven en je als bezoeker op sleeptouw te laten nemen door het festival. Je kunt hier niet enkel terecht voor de kunstwerken, maar daarnaast is er ook een live-programmatie, met dichters

en muziek, en kan je her en der fijn gaan tafelen. En, de Westhoek heeft sowieso een boeiende geschiedenis.”

Dat heeft het zeker. De herinnering aan WOI blijft hier levend.

“Ja, daar kan je eigenlijk niet omheen. Ook meer dan 100 jaar na de oorlogsjaren blijft het een actueel topic. De begraafplaatsen zijn intussen uitgeroepen tot UNESCO-werelderfgoed, wat voor een extra aantrekking zorgt. Jaarlijks zakken bijvoorbeeld fietslustigen af naar Watou, voor de fietslus die hen naar het kasteel De Lovie brengt, terwijl ze onderweg op verschillende panelen oorlogsgedichten kunnen ontdekken, ingelezen door acteur Tijmen Govaerts. Het is een mooi parcours, met werk van onder andere Geert Buelens, David Van Reybrouck, Maud Vanhauwaert, Alicja Gescinska ... Het is niet de bedoeling om WOI elk jaar zo expliciet aandacht te geven, maar ik denk dat de mensen die Watou aandoen, sowieso al een brede interesse hebben, en de plekken waar ‘de groote oorlog’ doorheen waart, sowieso wel meepikken.”

Laat je verrassen

“Bezoekers die het kunstenfestival bezoeken, moeten zich eigenlijk durven laten verrassen. Ik vergelijk het graag met wat je bijvoorbeeld ziet in de Verbeke Foundation. Ook daar val je als bezoeker soms van de ene verbazing in de andere, en moet je je soms wat open minded opstellen. Dat is in Watou niet anders. De kunstenaars die hier werken, zijn niet allemaal bekend – of ze zijn het soms helemaal niet – en dat vraagt van de bezoeker soms wel een inspanning. Net zoals van de kunstenaar, hoor, want niet iedereen ziet het zitten om in een klein tentje te kamperen. Het vraagt toch een zekere geëngageerde mindset.”

Ook poëzie blijft een prominente plaats krijgen.

“Jazeker. Er was even sprake om dat luik te laten vallen, omdat we aanvoelden dat er nog weinig animo voor was, maar dat bleek dus helemaal niet het geval te zijn. Poëzie blijft voor de meeste bezoekers echt een meerwaarde hebben. Kunst gecombineerd met poëzie zorgt voor een bepaalde dynamiek, voor een zekere verdieping en een extra laag bij het kunstwerk. De dichters maken een nieuw werk, dat dankzij de kijk van de vormgever ook een extra dimensie krijgt. We zouden bijvoorbeeld ook gewoon de tekst kunnen afdrucken op een affiche, maar dat is te makkelijk. Liever kiezen we ervoor om het auditief voor te stellen of visueel, uitgeprint op een van de materialen die de kunstenaar zelf gebruikt. Dat de poëzie blijft, staat vast. Het is net dat wat ons ook onderscheidt van andere festivals.”

Wat waren voor jou de hoogtepunten van de recente edities?

“Het project met de koe en de geit van Griet Dobbels, daar heb ik toch een persoonlijke band mee. Daarnaast was ik ondersteboven van de durational performance van Mikes Poppe, die een beeld doorheen een veld trok, in een soort van eeuwigheidslus. Die performance was een eigen interpretatie van ‘en de boer, hij ploegde voort’. Bijzonder indrukwekkend, omdat Poppe het zware beeld urenlang meetrok, als een soort van kruisdracht. Bezoekers konden er niet enkel naar kijken, maar hoorden tegelijk zijn ademhaling door een paar luidsprekers, wat behoorlijk wat impact had. Veel bezoekers werden echt geraakt door wat Poppe deed. Zijn performance liet niemand onbetuigd. Sommige mensen bleven er een uur zitten.



