

Alexandrine BONORON
Doctorante Arts Plastiques
Laboratoire de recherche PTAC / Ecole Doctorale ALL
Université Villejean Rennes 2

Interview de Eric Mahé, membre de *L'Atelier l'imprimerie*, et co-organisateur du festival LE MARCHÉ NOIR de Rennes.
Le 12 octobre 2020

A propos du salon de la micro-édition LE MARCHÉ NOIR (Rennes).

Pourquoi un festival de micro-édition, et depuis combien de temps existe-t-il ?

Nous appelons ce salon « salon de la micro-édition manufacturée », mais on peut dire « festival » également, peu importe. Il n'y a pas eu de réflexion particulière sur la dénomination. Cela fait 9 ans que le *Marché Noir* existe, et il y a eu 8 éditions. Il n'y a pas de *Marché Noir* cette année, ce n'est pas lié au contexte sanitaire, c'est juste que, comme nous sommes tous producteurs d'images, et pas seulement organisateurs du festival, nous le faisons entièrement bénévolement. Le *Marché Noir*, à l'origine, permettait de montrer nos travaux, et ceux d'autres artistes importants selon nous, qui correspondaient à nos pratiques ou à des pratiques parallèles. L'année dernière nous étions un peu épuisés, car seulement la moitié de l'équipe continuait à organiser le festival par rapport au début du *Marché Noir*. L'année prochaine, aura lieu la neuvième édition, pour fêter les 10 ans du *Marché Noir*.

Fut-il simple à mettre en place ?

Je n'étais pas là la première année, donc j'espère ne pas dire de bêtises. Mais le *Marché Noir*, c'est le regroupement de plusieurs collectifs : *L'atelier du Bourg* (sérigraphie), *L'atelier Barbe à Papier* (gravure), *La Presse-purée* (sérigraphie). Nous avons des pratiques similaires, autour de l'édition manufacturée, et nous voulions en faire la promotion, avec l'aide du *Jardin Moderne* à l'époque. Celui-ci a apporté une aide logistique pour la production du *Marché Noir*. Je suis arrivé la deuxième année, avec *L'atelier l'imprimerie*, qui fait de la gravure et de la sérigraphie. Donc, nous sommes 4 associations.

Le *Jardin Moderne* a voulu que rapidement, nous volions de nos propres ailes, puisqu'ils étaient plutôt orientés pratiques sonores que pratiques visuelles, et c'est ainsi que l'association le *Marché Noir* a vu le jour. Nous avons donc déclaré l'association, pour structurer le *Marché Noir*. Le festival à migré aux *Ateliers du Vent*, et ensuite à l'École des Beaux-Arts de Rennes en 2015. Nous sommes retournés aux *Ateliers du Vent*, en 2016. Parallèlement à la réunion des 4 associations, *L'atelier du bourg* et *La Presse-purée* allaient être expulsés à cause des baux précaires dont ils disposaient. *Barbe à Papier* était déjà à la rue. Nous voulions donc faire une demande à la ville pour disposer d'un atelier commun, un lieu de production d'images. Nous avons fait une demande à la ville, et au bout d'un an, nous l'avons obtenu. Les 4 associations ont déménagé ici en fin 2015 ou début 2016.

Y-a-t-il une démarche esthétique de présentation globale du festival, ou un changement d'esthétique graphique à chaque édition ?

Une nouvelle identité graphique est créée en rapport avec le thème, différente chaque fois. Nous recréons également la déco. L'année dernière, nous nous sommes amusés autour des images *PANINI*, et l'année devant, c'était la *Grande Kermesse*, plutôt fête foraine. N'étant pas une agence de communication, notre communication n'entre pas dans les standards publicitaires. Une super attachée de presse bénévole, Claire Choizy, pendant quelques années, nous a aidé et grâce à elle, le festival a pu être relayé sur d'autres festivals, à Paris. Ça reste un jeu, pour se faire plaisir, c'est une

occasion d'expérimenter.

Etait-ce une démarche logique par rapport à votre propre production ?

Oui. Le plus petit dénominateur commun, c'était l'impression manufacturée, c'est-à-dire globalement des images faites à la main avec des presses. Il faut se retrouver un peu au niveau du contenu, il y a une affinité de contenu éditorial, mais ce n'était pas forcément l'aspect le plus déterminant, l'aspect technique est plus important.

