

## Les affiches ne meurent jamais Un projet d'édition grand format

Number 87, 2004

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/45881ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions Intervention

ISSN

0825-8708 (print)

1923-2764 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

(2004). Review of [Les affiches ne meurent jamais : un projet d'édition grand format]. *Inter*, (87), 74–75.

# Les affiches ne meurent jamais

par Sonia PELLETIER

## UN PROJET D'ÉDITION GRAND FORMAT

### Genèse du projet

Lors d'heureuses rencontres fortuites entre les artistes Delphine et Michel HERRERIA durant une résidence au centre d'art et de diffusion Clark à Montréal (2000), des échanges avec certains membres de la galerie se sont amorcés sur une longue période et ont précédé la réalisation de ce projet d'affiches avec des artistes de France et du Québec. Des liens se sont consolidés dans un premier temps lors de la manifestation *France au Québec, la saison* avec la venue de Didier VERGNAUD, éditeur de la maison Le bleu du ciel déjà impliqué à Bordeaux notamment avec la revue murale de poésie dont le médium principal est l'affiche. En plus de son activité régulière d'édition de livres, il commémorait en 2000 dix ans de création d'affiches réalisées par des alliances littéraires et plastiques.

À Montréal, la rencontre de différents acteurs culturels québécois, dont Jacques PERRIN, alors attaché culturel du consulat général de France, et Sonia PELLETIER, critique d'art et commissaire d'exposition montréalaise, cimente l'idée d'un échange artistique entre les deux pays, prenant rapidement la forme d'une aventure éditoriale.

Le commissariat artistique est alors attribué en France à Michel HERRERIA et au Québec à Sonia PELLETIER afin de rassembler des artistes intéressés par ce support d'affiches sérigraphiées de grand format (120 cm sur 176 cm). En défiant leurs pratiques habituelles, l'invitation consistait à investir un espace bidimensionnel, traditionnellement dévolu à la communication publicitaire et commerciale. À caractère éducatif, un autre critère était inhérent au projet : il reposait sur l'engagement personnel de l'artiste et consistait en son investissement dans des rencontres publiques et différents ateliers de production programmés avec les institutions scolaires partenaires du projet en France.

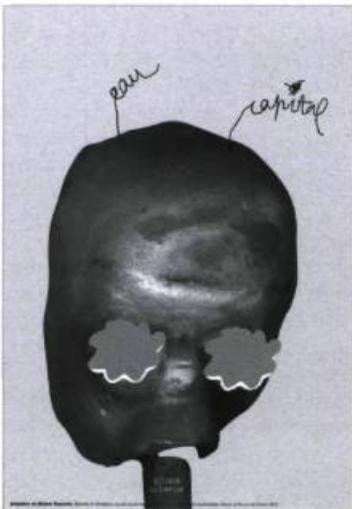
À l'invitation des commissaires en collaboration avec l'éditeur, en mars 2003 est publiée cette série de quatorze affiches sérigraphiées, réalisées par neuf artistes québécois, Patrick ALTMAN, Nicolas BAIER et Emmanuel GALLAND, Mathieu BEAUSÉJOUR, Marc LEDUC et Benoît BOURDEAU, Emmanuelle LÉONARD, Richard MARTEL, Carlos SAINTE-MARIE, ainsi que huit artistes français, soit Didier COURBOT, Delphine et Michel HERRERIA, Valérie JOUVE, Stefan NIKOLAEV, Babeth RAMBAULT, Franck TALLON, Tatiana TROUVÉ.

### Le projet : l'affiche comme lieu d'échange

Hormis des contributions à des fins de catalogues d'exposition dans le milieu des arts visuels, rares sont les occasions pour un artiste de participer à un projet initié par un éditeur. La différence du rôle de ce dernier engendre aussi des manières de faire autres dans la diffusion du travail des artistes. Nous avons eu le privilège d'imaginer, d'explorer et d'expérimenter les multiples opérations sous-jacentes à l'édition de l'art par le médium « affiche » selon des provenances disciplinaires diverses. La concrétisation du projet confirme aujourd'hui non seulement l'efficacité du développement de nouvelles technologies mais bien « la dimension démocratique » de ce support. De fait le tirage et le format des images reproduites ont permis une vaste et longue diffusion (voir ci-joint la liste) tant dans l'espace public que privé et, du même coup, ils ont posé un questionnement sur les natures initiale et publicitaire de l'affiche.

