

Rencontre avec Max (MS Graphisme)





Qui dit nouveau numéro du *Téheness Mag'* dit nouvelle présentation d'un acteur de la scène locale. Après les fringues avec MTBK, les soirées électro avec Accept the Mystery, mise en lumière sur un graphiste de talent qui officie sous le blase de MS Graphisme.

Ciao Max ! On va commencer comme d'hab par une rapide présentation...

Salut à la TNS *family* ! Maxime Schepard, vingt-cinq ans, j'ai un Master en Graphisme. J'ai fini mes études fin 2018, et ais débuté ma carrière de graphiste en tant qu'auto-entrepreneur. Je suis actuellement graphiste *freelance* à Montréal, Canada. Le cœur de mon travail est expérimental, poussé essentiellement par la curiosité et l'envie d'aller plus loin. Il se nourrit d'allers-retours du *design* graphique, en passant par le *street art* et l'esthétique vandale, jusqu'aux dissidences iconographiques des milieux contestataires. De la même manière, j'aime mêler, hybrider et faire cohabiter l'usage de techniques dites traditionnelles, plus manuelles, à une pratique du *design* plus moderne, digital. 1312.

Comment as-tu découvert le graphisme ?

Après une année de prépa dans une école d'art à Belfort il y a sept ans, j'ai intégré l'Institut Supérieur des Beaux-Arts de Besançon. C'est lors de cette première année que j'ai découvert l'univers du graphisme, qui m'a tout de suite intéressé.

Est-ce qu'il y a des artistes ou des références qui t'ont donné envie de te lancer là-dedans ?

**ACCEPT
THE
MYSTERY**

20h - 01h

GRATUIT

17, rue Georges Cuvier
25200 Montbéliard

LE LOCAL BAR

**SOUND
SYSTEM**

**Fête de la
musique**

21.06.19

Étant donné que je suis issue du graffiti, ce que j'ai kiffé c'est le travail de l'image et de la typographie. Et le mélange entre le graphisme pur et dur et le *street art*. J'ai tendance à m'inspirer de ces deux milieux lors de mes créations graphiques.

Tu collabores avec une marque de sape bien connue des montbéliardais, MTBK (voir #0 du *Téheness Mag*), peux-tu nous en dire un peu plus ?

Depuis maintenant plus de deux ans, je collabore avec la marque MTBK par le biais de mes connaissances en graphisme. Au début, j'ai connu la marque suite à un concours sur IG. Léo, créateur de la marque, qui est devenu un réel ami maintenant, m'avait contacté pour me demander si ça me chauffait de proposer un visu pour une série limitée de t-shirt. De fils en aiguilles, je suis devenu un membre actif du MTBKREW : réunions marketing, réseaux sociaux, créations d'affiches et de matos graphiques visant à entretenir l'identité visuelle de la marque.

Est-ce que le fait de représenter Montbey à travers cette collaboration est important à tes yeux ?

À 1000%. L'histoire de la marque visant à promouvoir MTB m'a tout de suite interpellé. Et ça rejoint aussi l'image identitaire du groupe de la TNS. Ne renie pas d'où tu viens, supporte, encore, fait en une force ! *Support your local brand*.

On va parler maintenant un peu plus en détails de ton travail perso avec notamment Propaganda Project, un délire vraiment cool autour du sticker. Peux-tu nous en dire davantage ?

