

“le Spectacle de Publicité Contemporaine”

re-**vu**e hors série août 2006
www.jf-le-scour.com

jean-françois le scour
2, passage josset F75011 paris
atelier : le Poulailier à villetivrain F37310 courçay
+33 6 63 72 33 66
jf@jf-le-scour.com





"l'exposition continue", n10 à chambray-les-tours, 31 mai 2006 , n°2953

sommaire

- page 1** : "l'exposition continue", n10 à chambray-les-tours
31 mai 2006 - n°2953
- page 3-4** : "au texte etc..." introduction
photographie d'un panneau 4m/3 - n°1315
"réalité" portail en fer - n°2293
- page 5-6** : les objets artistiques
"désir, objet du désir" - n°2112
"morceau choisi" - n°2180
- page 7-8** : l'écriture des liens
"lecture de publicité" pour "La nuit de la lecture"
à Clermont -Ferrand , le 10 juin 2006 - n°3005
"désir, objet du désir" - n°1945
"morceau choisi" - n°1384
- page 9-10** : les résidences
enregistrement de la piste 2
pour le "concert de publicité"- n°3575
"collage sur-réalité" - n°2738
"morceau choisi" - n°2118

“au texte etc...”

N'est-ce pas aujourd'hui l'objet, le produit de consommation qui est devenu une icône ?

Alors qu'à l'époque, on faisait de la représentation de la bouteille de coca-cola de Warhol une icône.

La fameuse “actualité éphémère” chère à Warhol, faisait des stars et lui permettait d'arriver là aussi à faire des icônes : les portraits de Marilyn, de Mâo...

Tandis que maintenant la multiplication de l'image “roll over the world” du produit en fait une icône.

“Objet-icône” que tout un chacun doit consommer.

Nous sommes passés de l'icône fétiche à vénérer à “l'objet-icône” à consommer.



photographie d'un panneau 4m/3, n°1315

L'image de l'objet véhiculée par la publicité est une “truthiness”, “une vérité si je vous le dis” des sociétés multinationales.

Ces entreprises par la multiplication des campagnes publicitaires quelque soit le mode de diffusion, arrivent à imposer la nécessité de s'appropriier ces nouvelles icônes.

Ces panneaux publicitaires (4m/3, 2m50/1,70 ou 1m60/1,20) sont choisis par les “médiaplaneurs” comme étant le mode de diffusion le plus ouvert, visible par le plus grand nombre et étant le moins cher en production.

D'où l'inflation de ces panneaux aux bords de nos nationales, liée à la proximité des succursalistes sur ces terrains vagues que sont nos sorties d'agglomération. Lieux où la voiture est reine, la route et le parking lieux de rencontres... avec l'image de “l'objet-icône” sur les panneaux et si proche des lieux de consommation de l'objet lui-même.

Le questionnement de Dada puis Fluxus autour de ce qu'est l'art et de comment fait-on de l'art, se retrouve dans ma pratique. Ces affiches sont-elles à partir du moment où je me les approprie des objets d'art ? Mettre en scène ces affiches, est-ce de l'art ? Vouloir faire réagir les gens, est-ce de l'art ? Chercher le dialogue avec l'autre ! Faire que ce soit vivant !



“réalité” n°2293 - portail en fer

“Le spectacle de publicité contemporaine”, moment où je me retrouve au milieu du public pour enchaîner les propositions, a pour but de retrouver le plus grand nombre au bord de la nationale, dans les salles bonnes à tout et bonnes à rien de nos bucoliques campagnes, sur les places de nos centre-villes

gentrifiés, sans oublier les “lieux-tout-public” dédiés à la culture... Et sans doute d'essayer par le contact du public et de sa réaction de maintenir l'ensemble des propositions, dans ce que j'appelle la tension (... “at-tention”) liée à l'écoute de l'autre et de sa réaction.

les objets artistiques

La base de ma pratique est la "croûte d'affiches". Les affiches sont collées au rythme des campagnes publicitaires par les afficheurs sur les panneaux 4m/3. Elles deviennent un mille-feuille d'affiches qui, décollé, est jeté à la benne (à ordures). C'est là que je les récupère et qu'elles deviennent des "croûtes".