Sans thématique imposée, le fil tenu d'une réflexion orientée vers une écriture visuelle est perceptible sur l'ensemble de la série. Il existe ici une connivence artistique générationnelle, faite de prélèvements rassemblant en un jeu ludique des allers-retours adressés autant à l'ambiguïté générée par la publicité qui récupère l'art contemporain – et réciproquement – qu'à la tentative de s'affranchir d'une mémoire collective et historique du médium de l'affiche.

Investir une aire de jeu bidimensionnelle traditionnellement dévolue à la communication publicitaire et commerciale, et même d'abord investie historiquement par la peinture, a constitué un défi dont les résultats



Delphine et Michel HERRERIA  
*Essorer le Simpson*



Richard MARTEL  
*ART-RAT au Kunstsanatorium*



Valérie JOUVE  
*Sans titre*



Patrick ALTMAN  
*Sans titre*



Didier COURBOT  
*Vanishing Point*



Babeth RAMBAULT  
*Allo, Hercule Poirot ?*

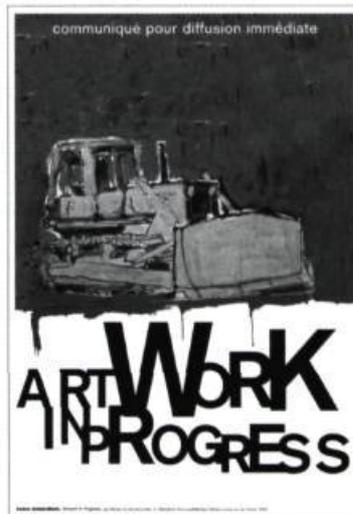
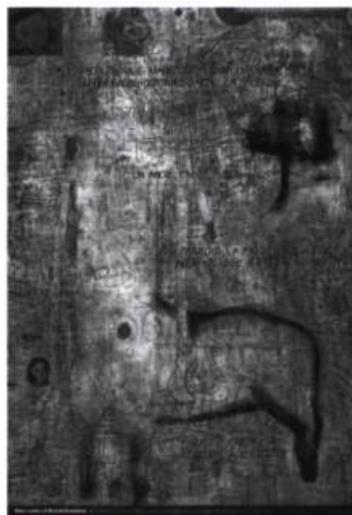
furent cependant très heureux. Un fois ce défi relevé, la diversité fut au rendez-vous. Nous avons aussi comme critère de sélection une contrainte voulant que les artistes puissent produire une synergie sur l'édition d'affiches en se projetant aussi dans des possibles séjours, résidences, conférences et ateliers en milieux scolaires au sein des deux pays. Dans cette optique, les deux commissaires ont davantage interagi comme des « liens » entre les créateurs afin de leur donner la possibilité de partager, sur une période déterminée, dans un espace précis, un projet collectif mettant de l'avant les démarches et les productions individuelles de chaque artiste.

### Les artistes du Québec

Intuitivement, en pensant au format, le choix des artistes du Québec s'est fait en fonction d'une pratique sur ou avec l'image. Plusieurs photographes de différentes générations ont donc été approchés pour participer au projet dont Patrick ALTMAN, Nicolas BAIER (en équipe avec Emmanuel GALLAND), Emmanuelle LÉONARD et les peintres Marc LEDUC (en équipe avec Benoît BOURDEAU) et Carlos SAINTE-MARIE. Mathieu BEAUSÉJOUR et Richard MARTEL étaient le hiatus du groupe bien qu'ils aient eux aussi utilisé la photographie pour réaliser leur affiche. Sans en faire une lecture typologique, les artistes sélectionné(s) ont finalement livré des projets représentatifs de leur démarche respective tant chez les Québécois que chez les Français. ALTMAN a choisi une mise en espace lui permettant de superposer deux périodes historiques distinctes. Une temporalité photographique du XVIII<sup>e</sup> siècle se retrouve sous le *dripping* de la modernité restant ainsi fidèle au matériau d'archives photographiques généralement utilisé dans son travail d'installation. Lors d'une promenade, l'équipe BAIER-

