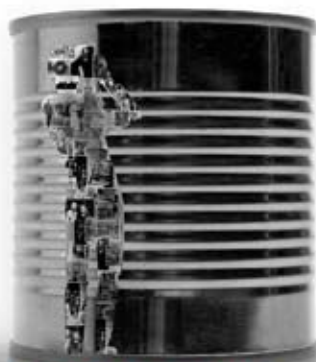


sténopé présente

nicéphore + 166

LE FESTIVAL



*de la pub...
de la pub...
comme d'un art ...*

7^{ème} Festival International de la photographie et de l'image fixe

Clermont-Ferrand du 6 au 22 Octobre 2006

www.stenope-clermont.com

Les Volcans

Une Librairie Privée

80, Bd François-Mitterrand
à Clermont-Ferrand

partenaire officiel
de nicephore + ... depuis sa création

vous invite à découvrir
toute la bibliographie
du festival

ouverture
en continu
10h - 19h
du lundi au samedi



Les plus belles images
Les plus belles images
de la pub
de la pub
sont aussi dans les livres

www.volcans.privat.fr

Consultez les sélections d'ouvrages de nos libraires
Faites des recherches parmi plus de 200 000 références illustrées
Prenez connaissance des signatures et animations organisées à la librairie



à Clermont-Ferrand

du 6 au 22 octobre 2006

Festival International de la photographie

NICEPHORE + 166



De la pub comme d'un art

La publicité fait désormais partie intégrante de notre paysage audio et visuel quotidien. Enfant gâtée et chérie de la religion cathodique, elle a envahi tous les espaces de communication et s'est imposée comme le vecteur le plus à même d'impressionner les esprits, y compris à leur corps défendant. Au point même d'avoir supplanté la stricte information sur son propre terrain. Et ce tant et si bien, que cette dernière tente de puiser dans les techniques de son incontournable et encombrante rivale les moyens de "raccoller" un public inconstant et volage. Un mal pour un bien, et, hélas en ce domaine, un mélange des genres pas forcément toujours très pertinent, ni même très glorieux.

Il n'en demeure pas moins qu'en s'imposant comme medium référent, la publicité est devenue un des espaces de création les plus dynamiques et les plus innovants qui soit. Le lieu privilégié d'une expression libre et exubérante, s'autorisant toutes les audaces, capable, à la fois, de s'adresser au plus grand nombre et de transgresser les tabous les plus tenaces, voire d'interpeller les consciences et, il va sans dire, faire s'infléchir bien des comportements.

S'affranchissant des limites de la simple "réclame" elle est devenue le terrain d'une expérimentation artistique débridée et infinie, susceptible de produire d'authentiques chef-d'oeuvres. Nombre d'annonceurs reconnus n'hésitent plus, dès lors, à confier leur image à celles d'artistes tout aussi prestigieux, subordonnant ainsi, et de plein gré, leur nom propre à l'aura d'une signature.

Ainsi s'est opéré un glissement progressif du produit à l'image puis de l'image à l'image de marque. Un pari gagnant pour les uns, une aubaine pour les autres qui laissent le champ libre à une exaltation et à une énergie créatrice porteuse de nouvelles traductions de nos icônes, aussi exubérantes que salvatrices.

C'est donc sur ces fils de pub que le festival Nicephore + 166 veut étendre ces expositions, et tenter de montrer que, lorsqu'elle n'est pas maladroitement galvaudée, la véritable création n'a à se soucier ni de ses chemins de traverse ni même de ses supports. Et que peu lui importe les flacons dans lesquels elle est distillée pourvu qu'elle connaisse l'ivresse de nouveaux horizons et conserve l'essence et le sens de l'art.

Patrick Ehme
directeur artistique
du festival



LAGENDA

PHOTO PLUS

SMTCS



GALERIES Lafayette



NICEPHORE + 166

du 6 au 22 octobre 2006

Centre Camille Claudel (ex Loisirs et Rencontres)
3, rue du Maréchal Joffre
lundi au samedi 14h/19h

Soirée Sténopé vendredi 13 octobre à 21h
Entrée Libre



BE DIFFERENT

Fabrice FOUILLET

© Fabrice Fouillet



Le milieu de la presse magazine donne souvent au photographe l'occasion de s'exprimer comme bon lui semble si l'idée ou le concept paraît intéressant ou drôle... Cette liberté est plus restreinte en publicité. Il s'agit donc d'essayer d'être créatif lorsque l'on nous le demande et cela serait dommage de ne pas saisir cette chance. Trouver une idée originale et déclinable en série tout en gardant le produit à l'esprit. Car c'est lui qu'on vend et il doit rester lisible.