Je suis donc devenu un collectionneur d'affiches sous forme de "croûtes" 4m/3 : elles sont numérotées, "surnommées", classées, photographiées et archivées. Elles gagnent le statut de "réalités" pour constituer le "**diaporama**" (enchaînement vidéo projeté sur un écran en "croûte" de 10 "réalités" avec commentaire obsessionnel...).

Ces "réalités" (4m/3, 2m50/1,70 ou 1m60/1,20) découpées suivant une marque épaisse noire ou blanche deviennent des "**désirs, objets du désir**". Façon simple de montrer sur quoi la publicité travaille.

Les découpes de "réalités" assemblées au gré des trouvailles de la récupération forment les "**collages-surréalités**". L'image publicitaire est détournée, la dérision arrive...



"désir, objet du désir" n°2112

Les "**morceaux choisis**" sont des formats d'environ 1m/1 prélevés sur les "réalités" afin d'en faire un accrochage à la russe (cf les intérieurs du 19e, où les murs étaient couverts de tableaux) permettant une juxtaposition improbable de mots et d'images.

La "**lecture de publicité**" est une lecture d'affiches. Le public ne voit que l'arrière des affiches, il n'entend qu'une suite de mots, de phrases, de slogans. Cette litanie lue devient absurde...

L'affiche de publicité, ça se froisse, se déchire, ça se frappe, ça se ventile et ça se scande... Enregistrée piste par piste et en direct, on arrive à un concerto en affiches mineures, appelé "**concert de publicité**".

Les "**vidéos-croûtes**" sont des projections vidéos sur totems en croûtes formant un écran. C'est le grand étourdissement, on sais plus ce qui est fixe ou animé, sans oublier le son qui ne fait qu'en rajouter.



"morceau choisi" n°2180

Le **"yaka fautquon"** termine le "spectacle de publicité contemporaine" : moment filmé des réactions du public en fin de séance pour réaliser un montage à diffuser, lors de la séance suivante. Aller retour entre le public et moi qui comme un écho à ma proposition, va voyager de rue en rue au rythme des invitations.

Le "yaka fautquon" est dans la continuité des nombreuses questions que j'ai pu poser dans la rue pour des projections à la nuit tombée : vidéo croûte performance Off Festival d'Aurillac 2001, les deux croûtes Emmetrop (Bourges) 2002, les NON et NON au Festival "Châlon dans la rue" 2002, bar-rage Off Festival d'Aurillac 2002, les deux croûtes à la Documenta 11 de Kassel 2002, Vidéoformes festival à Clermont-Ferrand 2003, Qu'est-ce que l'autre pour les "ça, c'est là" à Tours et Paris 2004 et 2005.



"lecture de publicité" pour "La nuit de la lecture" à Clermont -Ferrand , le 10 juin 2006, n°3005

Le "diaporama", les "désirs, objets du désir", les "collages-suréalités", les "morceaux choisis", la "lecture de publicité", le "concert de publicité", les "vidéos-croûtes" et le "yaka fautquon" sont les objets présentés au "spectacle de publicité contemporaine". Comme il n'existe pas de bonne messe sans procession : chacun quitte le lieu du "spectacle de publicité contemporaine" pour aller inaugurer "l'exposition continue" en présence ou non de monsieur le maire. Il s'agit d'aller au pied d'un panneau d'affichage 4m/3 et de suivre le cérémonial...