Erg bijzonder. En verder? Ik vond ‘Grenswater’ ook sterk, een installatie aan de Heidebeek. De ene helft van de stroom is Belgisch, de andere is Frans. Het is een werk van Bart Eysink Smeets, een Nederlands kunstenaar met een grote fascinatie voor grenzen. Voor deze installatie plaatste hij een beregeningsinstallatie aan beide kanten van de beek, en liet hij zogezegd een Belgische boer water richting Frankrijk spuiten en vice versa. Een mooi beeld, dat was het. Met een regenboog erbij.” ■



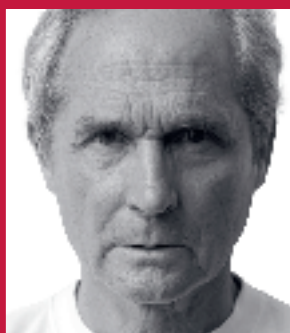
WATOU BEZOEKERSGIDS

- Cedric Verhelst
- 200 x 260 mm
- 176 p
- Perigord Mat 150 g/m²



“IK ACCEPTEER GEWELD ENKEL ALS HET ARTISTIEK IS”

Op vrijdag 24 februari 2023, de eerste verjaardag van het uitbreken van de oorlog in Oekraïne, stond de Franse conceptuele kunstenaar Jean Pierre Raynaud in voor de hedendaagse herinterpretatie van een legendarisch schilderij van Pablo Picasso aan de Sorbonne: *Guernica* (1937). Met dit werk, dat hij creëerde en exposeerde in navolging van een levensgrote reproductie van het schilderij van de grote Spaanse meester, reageert hij op de gruwel en absurditeit van de oorlog in Oekraïne. Hij stelt net zoals Picasso in zijn werk de wreedheden van de Spaanse Burgeroorlog en meer specifiek het bombardement op *Guernica* aan de kaak. In antwoord op onze vragen vertelt de kunstenaar ons over het werk dat hij zal schenken aan het Oekraïense volk op verzoek van Editions Jannink. Jannink zal ook zijn licht laten schijnen op dit nog niet eerder gepubliceerde werk in het boek *Guernica / Ukraine*, met een symbolische oplage van 2022 genummerde exemplaren, gedrukt door Graphius.



“Het grootste risico is dat je jezelf belachelijk maakt, want Picasso is gewoon een genie. Dat weten we allemaal. Maar ik ben niet bang voor Picasso of voor wie dan ook.”

Wie is Jean Pierre Raynaud?

“Ik ben wat men noemt ‘een kunstenaar’. Ik ben dus iemand die kunst maakt en die geïnteresseerd is in kunst. Kunst is al 63 jaar mijn passie en geeft zin aan mijn leven. Ik ben nu 85 jaar oud, maar ik speel nog altijd mee in de categorie ‘veteranen’. Voor mij is kunst een manier om uit te drukken wie ik ben, ik wil zo dicht mogelijk bij mezelf blijven. Ik ben niet iemand die boodschappen brengt of meningen verkondigt. Wat ik wil laten zien, is wie ik ben als mens, als persoon en in relatie tot een wereld. Hoewel ik me vrijwillig enigszins afsluit van de buitenwereld, ben ik geen eenzaat in de ware zin van het woord en ben ik nog veel minder een kluizenaar. Ik voel me soms iemand die aan de rand van de maatschappij leeft en anders is. Dat bevalt me prima, want wat me interesseert in mensen is dat we allemaal verschillend zijn en dat we stuk voor stuk verschillende reacties hebben, goed of minder goed”, opent Jean Pierre Raynaud ons interview.

Wat zijn uw favoriete thema’s?

“Instinctief ben ik een vrij eenvoudig persoon. En ik wil eenvoudig zijn en blijven, met zuinige middelen. Ik wil niet praten als ik niets te zeggen heb en probeer de wereld te vereenvoudigen. Voor mij is de wereld een beetje als een wegwijzer. Daarom was ik

vanaf het begin erg geïnteresseerd in de eenrichtingswegwijzers in mijn werk en dit omdat deze wegwijzers herkenbaar zijn voor iedereen, zowel voor kinderen als volwassenen. Je hoeft geen bepaalde taal te spreken om te begrijpen wat ze betekenen.”

Waarom ging u in op de uitnodiging van Boudewijn Jannink om een hedendaagse herinterpretatie van Picasso’s *Guernica* te maken?