Je souhaitais photographier des accessoires de mode sur fond de papiers journaux mais il manquait quelque chose. Utiliser des journaux de pays différents était intéressant d'un point de vue graphique et typographique, mais il manquait encore quelque chose... Un objet se rapportant directement au produit tout en conservant l'idée du papier... Une jambe, une main, un bouquet de fleur ou une ceinture, confectionnés dans le même papier !

Concernant la série des « personnages-accessoires », la difficulté fut de donner apparence humaine à des personnages virtuels faits de divers sacs à main et autres accessoires. Postures crédibles et respect des proportions s'imposaient.

Un grand merci à Christian kleemann, styliste de talent, sans lequel ces photos n'auraient pas vu le jour.

Aurélien DUPUIS

© Aurélien Dupuis

Le style des séries photographiques d'Aurélien Dupuis, qui mêle une volonté d'hyperréalisme à des mises en scènes improbables, presque oniriques, révèle sa double formation, artistique et technique. Ses personnages sont isolés dans des compositions vides, ou des lieux imaginaires déserts. Il opère une permutation des codes de la photo d'objet et de la photo de mode : ses natures mortes obéissent aux principes de mise en scène et de lumière habituellement utilisés dans la mode : l'objet personnifié est en mouvement, les compositions leur prêtent des intentions, ou des sentiments.

À l'inverse, ses personnages immobiles, maîtrisés, sont traités comme des objets. Dans cette inversion des codes des deux univers, l'objet, dynamique, prend vie, tandis que le sujet se fige.

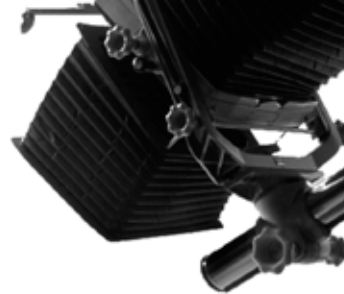




NICEPHORE + 166

du 6 au 22 octobre 2006

Musée du Ranquet (Hôtel de Fonfreyde)
rue des Gras
mardi au samedi 10h/18h
dimanche 10h/12h - 14h/18h



Bruno FABBRIS

© Bruno Fabbris

Bruno Fabbris est né en champagne en 1960, il arrive dans les années 1980 à Paris pour y fréquenter les ateliers d'art et de peinture. Plus tard, l'intérêt grandissant pour la photo le pousse à faire un choix déterminant. Il explore alors l'univers du noir et blanc, de la prise de vue au tirage.

Dans les années 1990, la rencontre avec sa femme le pousse définitivement dans la carrière de photographe.

Elle devient son agent.

Rapidement il décroche ses premières publications en France, en Italie ou à Londres. Il fait alors le choix de travailler essentiellement dans l'univers de la beauté. Il réalise des campagnes pour l'Oréal, Guerlain Helena Rubinstein ou encore Maybelline New York....



Parallèlement à son travail de commande, il s'attache à continuer ses recherches personnelles. Régulièrement, il développe des thèmes en vue d'exposition en un lieu parisien ou dans son propre loft qui lui sert également de studio dans le très charmant quartier Mouffetard.



NICEPHORE + 166

du 6 au 22 octobre 2006

*La Tôlerie
10, rue Bien-Assis
tous les jours sauf le lundi 15h/19h*

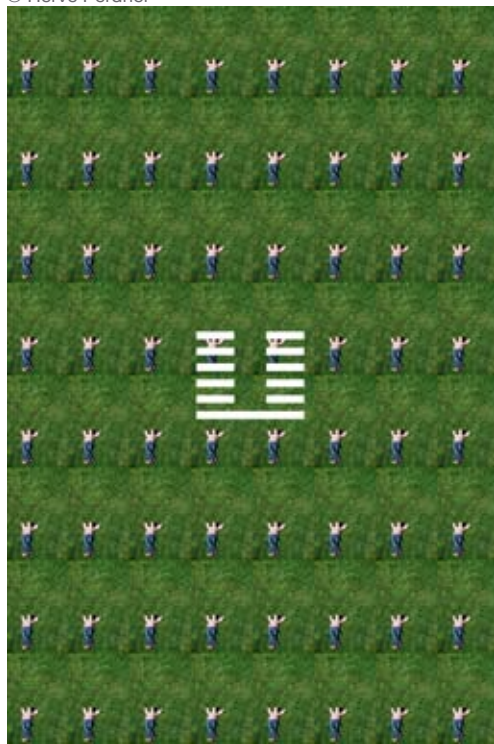
**Inauguration du festival
vendredi 6 octobre à 19h**