Y-a-t-il une sélection des artistes-éditeurs exposants, et d'où viennent-ils ?

C'est nous qui contactons les exposants. Au début, il y avait juste un marché, mais dans nos ateliers, nous avons toujours fait des ateliers de démonstration pour promouvoir nos pratiques, aussi, nous avons rapidement ajouté des démos au *Marché Noir*, avec une dimension ludique. Une année, nous n'avons pas invité d'exposants, le *Marché Noir* a pris la forme d'une grande librairie, avec toujours en plus des animations-démonstrations. Ensuite, nous sommes revenus à moitié ateliers, moitié exposants, là, c'est vraiment plus « l'idée » d'un festival. Pour la prochaine édition, nous verront, je ne sais pas encore. Nous recevons beaucoup de demandes, donc, nous préférons sélectionner nous-mêmes, nous invitons des personnes que nous souhaitons voir. Sinon, il faudrait soumettre au vote, ce serait trop compliqué (on est 15).

Dans l'ensemble, les invités sont plutôt métropolitains, mais on peut avoir des belges, des allemands, des suisses, globalement, c'est plutôt la France et l'Europe.

Les places sont gratuites, les invités payent uniquement leurs repas. Le festival est financé par les ateliers payants : nous les animons de manière bénévole, donc le festival gagne ses fonds propres avec ça.

Quelles constatations pouvez-vous faire en terme de fréquentation, de publics, de thèmes abordés, d'esthétiques et de techniques visibles ?

La fréquentation, je dirai autour de 2000/3000 personnes, sur trois jours. Cela dépend du temps qu'il fait (fin septembre). L'année prochaine, il y aura sans doute plus de monde parce qu'on n'en a pas fait cette année.

Type de public : tout, même des gens qui découvrent, des curieux chaque année. C'est souvent en fonction des autres événements qui ont lieu en même temps, comme le festival *Teenage Kick*, ou les expos. C'est vraiment diversifié, plutôt familial, car il y a des ateliers enfants. Les invités peuvent proposer des choses plutôt pointues au niveau visuel, donc ils vont aussi attirer un public de connaisseurs. Et même si c'est quatre mois avant Noël, certains viennent y acheter des cadeaux.

Esthétique et thèmes : ça reste très vaste, très foisonnant. La sérigraphie permet plus le foisonnement visuel, la gravure reste relativement sobre. Cela dépend des pratiques, nous tentons de ne pas être redondants dans les invités, il peut avoir un travail purement typographique par exemple. Parfois, c'est plus difficile d'équilibrer entre graveurs et sérigraphes, car les premiers sont plus rares. Nous sommes exigeants en terme de techniques mais 15 personnes décident et choisissent, donc cela facilite la non-répétition. Mais cela devient difficile, car en diminuant le nombre d'exposants, il faut conserver des locaux, des nationaux, et qu'il n'y ait pas les mêmes d'une année sur l'autre.

Techniques : c'est assez stable, constant, la riso est revenue un peu en force. Peut-être un petit peu plus de cyanotype, de typographie. Mais cela dépend des choix effectués et donc des années. Le côté « images faites à la main » est très important pour nous, donc il y a moins d'imprimerie numérique que sur d'autres festivals, même si nous proposons un atelier en photocopie/fanzine *Chien écrasé*. On essaie d'avoir un atelier de type « FabLab » à chaque fois, avec d'autres manières d'imprimer. Les critères de sélection contiennent toujours le côté artisanal, « bidouille » mais c'est plutôt de type informatique.

L'esthétique globale de présentation tient-elle plus de la galerie ou de l'atelier ?

L'atelier, c'est clair. La logique de galerie va être présente chez certains exposants dans la conservation des œuvres, qui est propre à l'image imprimée à la main, avec une numérotation. Celle-ci donne de la valeur depuis toujours, cela valorise le tirage et cela le monnaie aussi. Mais c'est plutôt l'atelier, surtout s'il y a des démos. Il y a forcément une influence des galeries et musées dans la présentation/conservation, mais on a aussi beaucoup de choses issues de la culture punk, du D.I.Y., du fanzine, avec des exposants qui surchargent le stand, c'est plus foisonnant.