Document generated on 09/26/2024 8:02 a.m.

Vie des Arts

Vie des arts

Vibrant, vivant Vittorio

Exposition *Vittorio Venise Valcourt* au Centre culturel Yvonne L. Bombardier et au Musée du Québec

Jean-Pierre Le Grand

Volume 46, Number 187, Summer 2002

URI: https://id.erudit.org/iderudit/52890ac

See table of contents

Publisher(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

0042-5435 (print)
1923-3183 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Le Grand, J.-P. (2002). Vibrant, vivant Vittorio : exposition *Vittorio Venise Valcourt* au Centre culturel Yvonne L. Bombardier et au Musée du Québec. *Vie des Arts*, *46*(187), 81–83.

Tous droits réservés © La Société La Vie des Arts, 2002

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

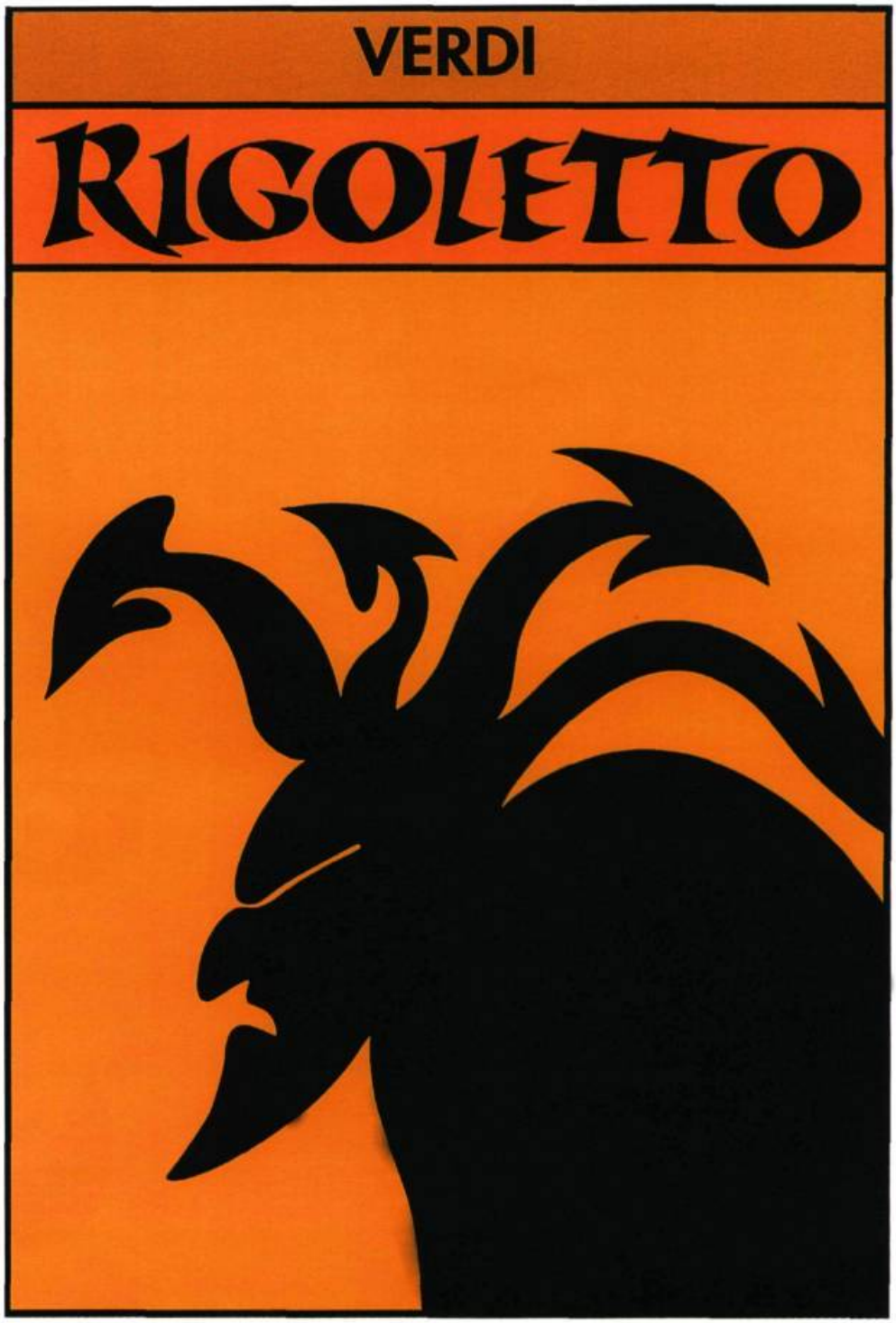
https://www.erudit.org/en/

Vibrant, vivant Vittorio

Jean-Pierre Le Grand

Simplicité, efficacité, dépouillement. Courbes pleines et voluptueuses, ou découpages aux arêtes acérées. Couleurs allumées, contrastes éloquents. Savante répartition des poids et des volumes. Vittorio, c'est l'art de la ligne juste, parfois moqueuse, qui a l'art de lover en plein cœur du sujet. Son travail, où tout est ramené à l'essentiel, s'impose chaque fois comme allant de soi.