GALLAND a travaillé à l'aide d'un subterfuge technologique (balayeur numérique adapté) qui leur a restitué une image prise dans une vitrine de commerce sur une rue principale de Montréal. Le résultat donne à voir des détails dont le réalisme est confondant. Pourtant, l'affiche nous parle du monde des apparences. Emmanuelle LÉONARD a choisi de déjouer les codes communicationnels de la publicité en donnant une image plutôt répulsive dans laquelle une courte phrase est très loin du slogan, et avec laquelle elle a du mal à s'accorder. L'équipe LEDUC-BOURDEAU, avec une affiche dont la texture rappelle les premiers signes langagiers inscrits sur les parois rupestres, nous révèle en quelque sorte paradoxalement qu'une image vaut plusieurs mots mais que ceux-ci ne valent pas le silence. Relié à une expérience personnelle, le travail de Carlos SAINTE-MARIE, par son titre même, nous rappelle l'interminable processus de création, l'exploration et son stade d'achèvement reporté à l'infini. Enfin, en adéquation avec sa pratique de performeur, Richard MARTEL a choisi de montrer une photographie de Ralf SAMENS le représentant lors d'une action en Suisse (1999). Un texte sur l'univers performatif accompagne l'artiste se proposant comme viande spectaculaire avec des éléments symboliques.

Historiquement enthousiasmés par la sauvegarde de l'étiquette de la postmodernité, suivant une tendance ayant voulu maintenir l'art dans une sectorisation des disciplines, certains ont voulu prôner la cohabitation de leur différence. Ainsi, à titre d'exemple, nous constatons la présence du règne du design au même plan que celui de l'installation ou de la sculpture dans un même lieu physique ou événementiel. On ne peut maintenant que constater que c'est chose faite et répandue puisque, dans le cas qui nous occupe, la réalisation d'affiches jouant

Nicolas BAIER et Emmanuel GALLAND  
*Revenez-nous voir*Mathieu BEAUSÉJOUR  
*Persistence*Emmanuelle LÉONARD  
*Sans titre*Carlos SAINTE-MARIE  
*Artwork in Progress*Tatiana TROUVÉ  
*Sans titre*Stefan NIKOLAEV  
*poster postérité*Marc LEDUC et Benoît BOURDEAU  
*Sans titre*Franck TALLON  
*Tout va bien*

essentiellement avec l'image côtoie la publicité. Dans cette tendance relevée autrement par Yves MICHAUD, « ce serait celle d'un effacement de la dimension du regard concentré (regarder quelque chose à deux pôles : regardeur-regardé) au profit d'une perception d'ambiance ou d'environnement qui enveloppe le visiteur lui-même dans l'ensemble du dispositif perceptif et perceptible »<sup>1</sup>. Toujours selon lui, « ces facteurs relationnels, transactionnels, d'implication interactive, l'art contemporain les partage avec la publicité et c'est effectivement un autre trait de la situation que la proximité, la connivence et même la quasi-confusion entre art contemporain et publicité »<sup>2</sup>.

En soulignant encore l'omniprésence de l'image usant des procédés publicitaires, BAUDRILLARD déplorait l'absence de scène au profit de l'obscène, ou encore Régis DEBRAY a déjà dit qu'il y avait « trop d'images et très peu de chair ». Il y a encore là toute la différence entre voir et regarder, et celle qui relève d'un certain apprentissage et, surtout, celle de la mise en contexte des images et de leur mode de diffusion. Notre projet éditorial, soumis aux artistes, détenait une autre dimension : celle de l'échange. Et cela a permis de donner une certaine épaisseur aux images qui nous entourent en les inscrivant dans une autre dynamique de diffusion de l'art actuel. Bien que modeste, cette proposition de médium comme espace d'invention dans la ville est toujours bienvenue de la part d'un éditeur dans le milieu des arts visuels. Les affiches, ateliers, conférences, résidences d'artistes qui les ont accompagnés ainsi qu'un catalogue sont autant de lieux qui nous auront permis d'aller au-delà de l'image et de sa représentation. Tout passant attentif sait que « les affiches ne meurent jamais » et qu'ainsi, selon Jacques ABEILLE, « l'énigme survit à la publicité »<sup>3</sup>.

