

# Entretien : Apprendre à voir

Vincent Turès – Directeur de l'association Fotokino

*Vincent Turès est directeur de l'association Fotokino, consacrée depuis 2000 à la diffusion de travaux artistiques dans le champ des arts visuels. Depuis 2011, l'association prolonge ses missions via le Studio Fotokino, basé à Marseille : un lieu d'expérimentation et de partage à la programmation variée mêlant expositions, ateliers et rencontres.*

*Se sont plus particulièrement les ateliers participatifs d'éducation au regard qui font la singularité du studio. Souvent à destination du jeune public, ils tendent à toucher à la sensibilité et à la conscience de chacun, dans un exercice du regard, du corps et du langage qui se veut questionner l'image.*

**1. L'année dernière, vous avez été partenaire du Salon Graphique organisé par le CNAP (Centre National des Arts Plastiques) portant sur la thématique « Méthodes et Moyens » qui a eu lieu à Marseille.**

**Les idées qui ont émergé des tables rondes organisées dans le cadre de l'événement ont été démonstratives d'une tendance au graphisme d'auteur. Concurrencé par le marketing et l'autodidactisme de nouveaux concurrents ; les productions créées par le graphiste, plus que d'être fonctionnelles, parlent de nous, de nos coutumes, de nos rapports humains, et surtout de notre dépendance à l'image, qui est la résultante d'une culture qui octroie du sens aux formes.<sup>1</sup>**

**J'ai l'impression que la philosophie du Studio Fotokino s'inscrit dans la lignée de ce constat : on ne peut pas parler de hasard, n'est-ce pas ?**

Non, en effet : le Salon Graphique est un événement qui se déroule en plusieurs étapes dans différentes villes de France. A Marseille, il s'agissait alors de proposer une programmation en rapport avec les problématiques propres au lieu. Nous avons réfléchi à cette thématique avec le CNAP et les représentants du DSAA Design option Graphisme du lycée Saint-Exupéry.

Marseille se place dans une réalité économique différente de celle de Paris, où l'idée de transmission, de partage de savoir, voire d'audace dans les solutions, est très présente dans le paysage graphique. J'ai proposé de diriger l'une des tables rondes sur la notion de « transmettre » car Fotokino s'inscrit dans cette dynamique : il ne s'agit pas d'une agence, et nous ne faisons pas de graphisme. Même si c'est moi qui suis chargé de la communication visuelle de l'événement, je ne nous qualifierais pas sous cette nomination. Je nous désignerais plutôt comme des « passeurs » : les projets que nous menons visent à sensibiliser le public. L'exemple de l'exposition Play ! menée en parallèle du Salon Graphique le démontre bien. Le jeu était une porte d'entrée adéquate pour inviter le regardeur à appréhender l'univers du design et des arts visuels. Jouer, c'est un sujet qui parle à tout le monde.

Notre mission de sensibilisation se situe sur plusieurs niveaux : la jeunesse est certes l'une des cibles, mais pas seulement. Plus largement, le but est d'éveiller le regard du grand public. Ce que l'on propose, c'est une sorte « d'anti publicité ». On parle à l'intelligence des gens, que ce soit pour les faire réfléchir, ou simplement les faire sourire...

**2. Graphisme en France 2014 avait distribué à ses adhérents une carte de la France présentant toutes les expositions de graphisme à venir supportées par l'événement. Marseille n'en comptait qu'une, « Et qui libres ? », qui d'ailleurs s'est déroulée en mars à Fotokino. Un fait démonstratif de la place faite au design graphique dans la deuxième ville la plus grande de France.**

**On peut donc imaginer que le choix de l'implantation du studio en 2011 à Marseille fait également sens ?**

Non, il n'y avait pas de volonté particulière à ce niveau là. Nous ne nous sommes pas souciés de nous implanter dans un lieu en demande de missions de niche, où nous ne trouverions pas encore de concurrence.

Nous nous sommes retrouvés ici, à Marseille, par sensibilité. Nous allons là où notre désir nous porte, et il s'est trouvé que c'était là où nous avons envie d'aller. Une partie de notre programmation est axée sur le design graphique, mais notre champ d'application est plus vaste : nous proposons du cinéma, de l'illustration, de la photographie... Nous n'avons pas de dominante, même si le graphisme est là depuis le début. Je pense à Paul Cox que nous avons invité en 2013.

