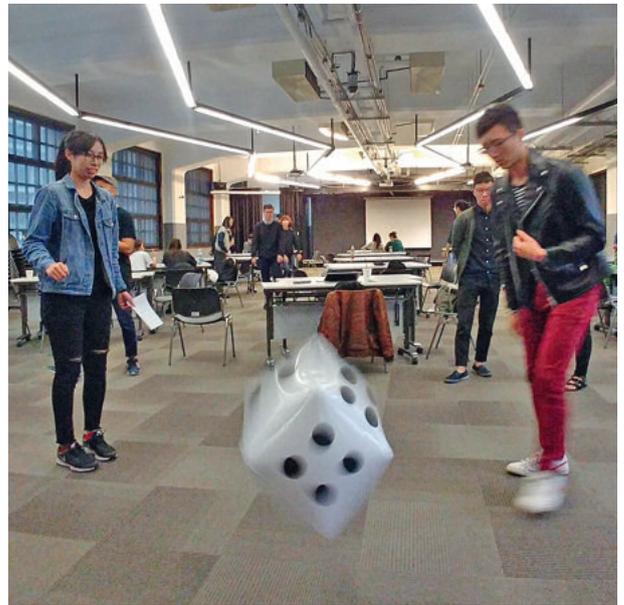


DR. PÊCHE

AFFICHE | PHOTOGRAPHIE





Dr. Pêche est un artiste au travail qui crée, invente, avec une grande acuité, une grande curiosité au monde et une immense liberté qui le place hors des influences et des courants. Il nous trouble beaucoup et nous réjouit tout autant avec ses images d'une singulière poésie.

Agnès Troly

“Le Dr. Pêche sur plusieurs saisons pour le CDN d’Orléans, a fait de l’affiche un art martial.”

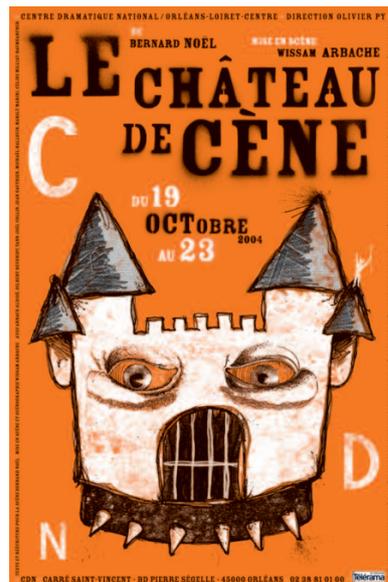
CDN POSTERS

L’AFFICHE : DU CRI AUX CHUCHOTEMENTS

L’affiche de théâtre, c’est déjà le théâtre, c’est déjà un mystère. C’est un genre hybride qui se hisse difficilement de la communication à l’art graphique. Le travail de Dr. Pêche, souvent splendide, est horriblement instrumentalisé par les nécessités de l’information. Il ne faudrait aucun talent graphique s’il ne s’agissait que de choisir une iconographie, mais il faut être synthétique dans la mise en page, la typographie et le chromatisme pour que tous ses éléments deviennent le spectacle qu’ils défendent. Le Dr. Pêche y arrive en travaillant profondément sur les œuvres en s’imprégnant, au-delà de l’anecdote, de la pensée et du style des spectacles.

Il trouve toujours un moyen de créer dans une affiche plate et platement communicante, une profondeur de champs où sa lecture de l’œuvre est à plusieurs niveaux. L’objet est frappant de loin par sa synthèse violente ou joyeuse et intrigant de près par le fourmillement des détails donnant du sens et étant les clefs d’une conscience plus profonde.

Le Dr. Pêche sur plusieurs saisons pour le CDN d’Orléans, a fait de l’affiche un art martial. Il est combatif dans les besoins de médiation et méditation sur le théâtre, dans les jeux de décalages qu’il invoque avec l’idée reçue du théâtre. Un art qui vaut pour lui et qui pourtant sert une cause, un art contraint et un art libre. Un geste qui n’est pas exactement un art mais qui a besoin d’un artiste.



Quoi de plus beau qu’une affiche de théâtre des années après le spectacle quand elle nous parle d’autre chose, quand elle ne nous invite plus à la ponctualité mais à la nostalgie ? Elle parle alors de la caducité du théâtre, de sa mélancolie et incroyable retournement, cette affiche qui était la première ambassadrice du spectacle devient sa dernière mémoire. Elle a ouvert le bal, elle veille dans la mémoire, elle continue de parler, autrement, plus murmurante, plus inquiète, alors on sait que l’affichiste n’était pas seulement un propagandiste, mais une sorte de petit prophète perdu dans les obligations du temps.

