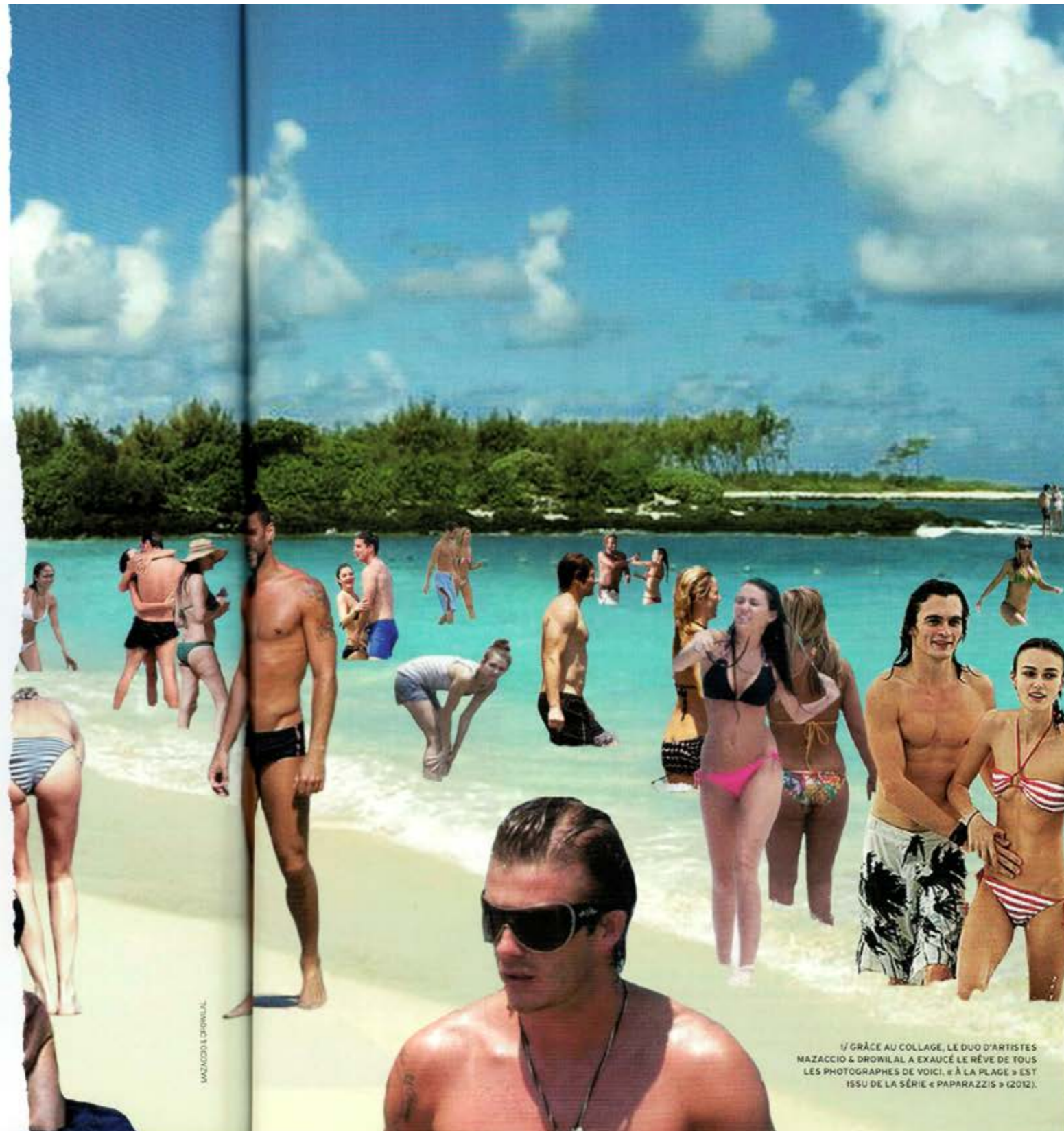


## L'ART DU COUPÉ DÉCALÉ

Les collages sont partout. Depuis les dadaïstes, les artistes explorent ce moyen d'expression qui autorise toutes les fantaisies. Un potentiel créatif aujourd'hui exploité par les publicitaires, la mode et la presse