C'est un projet que j'ai lancé pendant ma première année de Master. En fait, c'est quand j'ai commencé à réfléchir à la place de l'image dans nos vies, comment ça nous manipule, nous influence. Cette culture du « moi » avec l'arrivée des réseaux sociaux et tout le reste. Et puis ça faisait deux/trois ans que j'avais ce petit personnage sur mes feuilles de cours qui me suivait donc j'ai décidé d'en faire quelque chose. L'idée du sticker à coller dans la rue est venue naturellement. Ça fait partie de l'esprit d'échange de la *street* que je kiffe. Et du coup à partir de ça et des photos que je prenais des stickers dans la rue, j'ai créé une *map* virtuelle qui représente chaque sticker collé dans le monde. C'est une sorte de bibliothèque parce que même s'ils ont été recouverts ou enlevés, ils auront fait partie du paysage urbain. Ce projet m'a aussi permis d'utiliser Instagram de manière concrète en échangeant avec des artistes, en envoyant des stickers aux quatre coins du monde. C'est une communauté avec beaucoup de valeurs qui me fait kiffer ! Ce qui à la base devait être un projet pour mon mémoire de fin d'étude est un délire qui continue et prend de l'ampleur.

Là, on parle de stickers, donc un univers propre à la rue de même que le graffiti évoqué précédemment. Mais j'ai vu que tu en avais produit des toiles, ce qui me fait penser au fait que le *street art* est de plus en plus présent dans les galeries. Quel est ton point de vue sur toutes les polémiques qu'il y a pu avoir à ce sujet ?

Je pars du principe que le *street art* doit rester dans la rue. Après, ça a tellement évolué qu'on est obligé de réfléchir autrement. Quand tu vois toutes les lois mises en place pour empêcher l'expression de cet art dans la rue alors que c'est repris dans la pub et pour les marques de luxe, ça fait vriller ! L'idée de faire des cadres, des expos, c'est aussi pouvoir montrer et valoriser ce taf auprès de certaines personnes plutôt hostiles à la base.

Tu collabores avec pas mal d'assoc' locales, quelques mots à ce sujet ?

En fait, collaborer avec d'autres assoc' ça me permet de produire quelque chose de plus personnel, de voir autre chose et donc de rester créatif ce qui n'est pas forcément le cas avec les commandes de mes clients au quotidien. C'est cette diversité qui me permet de continuer à apprendre tout en collaborant avec des assoc' de la région. *Support your local association* !

Tu as quitté notre belle région pour le Québec depuis quelques mois, l'adaptation se passe bien ?

Beaucoup de différences avec l'Europe ! *Welcome in US* ! Gros 4x4, bouteilles de soda de deux litres, topographie de la ville à l'américaine. Pas mal de petites choses, mais on s'y fait assez vite. La ville de Montréal, c'est le feu, ça bouge tout le temps ! Au final, j'ai beaucoup de choses à découvrir et je ne regrette pas d'être venu ici. Bon, y'a quand même des choses qui me manquent énormément ici... Les produits locaux de Franche-Comté, la famille, les potes, et ce putain de groupe de la TNS... Hé oui, c'est pas l'Impact de Montréal et Titi qui vont me donner des frissons... Même si l'Impact a des groupes « Ultras », si si, mais on doit pas avoir la même définition... (Cf. : Kop Mtl 2002, Bolos Crew).

On va enchaîner sur ce qui nous rassemble avant tout: le foot. Peux-tu nous raconter comment tu es tombé amoureux du FC Sochaux-Montbéliard ?

Je pense que ça débute un peu comme tout le monde. Mon père m'emmenait au stade quand j'étais gamin. Une frite, un kebab à la mi-temps, des photos avec les joueurs à la fin du match. Je me rappellerais toute ma vie de mon « premier dép ». C'était la finale de la Coupe de



la Ligue 2002-2003 contre Monaco, j'avais huit ans. Mon père me fait la surprise, on prend le train, je me fais repeindre la gueule en jaune et bleu, j'étais comme un dingue. Je rentre avec un seum du futur, on s'est pris une branlée, mais ces bonhommes qui chantent tout le match pour Sochaux, ça commence à m'intriguer.

On te croise depuis un moment dans les tribunes populaires et actives de Bonal. Qu'est-ce que tu kiffes dans le mouvement Ultra' ?

Ça rejoint ce que je disais plus haut : les valeurs locales, supporter les couleurs et l'équipe de ton enfance. La notion d'appartenance à un groupe, sans racisme et sans politique visible. Les déplacements, l'adrénaline des déps et tout ce qui va avec. La conférence de Cass résume parfaitement ce sentiment.