**3. Les artistes exposés par le studio Fotokino ont en commun une expressivité graphique qui peut rappeler le mouvement de « graphistes engagés » qui a émergé dans les années 60.<sup>2</sup>**

**Le studio dispose d'ailleurs d'un atelier d'impression risographie, et marche étroitement en collaboration avec l'atelier Nicole Crème pour l'impression de sérigraphies. Des techniques d'impression qui ont été l'apanage des éditeurs soixante-huitards.<sup>3</sup>**

**Est-ce dans cette optique que se positionne le studio ? Comment expliquez-vous ce retour à l'artisanat ?**

Nous n'avons pas choisit ce style par volonté d'engagement ou quoi que ce soit. Il s'agit encore une fois d'une affaire de goût, de sensibilité. Si demain nous avons envie d'exposer un artiste dont le travail est entièrement vectoriel, fait sur l'ordinateur, et imprimé sur des machines d'impression offset, nous le feront. Il est vrai que les années 90 ont été marquées par une dominante numérique avec la démocratisation de l'ordinateur. Il est vrai aussi que cet outil qui semblait miraculeux a montré ses limites : il n'est pas capable de résoudre tous les problèmes ! On pourrait parler dans ce cas d'une sorte de retour aux anciennes méthodes, mais il ne

s'agit en rien d'un acte politique. Ce que l'on recherche à Fotokino, c'est promouvoir un type alternatif de langage, donner de la matière pour penser différemment.

L'une des missions principales de Fotokino, c'est mettre à portée des gens des pratiques, des langages qui ne viendraient pas jusqu'à eux tout seul. Pour nous, il s'agit en quelque sorte de remplir le vide des propositions façonnées par l'esthétique dominante.

**4. Dans l'édito de la douzième édition de *Lanterna Magica*, « le rendez-vous des arts de l'image », organisé par le studio Fotokino, on trouve d'ailleurs cette volonté de nouer une relation constructive avec le spectateur. Je cite : « [L'envie de mettre à l'honneur un design graphique] *qui ne communique pas, mais qui dialogue. Qui ne nous écrase pas de messages bien intentionnés, mais qui dessine un champ de possibles.* »**

**Peut-on alors parler de « spect-acteur », en opposition à l'observateur passif et soumis à la « société du spectacle » décriée par Guy Debord ?**

Oui, je pense qu'on peut parler de « spectacteur », mais dans des conditions particulières. On n'est pas « spectacteur » au quotidien. Moi même j'enrange, je subis et je suis victime de l'omniprésence des images. Je pense que l'on ne peut être « spectacteur » que lors d'actions très spécifiques comme celles de la médiation ou d'ateliers. Regardez, à Fotokino, les ateliers menés visent à découvrir un autre type de langage : c'est dans cette logique d'apprentissage que le public peut devenir acteur de son propre regard.

Au quotidien, je pense qu'être « spectacteur » est une mission très difficile : il faudrait mobiliser beaucoup d'effort, beaucoup de temps pour pouvoir s'inscrire dans une telle posture. Je m'en pense moi-même incapable.

**5. Il est difficile pour le designer graphique français de vivre de sa pratique aujourd'hui. Pourtant, la programmation de Fotokino prouve qu'elle est encore possible, bien que compliquée.**

**D'après vous, quelles formes peuvent prendre la pratique « consciente » pour ne pas dire « engagée » du design graphique aujourd'hui ?**

Il y a différentes approches : souvent c'est une affaire de sensibilité, d'autres fois cela se traduit en faisant le dos-rond à certaines pratiques...

Je ne sais pas si la commande privée et la commande publique sont plus rigides qu'il y a vingt ans. La pratique de designer graphique est certes difficile, mais je pense que vous poseriez la même question à des professionnels quelques décennies auparavant, on vous répondrait la même chose.

Il y a une richesse incroyable de types des réponses possibles pour une pratique passionnée : on en revient à ce que l'on disait au début de notre entretien, à propos de l'exposition Play ! organisée en 2015. Des graphistes qui s'amuse, il en existe plein. Dans notre cas précis, nous en avons réunis une dizaine, mais nous aurions pu en inviter 100, 200...

Une pratique « consciente », « engagée », c'est possible : Formes Vives réussissent très bien, d'après ce que j'en sais. Même si ça ne doit pas toujours pas être facile d'être en accord avec ses valeurs... Mais ils y arrivent.

<sup>1</sup> Cf. Synthèse, Partie I, p. ■■■

<sup>2</sup> Cf. Synthèse, Partie IV, p. ■■■

<sup>3</sup> Ibid. p. ■■■