“Ik wilde simpelweg reageren op het geweld in de wereld. Het was mijn manier om te zeggen: ja, ik ben ook geëngageerd. Maar ik ben niet toegewijd aan Oekraïne of aan wat er gebeurt in Birma, Ethiopië of waar dan ook ter wereld. Ik ben als artiest toegewijd aan het leven en dat is wat ik wil benadrukken. Ik heb mijn kant gekozen, want het lijkt me instinctief om aan de kant van de meest kwetsbaren te gaan staan. Ik accepteer geweld, maar dan enkel als het artistiek is, ik wil geen radicaal geweld.”

Wat is de relatie tussen uw werk en Picasso’s *Guernica*?

“Dat is het probleem met kunstwerken, ik weet niet of we over een relatie kunnen praten. Het is gewoon mijn revolte, mijn manier van reageren. Picasso reageerde in zijn tijd en dat doe ik ook. Dit gebeurt door middel van wat ik weet en hoe ik het moet

doen, namelijk door het gebruik van universele tekens, zoals het verkeersverbod. Dit is waar ik mee begon in mijn eerste werken in 1962.”

Wat zijn de risico's als je een dialoog probeert te creëren tussen eigen werk en een meesterwerk van het kaliber van Picasso?

“Het grootste risico is dat je jezelf belachelijk maakt, want Picasso is gewoon een genie. Dat weten we allemaal. Maar ik ben niet bang voor Picasso of voor wie dan ook. Misschien is dat gewoon onbewustheid, je kunt wat ik doe leuk vinden of niet. Je kunt het haten, het negeren... Ik druk mezelf gewoon uit en zeg wie ik ben. Ik dacht dat deze bewegwijzering de juiste manier leek om het geweld van de wereld tegemoet te treden, net zoals Picasso dit deed met zijn figuren, met zijn verbrijzelde en verscheurde lichamen. Maar ik dacht dat het iets meer mentaal was. De wonden zitten niet alleen in het vlees, maar ook in het hoofd.”

Uw werk werd onthuld aan de Sorbonne. Wat was de reden voor deze keuze? Had het een speciale 'smaak'?

“De heer Jannink stelde een aantal locaties voor waar het werk eerst tentoongesteld zou kunnen worden. Ik was meteen overtuigd door de Sorbonne, omdat het een plek van cultuur is, een plek van kennis, maar ook een plek voor jonge mensen. In tegenstelling tot een museum, dat elitair lijkt en waar mensen soms niet naartoe durven, is de Sorbonne een plek van kennis die de wereld opent.”

De Oekraïense president riep kunstenaars op om te reageren op de invasie in Oekraïne. Hoe kunnen kunst en cultuur in het algemeen worden gebruikt als wapens tegen oorlog?

“Het zijn niet de kunstenaars die oorlogen zullen voorkomen, anders zouden we het wel weten! Ik spreek als mens, als homo sapiens. Dat is wat mij interesseert en wat ik van



17 h 30, jour de marché à Guernica, petite ville du Pays basque espagnol. Bombardements de la ville par 44 avions de la Légion Condor allemande nazie et 13 avions de l'Aviazione Legionaria italienne fasciste — attaques meurtrières à la mitrailleuse, aux bombes explosives et aux bombes incendiaires — une stratégie de la terreur.

26 avril 1937



Détail de Guernica peinte par Pablo Picasso en mai-juin 1937





iedereen verwacht. Ik zou willen dat ieder van ons, of we nu kunstenaar, loodgieter of dokter zijn, in staat is om rekenschap af te leggen over hoe we in deze wereld staan, in een wereld die gewelddadig is en dat altijd is geweest. Dat is mijn antwoord als kunstenaar. Ik heb het geluk dat ik mezelf kan uitdrukken en kan laten zien dat het ondraaglijk is, ondraaglijk voor ons allemaal. We doen geen beroep op de kunstenaar, maar op de mens. Je kunt niet op kunstenaars vertrouwen om de wereldproblemen op te lossen. Natuurlijk niet. Wat hij uitdrukt, is gewoon een mens die zich uitspreekt en dat moeten we ook zo zien."

Hoe moeten we het boek zien dat naast uw werk werd gepubliceerd en wat vindt u er goed aan?