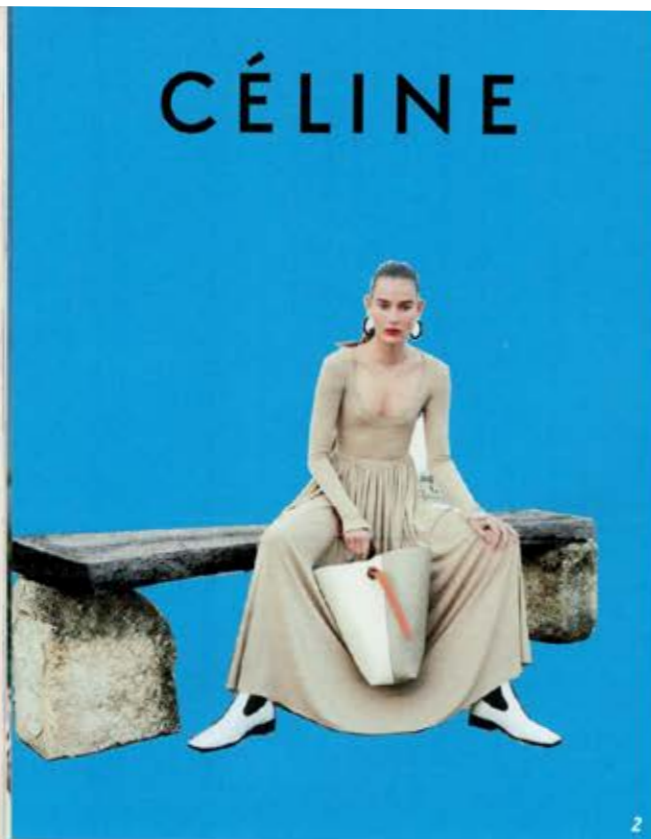
Texte : Elvire Emptaz

C'est la photographie d'une femme, à peine maquillée, habillée avec élégance et sobriété. Elle appuie son coude sur on ne sait quoi, puisque sa silhouette a été découpée grossièrement et recollée sur un fond orange. Si l'on fait abstraction de l'imposant logo en plein milieu du cadre, on dirait presque un collage artistique, voire la première version d'un détournement réalisé sur ordinateur. Pourtant, il s'agit d'une publicité, dans laquelle le mannequin star Daria Werbowy pose pour le non moins star photographe allemand Juergen Teller, afin de promouvoir la collection printemps-été 2016 de Céline. En matière de visuels de publicité, la marque donne souvent le ton. Comme l'année dernière, lorsqu'elle faisait poser à la surprise générale l'écrivaine américaine Joan Didion, 80 ans. Cette nouvelle campagne compte aussi d'autres clichés avec différents mannequins, collés sur un arrière-plan carotte ou bleu ciel. Elle rappelle la série *D'un musée ethnographique* réalisée par la dadaïste Hannah Höch, en 1929. L'artiste féministe y assemblait des morceaux de corps avec des masques ethniques sur des aplats de couleurs, afin d'exposer, entre autres, ses questionnements sur le genre. La créatrice de Céline, Phoebe →



1/ GRÂCE AU COLLAGE, LE DUO D'ARTISTES MAZACCIO & DROWLAL A EXAUCÉ LE RÊVE DE TOUS LES PHOTOGRAPHES DE VOICI. « À LA PLAGE » EST ISSU DE LA SÉRIE « PAPARAZZIS » (2012).





Philo, utilise elle aussi ce procédé, mais pour mettre en avant le vêtement et la femme qui les porte. Pas de décor, pas de mise en scène apparente, une image brute presque arrachée à un moodboard. Cette publicité, aux faux airs de collage Do It Yourself, renverse des décennies d'esthétique glamour visant à produire des réclames ultra-léchées, souvent sous la forme de photos de groupe nécessitant moyens colossaux, shooting et post-production, et s'inscrit dans un mouvement plus global.

## DE LA MODE À LA PRESSE

Au même moment, le couturier anglais J.W. Anderson affiche sur son compte Instagram des cartes postales réalisées par le photographe Mark Kean, sous forme de collages inspirés des cahiers d'André Breton. Pour chacun de ses défilés, la jeune et talentueuse Christelle Kocher fabrique, quant à elle, un fanzine lié à l'univers de la collection qu'elle distribue au public. Cette saison, la Française a fait des cut up avec des slogans superposés sur des photos. « Je voulais des citations d'artistes que j'apprécie, comme des pensées qui accompagnent les images sans les commenter. C'est important de faire apparaître le vêtement dans d'autres dynamiques graphiques, ludiques et poétiques. Le collage permet de jouer avec les cadres et donc les narrations. Cela donne une autre forme de vie aux habits et plus d'impact. Le danger, c'est que cela peut cacher un

manque d'idées », avertit-elle. Cette tendance est si prégnante dans le monde de la mode qu'elle se traduit dans le vêtement lui-même. Toute la nouvelle vague street, initiée par des créateurs comme Vêtements, Wanda Nylon ou Y/Project, nous ramène à ce langage de l'affiche, décontracté, jeune, voire expérimental. « Le collage met en avant l'essentialité du produit en jouant avec les proportions. Il est utilisé sur des modèles purs et proximaux où le message de la couleur et de la typographie est très fort. On le retrouve aussi dans le "color blocking", l'assemblage de couleurs vives, utilisé par exemple chez Marni et Koché. Ou à travers les "mix and matches", l'association de motifs ou de matières hétéroclites, que l'on voit pour la saison prochaine chez Nicopanda, Sacai ou Louis Vuitton », raconte Claire Remy, responsable style du département femme au bureau de tendance Carlin International.