Olivier Py

Auteur, metteur en scène
Directeur du CDN - 1998/2007
France

CDN POSTERS

CONTEMPLER

Les travaux de Laboratoires CCCP = Dr. Pêche + Melle Rose sont remplis d'intrigues, de contradictions, de découvertes et sont extravagants mais ne contiennent pourtant ni plus ni moins d'éléments que ceux qui sont nécessaires. Sur une affiche pour un festival de lectures (Pur Présent - mai 2000), une superbe rose est amplifiée afin de remplir le cadre. Il m'a fallu au moins une douzaine de visionnages avant que je ne remarque qu'une petite oreille est nichée au cœur des pétales. La riche composition invite le public à passer du temps à décoder ces images et à tirer leurs propres conclusions.

Ces affiches sont imposantes mais non didactiques, dérangeantes mais résolues, difficile à imaginer mais monter avec virtuosité, rêveuses mais électrisantes, monumentales mais intimes. Ce sont de vraies oeuvres d'art graphiques!

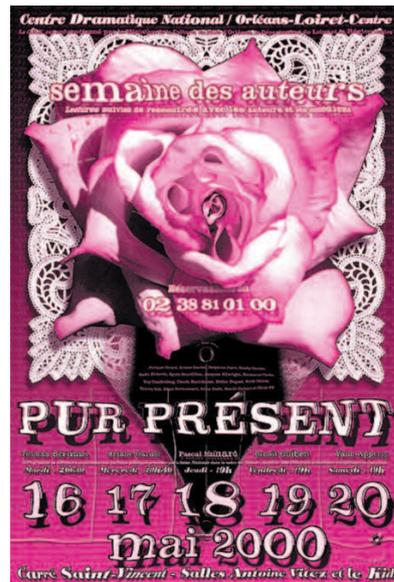
En utilisant une technique de montage sophistiquée qui charge les affiches de différentes couches de signification les Laboratoires CCCP = Dr. Pêche + Melle Rose ont produit ces affiches monumentales.

La typographie bien qu'elle soit claire et sur un plan séparé a été modifiée afin d'incorporer l'univers de chaque image. L'ensemble du texte par sa gestion dans l'espace ajoute un sens et une profondeur. La couleur joue un rôle important dans cette série d'affiches bichromiques. Les graphistes ont utilisé un code couleur symbolique lié au contexte des pièces : le rouge pour le diable, le rose pour le floral, le vert pour souligner le thème de l'argent (dollar) associé à un noir coloré.

Nancy Skolos et Thomas Wedell

graphistes
USA

“La riche composition invite le public à passer du temps à décoder ces images et à tirer leurs propres conclusions.”



UN RÊVE ET DE L'ESPOIR

Ici je ne discute pas profondément de votre création mais je suis très sincèrement intéressé par celle-ci. Vos affiches sont très impressionnantes et attirent les gens. Je ne les considère pas comme étant de l'avant-garde mais elles en ont le goût. Je pense qu'une affiche doit communiquer quelque chose à celui qui la regarde mais une affiche qui refuse la communication c'est de l'art.

Ce que visent vos affiches à travers différents styles est splendide. Votre technique de montage provoque l'image, elle renouvelle la signification de la forme. Je pense que vous voulez plus amplifier le langage visuel que les mots, que je considère très important aussi.

Vos affiches s'améliorent constamment et le concept est clair. Vous analysez la lumière de façon psychologique et portez une grande attention aux couleurs. C'est "un cœur tolérant" que j'attends de votre part dans vos affiches.

Noboru Matsuura

conservateur du Musée d'affiches d'Ogaki
Japon

CDN POSTERS

DÉSIR DE L'OEIL, RUSE DE L'OEIL

Tout commence avec ce nom étrange pour cet évident collectif de graphistes. Qui se cache derrière ce nom? Ou est-ce seulement une personne qui est responsable des laboratoires? Et alors que vous réfléchissez et que vous essayez en vain de résoudre cette énigme, vous commencez à penser à la question d'identité et vous vous apercevrez que cela n'a aucune importance par rapport à ces affiches.