**Lieux de diffusion et activités du projet *Les affiches ne meurent jamais* :** Mars 2003\_5 mars : publication des 14 affiches franco-québécoises *Les affiches ne meurent jamais*. • Du 17 au 24 mars : exposition des 14 « affiches qui ne meurent jamais » au lycée François-Magendie (Bordeaux). • Du 17 mars au 6 avril : accueil des Québécois : Sonia PELLETIER (commissaire du projet, Montréal) et Mathieu BEAUSÉJOUR (artiste du centre d'art Clark, Montréal). • 20 mars : exposition des affiches ; conférence de Sonia PELLETIER et de Didier VERGNAUD ; lecture de Jean-Pierre OSTENDE au château de Nérac (Lot-et-Garonne). • 21 mars : conférences de Sonia PELLETIER et de Didier VERGNAUD à l'université de Bordeaux III sur les métiers du livre en France et au Canada, au Centre d'études et de recherches canadiennes. • Du 24 mars au 5 avril : exposition des affiches à la librairie Mollat (Bordeaux). • Avril\_Du 8 au 30 avril : exposition des affiches à la médiathèque de Billère (Pyrénées-Atlantiques). • Du 22 avril au 5 mai : exposition des affiches et de 12 numéros de la revue murale au conseil régional d'Aquitaine. • 29 avril : table ronde au CAPC Musée d'art contemporain autour des affiches en présence des commissaires Sonia PELLETIER, Michel HERRERIA et de certains artistes français et québécois. • Mai\_5, 6 et 7 mai : exposition des quatorze affiches et de sept affiches d'élèves de lycées agricoles au *Festival des lycéens* à Pau (Pyrénées-Atlantiques). • 9 mai : accueil des artistes québécois Richard MARTEL et Carlos SAINTE-MARIE. • Du 10 au 20 mai : exposition des affiches dans la ville de Brest. Performances de Richard MARTEL au centre d'art Passerelle et de Carlos SAINTE-MARIE à l'Université de Brest. • Septembre\_20 et 21 septembre : exposition des affiches aux *Journées du patrimoine*, cour des comptes Mably, à Bordeaux. • Octobre\_2 octobre : parution du catalogue *Les affiches ne meurent jamais*. • Du 17 au 18 octobre : présentation du catalogue *Les affiches ne meurent jamais* et vernissage des 14 affiches à Montréal et à Québec, au centre d'art et de diffusion Clark, Montréal (exposition annuelle du 4 septembre au 5 juin 2004), au centre d'information Artex, Montréal (exposition annuelle du 15 septembre 2003 au 26 avril 2004), à la galerie Onze, au cégep du Vieux-Montréal (exposition du 20 au 31 octobre 2003), au Lieu, centre en art actuel, Québec (exposition du 16 octobre au 2 novembre 2003) ; conférence de Nathalie ANDRÉ dans le cadre de *Tiré à part* et discussion sur « Situations d'édition », 17 octobre 2003. • Novembre\_Du 15 novembre au 30 décembre : exposition des 14 affiches à la délégation générale du Québec, à Paris. • Décembre\_4 décembre : présentation du catalogue *Les affiches ne meurent jamais* à la librairie Mollat (Bordeaux), en présence de la délégation générale du Québec (Paris). • Février 2004\_Du 2 février au 26 mars : exposition des 14 affiches au centre d'animation Montséjour (près de Bordeaux). • Mars\_Du 8 au 14 mars : pendant la semaine nationale consacrée au printemps des poètes, exposition des affiches dans l'atelier des Éditions n'aqu'œil qui hébergeait chaque soir le café *off* de la manifestation (19, rue Bouquière à Bordeaux). • Du 19 mars au 20 avril : dans le cadre de la Semaine internationale de la francophonie, exposition des 14 affiches à l'institut français de Rostock (Allemagne). • Du 27 mars au 4 avril : dans le cadre du festival de littérature, à Lille, exposition des 14 affiches dans les librairies et les bibliothèques de la ville. • Avril\_Du 1<sup>er</sup> au 4 avril : exposition des affiches au Salon du livre de Bordeaux.

Pour plus d'informations sur le projet et sur l'éditeur <http://editionlebleuduciel.free.fr>

<sup>1</sup> Yves MICHAUD, *L'art à l'état gazeux*, Paris, Éditions Stock, 2003, p. 38. <sup>2</sup> *Id.*, *ibid.*, p. 38.

<sup>3</sup> Jacques ABEILLE, *L'affiche murale de poésie, 10 ans de création*, Bordeaux, Le bleu du ciel, 2000.