Hervé PERDRIEL

Yi Jing

© Hervé Perdriel



Texte fondateur de la civilisation chinoise, le Yi Jing est un livre de sagesse, le grand livre des énergies Yin et Yang qui permet à chacun de mieux se connaître. Séduit par la puissance de cet ouvrage, j'ai décidé d'en illustrer chacun des 64 chapitres. La simplicité et l'efficacité du texte original évoquant presque des formes publicitaires, j'ai choisi pour l'illustrer d'adopter une forme d'affiche de publicité, publicité pour la sagesse bien entendu.

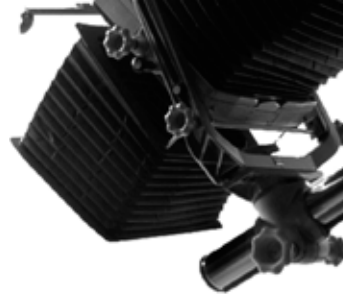
Les illustrations sont des collages photographiques de paysages urbains ou de personnages, traités comme des pictogrammes.

Au centre, le titre du chapitre, représenté dans sa forme originale, interpelle comme un slogan : « crée », « sois réceptif », « préserve-toi », « sois en mesure »...

Entre Orient et Occident, connaissance de soi ou connaissance du monde, enseignement ancestral et modernité, ces illustrations sont des fenêtres sur un autre monde que je vous invite à découvrir.

Hervé Perdriel

La Tôlerie
10, rue Bien-Assis
tous les jours sauf le lundi 15h/19h
Inauguration du festival
vendredi 6 octobre à 19h



Three forms

Matthieu DELUC

Dalissimo © Matthieu Deluc



Circus © Matthieu Deluc



Si, après avoir exercé de multiples activités professionnelles, aussi diverses que variées, Matthieu Deluc est devenu photographe, il le doit en grande partie au hasard. Remarqué pour son style, les commandes affluent rapidement, lui permettant ainsi de l'affirmer, d'acquérir l'expérience et de développer l'originalité pour laquelle, aujourd'hui, il est très demandé.

Evoluant essentiellement dans l'univers de la mode et de la publicité, ses travaux se composent d'images volontairement graphiques, teintées d'humour ou de glamour.

Ses références sont étroitement liées à l'histoire de l'art sur laquelle il essaie de rebondir pour proposer de nouvelles formes, de nouveaux thèmes ou de nouvelles interprétations. Dans ses images, Il s'attache à apporter dès que possible une note créative personnelle.

Parmi les principales sociétés qui font appel à ses services et à son talent, on compte Cimmaron, Diesel, BNP-Paribas, Air France, 3Suisses, SFR, EDF, etc.



Les dieux du stade © Matthieu Deluc



NICEPHORE + 166

du 6 au 22 octobre 2006

"La Galerie" des Galeries Lafayette

4^{ème} étage - Place de Jaude

lundi au samedi 9h30/19h30

dimanche 15 octobre 10h/19h

Vernissage samedi 7 octobre 18h30



Bernard MATUSSIÈRE

© Bernard Matussière



Évoquant la création photographique en publicité, il eut été osé, pour ne pas dire indécent, de faire l'impasse sur les images qui, depuis plus de dix ans, dispensent des "leçons de séduction" auxquelles nul, aujourd'hui, ne peut plus se soustraire (mais le souhaiterait-on vraiment ?). Illustration on ne peut plus éclatante de ce que veut être le propos de ce festival, le travail de Michel Perez et de Bernard Matussière démontre que la photographie publicitaire, lorsqu'elle est bien pensée et bien faite, peut non seulement remplir le rôle pour lequel elle a été conçue, mais également donner naissance à de réelles œuvres photographiques. Œuvres à même d'outrepasser leur vocation première pour devenir, au gré de ces "saisons du plaisir" distillées chaque année, d'authentiques icônes. Symbole éclatant de ce qu'est l'image d'une marque, ces photographies sont également synonymes de tout...