Les travaux de Laboratoires CCCP = Dr. Pêche + Melle Rose commencent à vivre en tant qu'oeuvres indépendantes, sans vrais auteurs derrière elles: elles sont faites par tous et pour tous.

En regardant ces affiches, souvent créées pour des pièces de théâtre, cela vous emmènera dans un autre monde, un monde poétique, surréaliste, fantastique, celui d'Alice au pays des Merveilles, où chaque chose, chaque créature a au moins deux vies.

Devant le fond aux couleurs sérigraphiques profondes, voilà des images qui au premier regard n'ont pas l'air d'avoir beaucoup de rapport avec la pièce si vous en connaissez l'interprétation classique. Elles révèlent tout de même un regard individuel et une idée de la performance.

La composition de toutes les affiches par saison est similaire. Dans une information typographique assez dense, il y a habituellement une image au centre, quelques fois une illustration, quelques fois à base de photos, quelques fois un mélange des deux, qui attirent toujours l'oeil immédiatement parce que tellement étrange et inventif.

Les lettres CDN dansent autour des images au centre en accentuant la structure de l'affiche. Si vous les regardez de loin, elles sont très efficaces grâce à la composition austère: les titres en gros avec la combinaison exclusive des couleurs adaptées au médium: un mélange gagnant de messages scripturaux et picturaux.

“Cela vous emmènera dans un autre monde, un monde poétique, surréaliste, fantastique, celui d'Alice au pays des Merveilles, où chaque chose, chaque créature a au moins deux vies.”



Toutefois, en les regardant de plus près, vous y découvrirez une autre dimension. Vous plongerez dans ce monde grotesque de métamorphoses où tout est possible. Au début c'est une expérience sensuelle mais les images vous toucheront alors par leur intelligence et leur émotion. Vous pensez au début qu'elles sont en opposition totale avec la vie de tous les jours mais vous commencerez alors à regarder votre entourage différemment. La vie réelle commencera à vous apparaître plus intéressante et plus poétique. Vous commencerez par douter de l'apparence extérieure des choses et commencerez à en regarder la face cachée. Vous commencerez à interpréter les événements réels d'une plus ou moins grande importance d'une façon non-conventionnelle. En peu de mots, si vous avez le courage d'entamer un dialogue avec une de leurs affiches, cela enrichira votre vie et vous donnera la possibilité de changer vos idées, votre imaginaire ordinaire.

Quelle chance !

Bettina Richter

conservatrice du Musée d'arts graphiques de Zurich Suisse

“Chez ces artistes inventifs, l’héritage de Toulouse-Lautrec, Colin, Capiello ou Stenberg est réinvesti de façon fructueuse.”

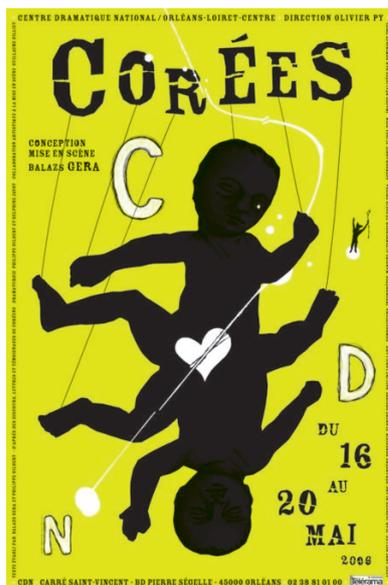
CDN POSTERS

OPTIQUE, GRAPHIQUE ET POÉTIQUE

Jamais dans l’histoire le graphisme d’affiche n’a fleuri aussi richement qu’aujourd’hui. Par conséquent jamais dans l’histoire il n’y a eu tant de mauvaises affiches. Elles sont laides et contre-productives parce qu’elles sont à l’opposé de la formule de Cassandre: une affiche doit résoudre trois problèmes : optique (elle doit être remarquée), graphique (elle doit être comprise) et poétique (elle doit être mémorisée).

Ces mauvaises créations qui polluent nos villes sont souvent des produits publicitaires sans amour. Elle n’ont qu’une valeur optique minimum puisqu’elles sont à peine remarquées dans le flot urbain de la communication. Ce sont des monstres graphiques qui mélangent de façon boueuse les couleurs les formes et les symboles. Ne produisant ainsi que des signaux difficilement compréhensibles. Mais alors est-ce si facile? Avez-vous déjà vu les affiches du journal “The economist”? Seulement le logo du magazine avec une ligne blanche de texte sur fond rouge. “Si votre assistant lis The economist, ne jouez pas trop au golf”. L’agence AMV BBDO prétend que durant cette campagne la publication du magazine a augmenté de 70%. D’accord pour 70%, c’est un accomplissement agréable avec en plus des récompenses, des expositions et l’immortalisation par la mention ici-même.