Aujourd'hui, même la presse, habituellement plutôt rétive aux nouveaux langages, s'empare du phénomène et de plus en plus d'articles sont illustrés par des collages. Ils offrent une force inédite pour capter l'attention, qui change du dessin ou de la photo classiques. Difficile, par exemple, d'oublier la couverture de *M Le Monde* avec le visage de Nicolas Sarkozy recouvert par un dictaphone, au moment du scandale des écoutes de Patrick Buisson. C'était l'œuvre du directeur artistique du journal, Jean-Baptiste Talbourdet-Napoleone, qui revient sur sa conception :



3  
GROW UP ACTRESSES LEGS  
TRACK IN ON DEUTCH  
He is sitting on the sofa. He hasn't shaved. His eyes are blood shot. He has a mosquito bite on one cheek dandel with Calaisine lotion.

2/ LA CAMPAGNE PRINTEMPS-ÉTÉ 2016 DE CÉLINE, IMAGINÉE PAR LE PHOTOGRAPHE ALLEMAND JUERGEN TELLER.  
3/ « SCENE ( ) / TAKE ( ) : HE HAS A MOSQUITO BITE... », UNE ŒUVRE DU MAÎTRE DES COLLAGES, L'AMÉRICAIN JOHN BALDESSARI.  
4/ LE DUO MAZACCIO & DROWIL REVISITE LA VIERGE À L'ENFANT AVEC « BABY CIMA » (2013).  
5/ PARUE EN UNE DU MAGAZINE M, L'IMAGE CRÉÉE PAR JEAN-BAPTISTE TALBOURDET-NAPOLEONE A MARQUÉ LES ESPRITS.



JUERGEN TELLER © G. NE - JOSHUA WHITNEY / COURTESY OF L'ARTISTE ET GALERIE MARWAN COCCANNI - MAZACCIO & DROWIL - J. - JEAN-BAPTISTE TALBOURDET-NAPOLEONE

« Pour cette une, j'ai imprimé un cliché de Sarkozy et j'ai posé un vrai enregistreur dessus, avant de faire une nouvelle photo, ce qui a donné une image inédite. C'est intéressant, de devoir illustrer des enquêtes par le collage, mais je suis encore plus libre dans mon travail personnel. J'aime associer des choses qui n'auraient rien à faire ensemble, le contraste et l'immédiateté visuelle qui en découle. Je crée parfois juste pour l'esthétique et parfois pour dire quelque chose. Ce sont deux allers-retours permanents. » On n'est donc pas étonné de retrouver de plus en plus ces images et cette technique dans le travail d'artistes. Pour sa série *Prêt-à-Porter*, Arnaud Derouidille a découpé les tenues de femmes en couvertures d'anciennes éditions de *Vogue*. Il a ensuite photographié les magazines vintage devant des paysages qui, avec un savant jeu de perspectives, comblent les trous et forment les imprimés des tenues.

## MERCI, JOHN BALDESSARI

Si certains artistes actuels en ont fait leur signature, ils doivent en particulier remercier les pères de ce mouvement, comme l'Américain John Baldessari, monstre sacré installé à Los Angeles, qui fait depuis quelques années l'objet d'une redécouverte et dont la cote s'envole. Début avril, lors du vernissage d'une exposition de 16 nouvelles œuvres à Los Angeles, dans l'immense galerie Sprüth Magers, un galeriste glissait à un journaliste du *Hollywood Reporter* dépêché sur place : « Tout le monde possède un John Baldessari désormais. » Ce plasticien âgé de 84 ans – qui bénéficiait au mois d'avril d'une carte blanche dans *tiens, tiens*, le magazine *M* – interrogé depuis les années 1960 les mécanismes de productions médiatiques et artistiques dans des œuvres où les sujets voient leurs visages remplacés par des cercles de couleurs, comme une métaphore du vide.

Autre maître très influent, l'artiste anglais John Stezaker, exposé ces dernières années à la Saatchi Gallery de Londres ou aux Rencontres d'Arles, superpose quasi systématiquement depuis le début des années 1970 deux portraits classiques en noir et blanc de comédiens – type photo Harcourt – pour faire naître avec un simple pliage des visages sublimes ou monstrueux. La très punk Linder Sterling, originaire de Liverpool, travaille, elle, sur la notion de désir en détournant des photos glamour ou érotiques, qu'elle mélange avec des objets du quotidien. Figure culte en Angleterre, elle figurera avec ses œuvres l'année prochaine dans le biopic de la vie

« Le collage permet de jouer avec les cadres, et donc avec les narrations. » Christelle Kocher