Michel PEREZ

...ce qui flirte (plus de près que de loin) avec la lingerie fine, de l'extrême sophistication d'une image érotique et de l'incarnation d'une sensualité chic autant que débridée. A tel point qu'échappant aux supports affichés qui leur étaient dévolus, et leurs auteurs eux-mêmes ayant conquis le droit de donner plus libre court à leur créativité, ces photographies ont fait l'objet d'un ouvrage sur "l'art d'aimer" et se déclinent désormais sous forme d'agenda.

Marketing sans doute (mais n'est-il pas ici question de publicité ?), mais répondant, en outre, et quitte à en provoquer le besoin, à un fantasme secret et collectif. Qui, en effet, n'a pas rêvé un jour de pouvoir effeuiller, réapprendre et réciter à l'envie, ces provoquantes "leçons" de séduction, autant d'images et de visions sublimées comme une aubade offerte à l'éclatant objet de nos désirs ?

© Michel Perez





www.kodakexpress.fr

OFFRE VALABLE DU 9 AU 20 OCTOBRE 2006
sur présentation du programme nicéphore + 166

+1€ = 1 clé USB!



256M^o

**2 films développés
= 1agrandissement
15x20 cm
encadré!**



OFFRE SPECIALE PENDANT LE FESTIVAL

tous vos produits en ligne sur www.photoplus.mbclient.com

Digital Solutions

39 rue des Gras 63000 Clermont-Ferrand 04 73 31 01 12

www.photoplus-clermont.fr

info@photoplus-clermont.fr



NICEPHORE + 166

du 6 au 22 octobre 2006

Centre Culturel Georges Brassens
rue Sévigné

lundi au vendredi 14h/18h

Vernissage jeudi 12 octobre à 18h30



Mi-Hyun KIM

© Mi-Hyun Kim



Mi-Hyun Kim reprend à son profit l'attitude chère aux avant-gardistes : toute chose est porteuse de beauté ; même l'objet le plus trivial. En quelques touches qu'elle agence en séries d'images, elle construit un monde onirique.
(Dominique Gaessler)

C'est en effet avec un grand raffinement que Mi-Hyun Kim développe ses variations sur les natures mortes. Fruits, fleurs, objets inanimés de notre quotidien atteignent dans ses photographies à une aura poétique à nulle autre semblable. Elle sait nimer chaque chose d'une subtile douceur qui semble les animer, transmettant tantôt une odeur, tantôt des sensations tactiles, sollicitant toujours une adhésion quasi physique à son univers.

Mais la pertinence de son approche des choses inanimées trouve aussi un écho dans les images de reportages qu'il lui arrive de réaliser. Un couple enlacé, entraperçu, semble soudain surgir des pages d'un roman, et ce buveur solitaire, nous apparaît comme réfugié, apaisé dans l'univers de la photographe. C'est la force de ses images, comme si leur sujet semblait s'y être installé de lui-même : elle ne force pas le monde à son regard, elle l'accueille avec affection.

Si Mi-Hyun Kim mène avant toute chose une recherche personnelle, elle est aussi l'auteur de campagnes publicitaires (Dom Pérignon, Cacharel...) et elle collabore régulièrement avec diverses publications spécialisées.

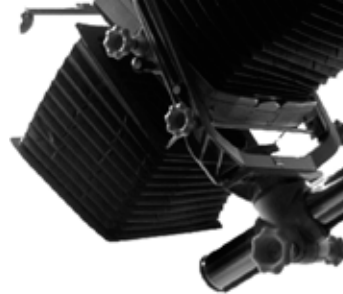
Régulièrement exposé (Musée National d'Art Moderne de Corée, BPI du Centre Georges Pompidou...), son travail est présent dans de nombreux catalogues et publications collectives.



NICEPHORE + 166

du 6 au 22 octobre 2006

Espace Municipal Pierre Laporte
Centre Jaude
du mardi 10 au samedi 21 octobre
12h/18h



Extrait des stocks

Denis POURCHER

Cette expo se montre démonstrative sur l'activité qu'est la photo publicitaire, donc nous retrouvons là un extrait du book du photographe où apparaît essentiellement humour et dérision à l'anglais ; quelques uns se reconnaîtrons ; à ne pas manquer.

Le mage interplanétaire Raël et avant lui David Vincent les avaient vus, Denis Pourcher en est :

EXTRATERRESTRE !