"Het is een getuigenis dat eenvoudig zegt wat het betekent. Ik reageer op het geweld in de wereld als mens en ook als kunstenaar, omdat dat het enige is wat ik kan doen. Wat ik leuk vind aan dit boek is dat ik het heel persoonlijk vind. Samen met Boudewijn Jannink, die ook een gepassioneerde man is, bundelde ik onze gedachten om dit boek te maken. Persoonlijk vind ik het een boek dat geëngageerd is, in de goede zin van het woord. Het laat op een bepaalde manier zien waar het bij ons om gaat", besluit Jean Pierre Raynaud.

Met dank aan onze mecenasen

Het boek is verdeeld in twee delen: het ene is gewijd aan Picasso's *Guernica* en het andere aan het werk van Jean Pierre Raynaud. Het wordt ingeleid door de toespraak van president Zelensky tijdens de Biënnale van Venetië in april 2022 en eindigt met beelden van de inauguratieceremonie aan de Sorbonne. Het project, van de creatie van het werk tot de marketing ervan, inclusief de tentoonstelling aan de Sorbonne en de overhandiging van het allereerste exemplaar van het boek aan de Oekraïense ambassadeur van president Zelensky, werd geïnitieerd door Boudouin Jannink van éditions éponymes. "Het hele project werd mogelijk gemaakt dankzij de steun van Picasso Administration, die de rechten op de werken van de Spaanse schilder beheert, en een aantal mecenasen, waarvan sommigen, zoals de kunstenaar en de papierfabrikant, een volledige bijdrage leverden, terwijl anderen, zoals Graphius, een gedeeltelijke bijdrage leverden aan het drukken," legt Boudewijn Jannink uit.

Een oorlogsinstrument

"Naast de ongeveer vijftig exemplaren die aan Oekraïense openbare en universiteitsbibliotheken zullen worden geschonken, zal alle opbrengst van de verkoop aan Oekraïne worden gedoneerd. Dit

boek, dat bedoeld is voor alle kunstliefhebbers, moet gezien worden als een oorlogsinstrument. Het is een historisch en artistiek boek, maar wil vooral activistisch zijn en mensen beïnvloeden, wat het onderscheidt van andere kunstwerken. Afgezien van de balans tussen Picasso en Raynaud, was de belangrijkste complexiteit hier de kartonnen omslag, die doet denken aan verpakkingen van oorlogsmateriaal - een risico in termen van esthetiek en transport."

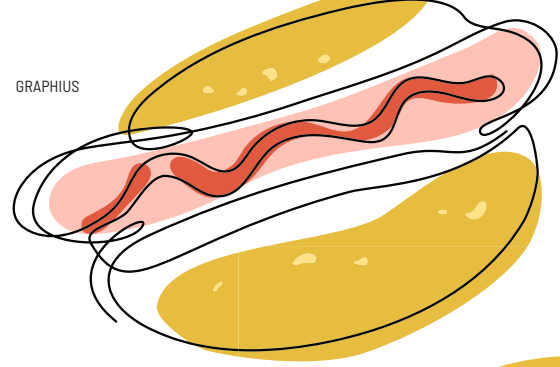
Een nomadisch werk

Geen paniek als je de presentatie van het werk aan de Sorbonne hebt gemist... "Net zoals *Guernica* helemaal naar het MoMA in New York reisde om het einde van de Tweede Wereldoorlog af te wachten, zullen de twee doeken eind november te zien zijn op ST-ART, de beurs voor hedendaagse kunst in Straatsburg, en daarna in Barcelona. Er zijn ook onderhandelingen gaande met andere steden en landen. In de tussentijd nodig ik kunstliefhebbers natuurlijk uit om het boek te ontdekken," besluit Boudewijn Jannink. ■



GUERNICA / UKRAINE

- Editions Jannink
- Paris
- 295 x 295 mm
- 76 p
- Arena Smooth White 250 g/m²



Burger King kiest voor duurzaam



Burger King zet grote stappen in de richting van duurzaamheid door plastic speeltjes te vervangen door boeken in hun kindermenu's. Deze beweging weerspiegelt een groeiende trend onder fastfoodketens in heel Europa, waarbij boeken steeds vaker worden gezien als een milieuvriendelijk alternatief voor de plastic speeltjes die vaak in kindermenu's te vinden zijn.