Hier je suis passé à coté d’une énorme affiche en périphérie d’Amsterdam, elle ne contenait que des mots en capitales: “l’argent ne crée pas le bonheur, les intérêts faibles oui” / la banque d’Ecosse. Maintenant je suis en train de reconsidérer mon emprunt. Alors le monde serait un meilleur endroit si les publicitaires ne faisaient que dire des mots s’ils en ont et savoir comment les écrire.



Pour les autres, surtout dans le domaine culturel, il y a toujours cette éclosion grandissante de graphistes qui développent continuellement leur don.. Ils font ensuite que l’art de l’affiche fleurisse comme jamais auparavant. Comme le fait Dr. Pêche à Orléans (France) si fortement pour le CDN.

Même si c’est pas toujours avec un langage cassandresque (parfois j’ai du mal à décrypter le message). Leur style et leurs couleurs changeants à chaque saison, la conservation du même idiome de base, représentent pour moi une façon élégante de souligner le message théâtrale et de conserver la communication externe fraîche comme un sorbet par une chaude journée. Chez ces artistes inventifs, l’héritage de Toulouse-Lautrec, Colin, Capiello ou Stenberg est réinvesti de façon fructueuse.

Frans Van Lieer
journaliste et ex-directeur du Musée de Hoorn
Pays-Bas

CDN POSTERS

IMAGES CAPTIVANTES

Le plus grand hall du 2^e étage du musée d'art de Hambourg est réservé aux affiches. De l'art nouveau à notre époque vous trouvez environ 70 travaux remarquables qui incluent des exemples de la Secession de Vienne, du constructivisme russe, de l'art deco, des affiches politiques, du pop'art et bien sur du graphisme contemporain.

En ce moment la section contemporaine est dominée par quatre compositions très étranges. Des têtes, des épaules, des lettres et des mots tous plus grands que nature. Des compositions inspirées dans des décors sombres, des détails sautent aux yeux provoquant ainsi une irritation, une curiosité et au bout d'un moment une compréhension. Dans ces affiches de théâtre, une typographie sonore et puissante annonce les dates, titres, comédiens... Elles semblent en vérité dire leur propre histoire théâtrale et elles sont loin d'illustrer une scène précise. Le directeur artistique du théâtre est sûrement un homme audacieux pour permettre aux laboratoires CCCP = Dr. Pêche + M^{ELLE} Rose de menacer le public avec de telles images.

Peut-être fait-il partie de ceux qui mettent en valeur l'impression durable que les images ont sur nous, qui, quand nous commençons à les regarder, ne peuvent nous empêcher de le faire encore et encore pour découvrir ces étranges compositions, ou alors (moins probable après tout!) simplement parce que nous les aimons.

Jurgen Döring

Conservateur du Musée d'arts graphiques - Hambourg
Allemagne

“Des détails sautent aux yeux provoquant ainsi une irritation, une curiosité et au bout d'un moment une compréhension.”



LES AFFICHES ROSES DES LABORATOIRES DR. M^{ELLE} PÊCHE EN CCCP

Les graphistes ont reçu le Grand Prix et le Yusaku Kamekura Design Award à la triennale de Toyama. J'ai essayé alors d'obtenir auprès des auteurs des informations sur ces intéressants travaux. Au fur et à mesure que ma correspondance avec eux devenait ambiguë et bizarre mon excitation prenait de l'ampleur.

Ce dialogue reflétait parfaitement la nature grotesque de leurs affiches. Le titre de Dr. Pêche ne se réfère peut-être pas à un diplôme en art visuel ou architecture ou peu importe mais plutôt à une branche inconnue d'une profession médicale qui résulte d'une opération sur la schizophrénie aux beaux-arts.

Et sa date de naissance connue pour être le 5 mai 1976, modèle 153B reste quand même douteuse. En effet, comment de si jeunes enfants puissent produire des affiches aussi matures ? Le nom du groupe est un cauchemar pour les bibliographes mais les affiches sont OK, solides, traditionnelles et créatives. Je les aime beaucoup.

Rene Wanner

collectionneur
Suisse