Cet homme est un gag à lui tout seul.
Tour à tour shooter génial ou gaffeur invétéré...
Un art certain de l'élégance dans le dérapage contrôlé !
Fils spirituel de Kubrik (qu'il adore) et de Jacques Tati (qui lui ressemble), cette légende urbaine «so glitter» s'impose !
Denis Pourcher, j'aime décidément beaucoup ce que vous faites et encore plus ce que vous êtes.

Isabelle Lavest/Europe 2

© Denis Pourcher



Ceci n'est pas
une pub !



3, rue d'Enfer - 63000 Clermont-Fd - 04 73 14 44 04 - queyriaux.communication@wanadoo.fr



NICEPHORE + 166

du 6 au 22 octobre 2006

Notre-Dame de la Rivière
Beaumont

mardi au samedi 10h/18h

dimanche 10h/12h - 14h/18h

Vernissage vendredi 13 octobre à 18h30



sténopé

Jenô DETVAY

Jenô Detvay a récemment créé une série d'affiches géantes mettant en scène un certain «Jenô» censé exécuter les tâches fondamentales du consommateur et de l'être humain.

Comme dans les films des années 60, les affiches de Detvay représentent nos besoins biologiques (manger, boire, dormir, se laver, faire l'amour, bouger, etc.) d'une manière plus austère et moins idéaliste que celle d'Andy Warhol, mais plus proche de l'abject de Julia Kristeva. Cependant, il développe ces pensums afin de révéler nos désirs ambigus, aussi bien sensuels que spirituels, liés au corps. Ces désirs sont dirigés vers la création, l'amour, le progrès, la propreté, le vol, la transcendance et les rêves (désirs dépendant exclusivement du pouvoir manipulateur des images publicitaires).

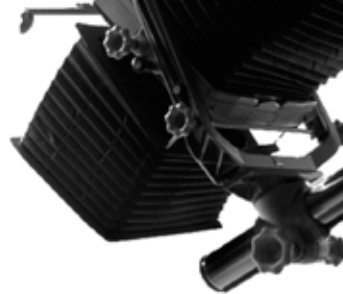
Pourtant, à l'opposé du monde de Warhol, Detvay adopte la nature morte, à l'instar de Wols, et lui impose une claustrophobie typiquement Mitteleuropa, déguisée par l'illusion du langage visuel universel de l'affiche géante, avec ses clichés primitifs, sa taille monumentale et sa perfection technique.

Extrait de : «Sois malin, Jenô !»
sur le site internet de la galerie BOLT
par János Sturcz

Traduction : Budapest, le 22 février 2001 Rachel et János Hideg

© Jenô Detvay





l'art de la pub vu d'ici...

André Hébrard

Annette Jourde

Bruno Ribiere

Caroline Michy

Carlos Da Costa

Christian Daures

Christian Petitalot

Jean-Claude Labourier

Didier Lutz

Danyel Massacrier

Liliane Chaucot

Karine Joannet

Jean-Gérard Sidaner

Pascal Jupillat

Michel Vasset

Marcel Sergère

Régis Guillot

Patrick André

Philippe Mallaret

Tilo Rausch

Stan Frantz



NICEPHORE + 166

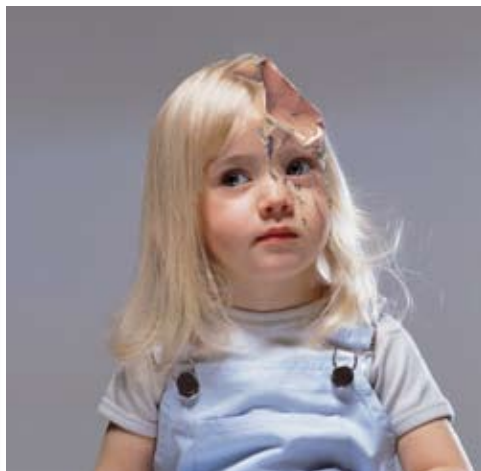
du 6 au 22 octobre 2006

*Fal Expo
25, Place Delille
tous les jours 14h/19h*



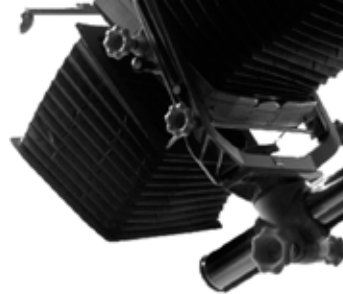
Laurent SEROUSSI

© Laurent Seroussi



Cette exposition aura bien lieu



*Logidôme**14, rue Buffon**lundi au vendredi 10h/18h***Vernissage mardi 10 octobre à 18h30***L'objectif et l'objet***Kyu-Ho KIM**

J'aime l'objet publicitaire.