"désir, objet du désir" n°1945



"morceau choisi" n°1384

compris les réactions du public afin de me guider dans l'écriture des ressorts.

l'écriture des liens

Ne reste plus qu'à lier tout cela, arriver à écrire les ressorts qui vont enlever le spectacle. Des liens nécessaires à captiver et éveiller la curiosité de chacun entre chaque objet artistique. Sachant que les résidences d'écritures d'une semaine prévues se dérouleront de la façon suivante : 2 séances de crash test en public pour tenter des pistes et surtout pour que chaque équipe m'accueillant arrive de visu à s'appropriier les objets dans le contexte du spectacle, y

les résidences

Le "Lieu Noir" et la compagnie Cacahuète à Sète du 20 au 25 novembre 2006

L'Orangerie et le Théâtre de l'Unité à Audincourt pour la Toussaint

Le "café des Augustes" et le Théâtre des Guetteurs d'Ombre à Clermont-Ferrand en février 2007

La ville d'Amilly (Loiret) ainsi que le Conseil Régional du Centre (Arts Plastiques et visuels) semblent être intéressés par le projet, nous travaillons au montage d'une tournée pour le second semestre 2007.

Un projet de résidence à Liège (Belgique) chez "D'une certaine gaieté" et Michel Antaki est dans l'air du temps, cependant nous sommes partis sur l'idée de réécrire tous mes objets

en langue wallonne... ce qui pose d'incroyables difficultés. Les afficheurs en Belgique ne collent pas les affiches de la même façon, les "croûtes belges" sont beaucoup plus fines (comme les crêpes en Bretagne) et les formats plus grands (comme en Bretagne aussi) !!!



"morceau choisi" n°2118



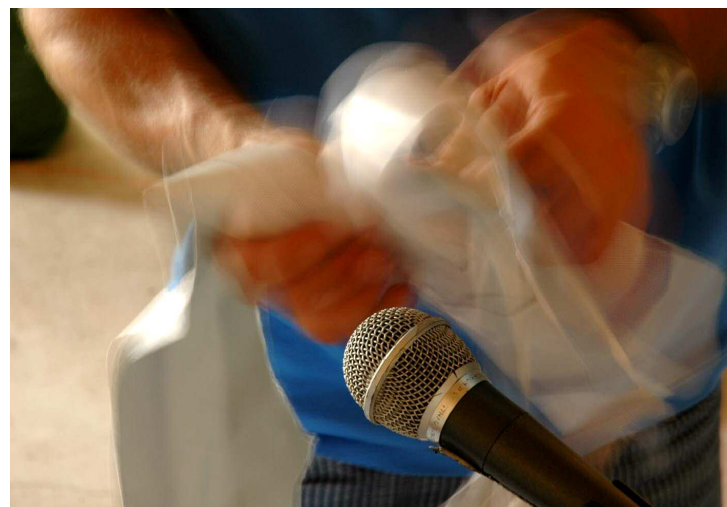
"collage sur-réalité" n°2738

Le choix de passer sous les yeux et les oreilles de Pascal Larderet d'un côté et d'Hervée de Lafond - Jacques Livchine

de l'autre est guidé par l'esprit irrévérencieux du premier et par la pertinence-impertinente des seconds. Et je ne vous parle pas de leurs carrières, ce sont devenus des mythes (ou presque ?).

Tandis que Michel Antaki, créateur du Cirque Divers au début des années 70 et continuant avec "D'une certaine gaieté" est de la mouvance Fluxus. Il saura sans complaisance me faire entendre que tout français que je sois, il ne faut pas se prendre au sérieux !

En ce qui concerne le Théâtre des Guetteurs d'Ombre et Marieck de Bussac, c'est une veille complicité qui date d'avant la création de "Moi qui n'ai pas connu les hommes" à la scène nationale de Clermont-Ferrand en 2003. Sa pratique d'écriture d'œuvres théâtrales à partir de témoignages sera sans doute nécessaire pour rebondir sur les "yaka fautquon".



enregistrement de la piste 2 pour le "concert de publicité", n°3575"