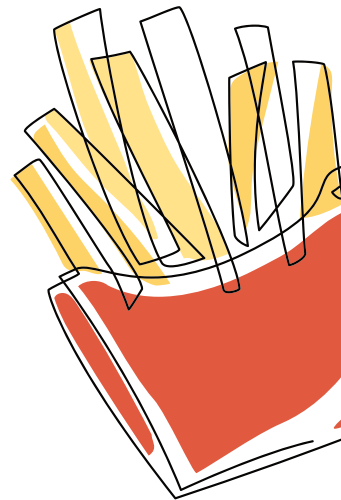
Een opmerkelijke gebeurtenis die deze verschuiving in gang zette, was de petitie gelanceerd door twee meisjes in het Verenigd Koninkrijk en Ierland in 2019. Deze petitie, ondertekend door maar liefst 500.000 mensen, riep onder andere Burger King op om te stoppen met het verstrekken van dit soort speeltjes in hun kindermenu's.

In reactie op deze oproep heeft Burger King besloten om volledig afscheid te nemen van de speeltjes, met name in hun King Jr. Maaltijden. Deze strategie heeft niet alleen bijgedragen aan het verminderen van plastic afval, maar heeft ook geleid tot een aanzienlijke besparing van 320 ton plastic per jaar in het Verenigd Koninkrijk en Ierland alleen.

Niet tevreden met slechts één initiatief, breidde Burger King zijn duurzaamheidsinspanningen uit naar andere Europese landen. In juni 2021 werd een campagne gelanceerd in Zweden en Denemarken, waarbij

plastic speeltjes werden vervangen door kinderboeken uit de "Peppy Pals"-serie. De volgende fase van de campagne, gepland later in het jaar, omvat kleur- en knutselboeken, evenals boeken gericht op kinderen tot 12 jaar. Om deze ambitieuze campagne uit te voeren, heeft Burger King Toy Promotion, een gespecialiseerd bedrijf in promotionele producten voor

kinderen, ingeschakeld. Onder de naam PromoBooks heeft dit bedrijf twee projecten ontwikkeld: een hardcover boek voor kinderverhalen en een softcover boek voor kleur- en knutselboeken. Met deze innovatieve aanpak bevestigt Burger King niet alleen zijn toewijding aan duurzaamheid, maar draagt het ook bij aan het bevorderen van leesplezier en creativiteit onder jonge klanten. ■



CO₂

REDUCTIE IN VIJF STAPPEN

Bij Graphius Group staat duurzaamheid al geruime tijd hoog op de agenda. Ons streven om een positieve impact op het leefmilieu en op mensen te vergroten en tegelijkertijd onze negatieve invloed te verminderen, wordt jaarlijks gecommuniceerd via ons duurzaamheidsverslag. Om deze inspanningen te professionaliseren, richten we ons nu op het actief meten van de CO₂-uitstoot van de gehele Graphius Group en het ontwikkelen van een plan om deze emissies in de loop der jaren te verminderen. Dirk Van Eynde, onze duurzaamheidscoördinator, licht dit verder toe.

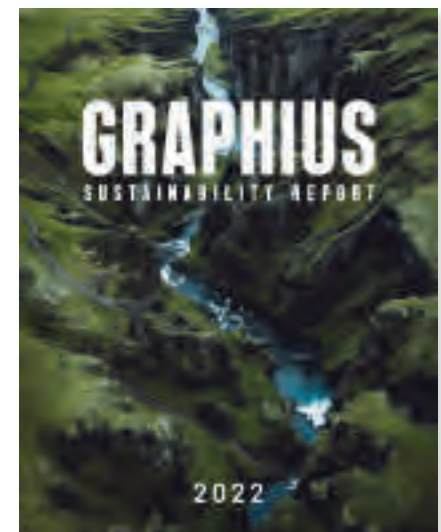
“In 2020 bedroeg onze CO₂-uitstoot 918,84 ton, maar met de groei van ons bedrijf is dit cijfer in 2022 gestegen naar 3113,44 ton. Om een realistische vergelijking te maken, introduceren we een nieuwe meeteenheid: CO₂-uitstoot per 1000 vellen papier en karton. Ons streefdoel is om, ongeacht verdere groei, de CO₂-uitstoot relatief te verminderen.”

