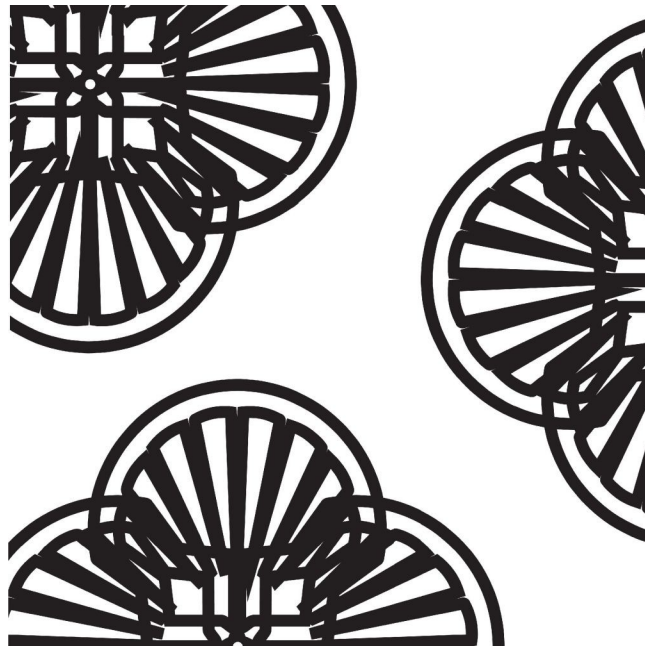


Petit Lieu de l'Art Contemporain



"(C)ouverture exceptionnelle"

Soazic Bruneau

Exposition du 19 mars au 8 mai 2017

Ouverture 24h/24h et 7/7j.

Visite Libre.

Commissariat :
Florian Bruno

◦ [Galerie Virtuelle](#) ◦

[Site de l'artiste](#)

Évidemment, depuis les années soixante-dix et quatre-vingts, de nombreux artistes ont décidé de critiquer la société de consommation, tout du moins, d'analyser certains rouages de notre société.

Le spectateur rompu à l'art pourrait même se demander quel est l'intérêt de continuer à étaler les dérives de la surproduction mondiale. Je pourrais répondre qu'il n'est jamais inutile de faire une pique de rappel de temps à autre, que ce soit sur ce sujet, ou sur un autre. De plus, avec un tel raisonnement, il n'y aurait plus aucune avancée artistique : pourquoi refaire une photographie d'un objet qui a déjà été immortalisé ? Car selon le talent, la technique et surtout la personnalité du plasticien, l'œuvre, bien entendu, sera différente.

Le plus important n'est-il pas de comprendre et analyser un travail ? Découvrir le cheminement qui a permis d'arriver à ces observations n'est-il pas le plus jouissif ?

Nous voici donc face au travail graphique de Soazic Bruneau. Dans la série « (c)ouverture exceptionnelle », l'iconographie publicitaire est mise à mal par la plasticienne. Dès le titre, la lettre « C » est entre parenthèse, annonçant le fait que le spectateur va devoir analyser, réfléchir et voir plus loin que de simples images. « Ouverture » fait évidemment penser aux soldes, aux acquisitions du consommateur, mais la couverture est une protection ainsi qu'une alarme sur cette masse d'informations relayés par les écrans et panneaux. De plus, cette parenthèse qui cache une lettre pousse à creuser, à gratter, à jouer à l'archéologue afin d'y voir un peu plus clair.

Parmi les images visibles : des logos, des photographies recrées par un dessin, des parties à colorier ou à dessiner, des slogans... qui n'ont jamais été vus mais qui paraissent familiers. Soazic a certes analysé les clichés (dans les sens de reproduction et de poncif), mais ils sont devenus des proies, des objets qui vont devenir eux-mêmes de nouvelles publicités qui pourraient exister. Le spectateur participe donc mentalement à la reconstitution de symboles que les annonceurs ont réussi à nous inoculer. De plus, ce travail est généralement montré dans les lieux d'expositions, non pas sur un mur, mais imprimé sur des centaines de feuilles, accompagné de stylos, feutres et crayon de couleurs afin que le spectateur puisse lui-même participer à la création de manière naturelle d'une « œuvre publicitaire », en y mettant ses propres couleurs ou slogans.

Le travail de Soazic Bruneau nous permet donc de réfléchir à notre propre rôle de consommateur, pris dans un tourbillon d'informations qui restent gravés dans nos têtes (que nous soyons réticents ou non à la société qui nous entoure), nous façonnent et s'insinuent à l'intérieur même de notre être.

Florian Bruno