Né à Zara, sur la côte dalmate, de parents italiens, Vittorio Fiorucci a vécu son adolescence à Venise avant de débarquer à Montréal au début des années cinquante, à la recherche « d'autre chose ». L'an dernier, le Centre culturel Yvonne L. Bombardier rendait hommage à son talent et à ses réalisations avec l'exposition *Vittorio Venise Valcourt*, une sélection de 110 œuvres amplement mises en valeur dans un bâtiment récemment rénové avec goût. Une importante sélection d'œuvres présentées lors de l'exposition sera d'ailleurs reprise par le Musée de Québec à l'automne 2003.



Rigoletto, 1990
Promotion personnelle
Sérigraphie
127,2 x 82 cm
3e prix : affiche culturelle
de la 2e Biennale Internationale
de l'Affiche de Mexico, 1992

BRANDING

Le plus bel exemple, c'est évidemment celui d'une certaine mascotte verte, que l'on pourrait difficilement passer sous silence. Créée dans les années 50, elle était en quelque sorte l'alter ego de l'artiste. Puis un beau jour au début des années 80, ce dernier décide de la « prêter » – si tant est que la chose se puisse faire – à un certain festival (*juste pour rire*). Vingt ans plus tard, la créature menace de phagocyter son créateur : « Vittorio ? Ah oui ! Celui qui a fait le petit bonhomme vert ! » Point d'exclamation, point final. Comme si Vittorio n'avait jamais rien fait d'autre. Une aberration dont l'exposition, (automne 2003) au Musée du Québec, aidera le public à prendre conscience. En attendant, une consolation : à l'inverse de Pinocchio, depuis qu'il a été sevré de son Geppetto, le rondouillard et tonitruant personnage s'est progressivement vidé de sa substance pour devenir un pantin qui paie de son âme son succès international. C'est qu'il a perdu, au fil des ans, son côté mordant et grinçant, sarcastique et sardonique – l'équivoque et la mise à distance, comme on dit dans les revues savantes – qui lui donnaient vie.

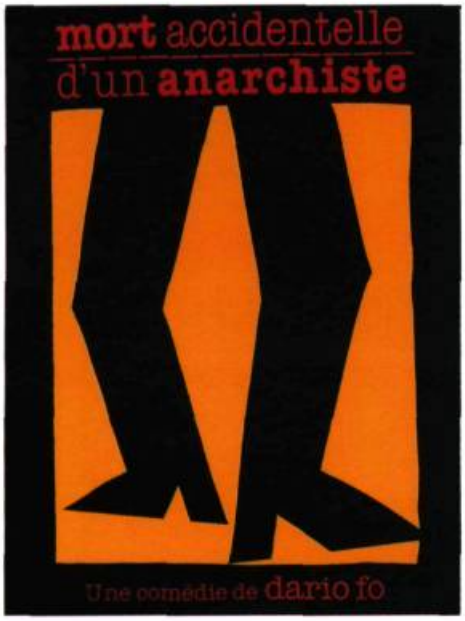
Pour Vittorio, les affiches doivent assumer un rôle essentiellement culturel, bien au-delà de la simple communication marchande. « C'est l'art dans la rue ! » s'exclame-t-il. Et d'expliquer avec passion que chacune d'elles est l'occasion d'enrichir le quotidien de la collectivité, grâce aux idées qu'une image forte permet de véhiculer. Et de fustiger vertement une bonne part de la production actuelle, qu'il assimile à de simples illustrations sans âme qui sont, selon lui, autant de rencontres ratées, autant de belles occasions manquées d'exposer le passant à « autre chose ».

LE TRAVAIL INVISIBLE DE L'AFFICHE

D'abord, arrêter le regard. Un jeu d'enfant, pour celui qui a le sens inné des contrastes et des couleurs, qui tranchent et découpent les formes pour un maximum d'impact. Conçues de manière à interpeller le passant, elles transforment aussitôt celui-ci en « regardant », une expression du jargon des arts visuels qui indique que la personne considère activement l'image alors que le « spectateur », par contraste, l'accueille passivement.

Une fois le regard saisi au piège des couleurs, capter l'esprit. C'est ici que l'affichiste véritable, d'expliquer Vittorio, se distingue du simple illustrateur. Ce dernier se contente de créer une image à partir d'un événement, comme le temps fort d'une pièce, par exemple. Le second cherchera plutôt à mettre en scène le thème, à évoquer le drame humain qui le sous-tend. Ce faisant, il s'éloigne de l'anecdotique pour tendre à l'universel, un mouvement qui, dans les meilleurs cas, lui permet de passer du savoir-faire à l'inspiration. Du métier à l'art.