Original, parfois festif,

Il stimule l'imaginaire

Du photographe créatif.

Quand, sur l'objet, son œil se pose,

Il voit ce que chacun peut voir;

Et son objectif le transpose,

Le transforme : curieux miroir !

En se jouant de sa lumière,

Un briquet devient papillon,

Une modeste cafetière

Décolle dans un tourbillon.

Le jeu l'excite et l'accapare

Et, s'il maîtrise son sujet

Il goûte alors l'instant trop rare

Où l'on fait corps avec l'objet.

Pierre Coello

© Kyu-Ho Kim





à Clermont-Ferrand
du 6 au 22 octobre 2006

Festival International de la photographie

NICEPHORE + 166



Remerciements

L'association Sténopé tient à remercier tous ceux qui se sont engagés à ses côtés pour que ce festival existe et tout particulièrement :

Le Conseil Général du Puy-de-Dôme
Le Conseil Régional d'Auvergne
Clermont Communauté
La Ville de Clermont-Ferrand
Le Syndicat Mixte des Transport en Commun de l'agglomération clermontoise
La Mairie de Beaumont
Le CRDP
La DAJL :
 Le Centre Culturel Georges Brassens
 Le Centre Camille Claudel (ex Loisirs et Rencontres)
Le personnel de l'Espace Municipal Pierre Laporte
Le service communication de la ville de Clermont-Ferrand
Le Corum Saint-Jean
Le personnel de l'Hôtel de Fonfreyde (Musée Ranquet)

Véronique Perron des Galeries Lafayette
La Librairie des Volcans
Logidôme
FALexpo
La société Diazo1
Photo Plus
L'imprimerie Decombat
Eliane Beretta
Raymond Vialon de la galerie vrais rêves

Tous les annonceurs qui ont permis l'édition de ce programme
Tous ceux qui, de près ou de loin, soutiennent le festival
et bien sûr tous les photographes, d'ici et d'ailleurs, pour leur confiance
leur présence et leurs images

vous donnent d'ores et déjà rendez-vous en novembre
à l'hôtel de Fontfreyde (musée du Ranquet) pour l'exposition de :

Bogdan Konopka

- Résidence 2005 à Clermont-Ferrand -

Deuxième photographe invité à séjourner à Clermont, dans le cadre de la résidence d'artiste mise en place par la Ville, à l'initiative de l'association sténopé, Bogdan Konopka a pu déambuler à loisirs dans la capitale auvergnate pour tenter d'en saisir, à sa manière, tout ce qui, à ses yeux, en fait l'originalité ; le charme, clinquant ou discret ; l'histoire, en devenir ou celle presque oubliée... l'âme, en un mot, à l'apparence aussi noire que la pierre de laquelle elle s'est nourrie mais cependant riche d'un patrimoine et d'un passé prestigieux et ambitieuse quant à son devenir. Ainsi, avec ce regard qui lui est si personnel, a-t-il su, au détour d'une rue ou à l'ombre d'une cour, au hasard d'une promenade ou dans la tourmente d'un chantier, saisir les stigmates de ce qui en fait sa si particulière et véritable identité. Avec ses élans et ses espoirs mais aussi parfois ses plaies ou ses détresses...



© Bogdan Konopka

C'est donc le résultat de ces pérégrinations buissonnières que l'association sténopé et la Ville de Clermont tenaient à présenter au public, en marge du festival. Comme un hors cadre pour des images à l'image de l'artiste : à la fois attaché à la mémoire des choses et quelque part empreint d'une évidente nostalgie venue _ qui sait ? _ de sa Pologne natale ; et cependant incontestablement et définitivement moderne. Une carte blanche pour des "cartes" du temps écrites en noir et blanc.

P. E.



© Bogdan Konopka

nicéphore + ...7 ans déjà



rendez-vous pour la 8^{ème} édition... du 5 au 21 octobre 2007

Du 6 au 22 octobre 2006
à l'occasion du festival
nicéphore + 166

les

G A L E R I E S
Lafayette

vous invitent à découvrir

“La Galerie”

espace d'exposition
au 4^{ème} étage du magasin

ouvert sans interruption
du lundi au samedi de 9h30 à 19h30
ainsi que le dimanche 15 octobre de 10h à 19h
à l'occasion des

3J