Est-ce que la culture Ultra' t'a déjà influencé dans ton taf de graphiste ? C'est un univers qui te parle ?

J'ai toujours été animé par le milieu contestataire, vandale, rebelle. Sortir d'une case sociale que l'on essaye de nous donner sans nous laisser le choix. Cela paraît paradoxal d'être graphiste et de créer des images de marques et en parallèle d'être un peu contre tout ce système. Mes expériences dans la culture Ultra' peuvent m'influencer dans mon travail. J'analyse, j'adapte et je confectionne de l'image en m'inspirant de ce qui m'entoure et m'anime.

Du coup on va parler du taf que tu effectues pour la TNS. Raconte-nous un peu comment ça s'est fait, depuis quand et les différents matos sur lesquels tu as bossé jusqu'à présent.

Un soir de match juste avant que je quitte la France en 2019. Thib' m'a demandé si ça pouvait m'intéresser de produire quelques visus pour le groupe et, petit à petit, je me suis impliqué là-dedans et on a taffé sur des gros projets depuis. L'écharpe, le coupe-vent, les affiches pour les conférences du Téheness Culture, entre autres. D'autres pépites sont en cours de préparation !

Bon sinon ça dit quoi le foot au Québec ? Tu as eu l'occasion d'assister à des matches ?

C'est pas du foot ici ma gueule, c'est du *soccer* ! Le niveau est bien différent qu'en Europe, ici la culture sportive est axée sur le basket et le hockey. Je n'y suis toujours pas allé. Les places les moins chères sont entre 30 et 40\$, ça m'a freiné un peu... Les abos varient entre 375 et 3000\$. Mais c'est dans ma *to do list*, j'attends de voir comment ça se comporte et pourquoi pas aller faire un tour dans les Ultras d'ici, même si la mentalité est différente, ça a l'air chaud niveau pyro !

On arrive à la fin de cette interview, merci à toi de t'être prêté au jeu des questions/réponses. Je te laisse la parole pour conclure !

C'est en étant loin des siens que l'on se rend compte à quel point on a de la chance. Le groupe de la TNS continue de vivre grâce à nous tous, du simple jeune qui aide à scotcher le tifo aux membres les plus actifs. Ils nous enlèvent le niveau sportif, mais Sochaux c'est nous ! CoronACAB !





MTBK

Frères

présente en affiche
ses nouveaux modèles



13



12



La marque Peugeot prend ses origines en France, en pleine époque Napoléonienne, à Montbéliard. L'image du lion fait sa première apparition en 1847 sur une lame de scie. Inspiré de l'héraldique de Montbéliard, il prendra différents aspects mais restera l'icône de la marque jusqu'à aujourd'hui. Présent sur l'écusson du Football Club Sochaux-Montbéliard depuis sa création en 1928, le lion illustre parfaitement le mode de vie du football populaire enraciné dans l'âme de tous les travailleurs des usines Peugeot. C'est naturellement que le graphiste Maxime Schepard, membre actif du MTBKrew, se réapproprie l'univers visuel de la marque Peugeot et les codes graphiques du football populaire pour créer une série d'écussons qui rendent directement hommage à l'un des piliers industriel qui a bercé l'enfance des membres de MTBK. Une adaptation des logos Peugeot qui viendra orner les vêtements de la marque.

Une gamme de vêtements « bien au point », exécutés sur des formules techniques qui ont fait leurs preuves. Ces modèles représentent aujourd'hui la consécration d'une fabrication en série limitée de qualité, sans cesse améliorée depuis plusieurs années.

Modèles: toute une gamme

- Éditions limitées
- Uni-Sex, Basic Fit, 100% coton, imprimé main
- Laver à l'envers à 40°C, ne pas repasser
- Collaborations avec les membres du MTBKREW

MTBK

Cité des princes - Montbéliard - Doubs