Semaine du cinéma italien, 1964
Sérigraphie
60 x 44.5 cm
3e prix : Exposition Internationale de l'Affiche de cinéma de Karlovy Vary – Tchécoslovaquie 1964



Mort accidentelle d'un anarchiste, 1985
Théâtre Jean-Duceppe
Sérigraphie
133 x 81,5 cm

Kyoto, 1997
UNFCCC-COP3-KYOTO
Sérigraphie
112 x 77 cm
Conférence internationale des Nations Unies
sur l'Environnement – Kyoto (Le seul artiste canadien invité).

FEUILLE DE ROUTE : MUSÉE DU QUÉBEC EN VUE

L'an dernier, l'Institut de Design Montréal, en collaboration avec la Fondation J. Armand Bombardier, décernait à Vittorio le prix Sam-Lapointe pour l'ensemble de son œuvre. Cette distinction s'ajoutait à une longue liste de prix nationaux et internationaux remportés par l'affichiste montréalais qui figure dans *l'Encyclopaedia Universalis* (1982) et dans le *Who's Who in Graphic Design* (1994). Parmi les prix remportés (impossible de les citer tous) mentionnons le *Prix Möbius de l'International Advertising Awards de Chicago* (1998); le prix hommage de la CAPIC (Association canadienne des photographes et illustrateurs en communications) (2000); le prix d'excellence du *Toronto Art Director's Club Exhibition* (1979); et les premier et deuxième prix du *Chicago 1976 Graphic Arts Exhibition*.

L'universel, Vittorio y vise et, plus souvent qu'autrement, y parvient. *Sa feuille de route*, si bien garnie en prix et distinctions, en témoigne amplement. Ainsi, l'affiche (toujours actuelle presque 25 ans plus tard) réalisée pour la Fondation canadienne des toxicomanies, qui lui a valu le premier prix de la *Chicago '78 Graphic Arts Exhibition*. L'artiste y prend résolument le parti de l'humain, de la personne, plutôt que celui de la société, ce qui aurait forcément donné une approche plus répressive. Quelques coups de crayon lui suffisent à exprimer le désarroi et la tristesse, auxquels fait contrepoids une pomme qui, tenue bien haut, projette l'image de l'espoir, toujours vivant.

Revenons à notre passant. « Tiens, de quoi s'agit-il? », se demande-t-il. Arrêt sur image. Rapide effort de décodage et de traitement de l'information, au terme duquel un thème émerge, comme c'est presque toujours le cas avec ce type « d'art de la rue », qui vise une certaine transparence. Mais dans le cas de l'affiche signée Vittorio, celle-ci se double d'une certaine opacité. D'un résidu de sens. Ou plutôt, de non-sens. En effet quelque chose, au sein même de cette belle clarté de la communication, résiste. Quelque chose qui décroche, qui détonne presque. Interrogation. Points de suspension... Pendant ce temps très long (quelques fractions de seconde) le regard délaisse ce dur labeur de l'esprit et revient aux formes. S'y attarde. Prend le chemin des écoliers, glisse insensiblement sur une ligne fluide et mouvante, caresse une volute, soupèse des proportions. Oscille entre deux taches de couleur. Puis retour du sens et du non-sens, qui se bousculent et se chamaillent, provoquant un soupçon. Éveillant à nouveau la question, qui se fait insistante, persistante: pourquoi ce détail, qui ne cadre pas avec le reste?

Et voilà. Pendant ces quelques secondes, le passant a été happé par une image. Et celle-ci a laissé sa trace. Quelques secondes qui ont suffi à cet affichiste d'une efficacité redoutable pour accomplir sa mission : attirer notre attention sur une idée, un événement, un produit, et en graver l'image dans notre esprit. Du bon « branding », comme on dit en langage publicitaire.

Une clé de ce processus provient de ce que l'on a basculé, sans s'en rendre compte, dans ce que Vittorio appelle un « troisième niveau », un espace essentiellement non verbal où sens et non-sens s'affrontent et valsent allègrement, sans se soucier du « qu'en pensera-t-on ». Plus que le statut de l'affiche comme médium, c'est ce constant effort de hisser la communication à ce registre qui fait du travail de Vittorio une œuvre à part entière. La meilleure mesure, le meilleur indice de ceci se révèle avec le temps, qui a tendance à estomper et à effacer des mémoires le produit ou l'événement qui a été représenté par l'affiche, tandis que la représentation, elle, poursuit son chemin, issue qu'elle est d'un créateur qui possède, justement, le don de lui insuffler une vie propre. □

Vittorio Venise Valcourt
Centre culturel Yvonne L. Bombardier
1002, avenue J.A. Bombardier
Valcourt
Téléphone : (450) 532-2250
Du 22 janvier au 8 avril 2002

Musée du Québec
Parc des Champs-de-Bataille
Québec
Téléphone : (418) 643-2150
Sans frais : 1 (866) 220-2150
Dès septembre 2003