In samenwerking met een externe partner werkt Graphius Group momenteel aan een vijfstappenplan. Dirk legt uit: “We beginnen met een grondige meting van onze ecologische voetafdruk. Het begrijpen van onze CO₂-uitstoot, de impact op ons product en mogelijke risico's voor het klimaat is essentieel voordat we verder kunnen. Vervolgens ontwikkelen we in stap twee een

duidelijke strategie met meetbare doelen en een roadmap. Bij stap drie gaan we actief aan de slag om onze ecologische voetafdruk te verminderen, door efficiëntie te verhogen, meer in te zetten op hernieuwbare energie en onze toeleveringsketen koolstofarm te maken. Deze inspanningen combineren we in stap vier met CO₂-compensatieprogramma's, waarmee we actief emissies tegenwerken die onvermijdelijk gepaard gaan met onze productie.”

De vijfde en laatste stap behelst het blijvend betrekken van onze stakeholders in dit duurzaamheidsverhaal. We blijven transparant communiceren over onze inspanningen en resultaten in ons duurzaamheidsverslag. We erkennen

dat het verminderen van onze ecologische voetafdruk een gezamenlijke inspanning is en benadrukken het belang van voortdurende communicatie en samenwerking met partners, klanten en andere belanghebbenden. *Stay tuned!* ■



YOUCA Action Day

19 oktober 2023 was YOUCA Action Day en zoals elk jaar waren we ook bij Graphius van de partij. Meer dan 15.000 jongeren in Vlaanderen en Brussel zetten zich die hele dag in voor verschillende goede doelen. Dit doen ze door bij een deelnemend bedrijf aan de slag te gaan en met hun opbrengst steunen ze jongerenprojecten van Plan International in Senegal en andere wereldwijde initiatieven. Zo kwam Cyriel een dagje bij ons terecht. Samen maken we een positieve impact.



ESG workshop was een succes

Eind september organiseerde Graphius een inspirerende ESG-workshop en dit bleek een groot succes!

Bij Graphius geloven we in het delen van kennis en ervaringen om anderen te inspireren en te informeren. Ons initiatief om een ESG-workshop te organiseren werd dan ook warm onthaald door alle deelnemers.

Tijdens de workshop verdiepten we ons in essentiële ESG-concepten en het bleef niet bij informeren en inspireren – we ondernamen actie! Er werden ideeën en ervaringen uitgewisseld tussen de deelnemers, waardoor iedereen voldoende voer had om positieve veranderingen door te voeren.

Na de workshop konden de deelnemers genieten van een verhelderende rondleiding op onze site in Gent. Hartelijk dank aan alle enthousiaste deelnemers!



Nieuw ventilatiesysteem

Onlangs installeerden we een nieuw ventilatiesysteem op onze Sitma-machine. Dit systeem werd ontworpen om eventueel hinderlijke geuren uit het seal- en drukproces te verwijderen. Deze doordachte upgrade is een tastbare stap in ons voortdurende streven naar verbetering van de werkomgeving. Door de implementatie van dit systeem zorgen we niet alleen voor een verhoogd comfort, maar benadrukken we ook het welzijn van onze toegewijde medewerkers, een van onze grootse prioriteiten.



Er is bezoek!

Recent bezochten 70 enthousiaste 9-jarige leerlingen van het 4^{de} leerjaar van de Sint-Jozefschool onze drukkerij in Gent. De sfeer zat er meteen in, en de kinderen raakten al snel geboeid door het fascinerende proces van drukwerkproductie. Wie weet hebben we deze gezellige bende geïnspireerd om later in de grafische sector aan de slag te gaan. Hartelijk dank voor jullie bezoek! Het was opnieuw een plezier om al dat enthousiasme te zien.





THE COLORS OF SUCCESS

De nieuwe 2020 generatie Speedmaster XL 106 is de meest intelligente Speedmaster tot dusver. Ontdek de innovatieve oplossing voor commercieel drukwerk en etiketten- en verpakkingsdruk. Ervaar ongeëvenaarde prestaties dankzij intelligente assistenten, naadloze automatisatie en een vereenvoudigd productieproces.

Beoordeel zelf maar.
[heidelberg.com/XL106](https://www.heidelberg.com/XL106)

B

Drukwerk met monumentale kwaliteit.



Bestel je drukwerk online
www.belprinto.be

