

[ITW] FRANK LORIOU : LES YEUX DE LA MUSIQUE

LE 2 DÉCEMBRE 2010 LARA BESWICK

Vous avez forcément déjà tenu une oeuvre de Frank Lorient entre les mains, de par son travail sur les pochettes de disques des plus grands artistes français. Rencontre avec un oeil au service de la musique, mais pas seulement.

Nous avons rencontré **Frank Lorient**, photographe et graphiste indépendant. Spécialisé dans la réalisation d'artwork de disques, il a réalisé de nombreux visuels pour des artistes de renom tels que Manu Chao, Yann Tiersen, Dominique A, Arthur H, Thomas Fersen, Olivia Ruiz, Tété, Arno, JP Nataf...

Il développe en parallèle un travail photographique personnel dont il publie en auto-édition en 2009, une première série dans un livre intitulé « Tout est calme ». Vous pourrez trouver l'ensemble de cette série plus d'autres éléments de l'oeuvre de Frank Lorient jusqu'au **15 janvier au Forum de rencontres à Montparnasse**.

Pourrais-tu commencer par nous expliquer en quelques mots ton parcours ?

Je suis autodidacte en à peu près tout. J'ai travaillé longtemps dans l'imprimerie en tant que photographe, puis je suis devenu graphiste. En tant que graphiste, j'ai travaillé sur beaucoup de pochettes de disques ces dernières années, et j'ai également commencé plus discrètement un travail photographique personnel, que je ne n'ai rendu public qu'assez récemment, avec la publication d'un premier livre en auto-édition, en "auto tout".

Tu as donc commencé essentiellement avec des covers d'album quand tu étais graphiste ?

J'ai été responsable du service graphique de Virgin France, et là j'ai commencé à faire pas mal de pochettes, dont l'album *Clandestino* avec Manu Chao, *Le Phare* de Yann Tiersen, etc.



Petites précisions, quelles sont les différences entre graphiste et illustrateur ?

Les illustrateurs dessinent, peignent..., les photographes photographient, et les graphistes, eux, mettent en scène le tout en y apportant leur sensibilité, leur univers. Ce sont un peu les designers, les architectes de tout ça. Ils retravaillent éventuellement graphiquement les images, y intègrent la typographie.

Tu as donc d'abord été embauché chez Virgin. Ça n'a pas commencé avec des amis musiciens qui t'ont demandé un service ?

En fait, pour être plus précis, je travaillais dans une photogravure à Paris et certaines personnes chez Virgin me connaissaient. Lorsqu'ils ont eu besoin d'un graphiste ils m'ont proposé le poste.

Quand tu évoques tes "photos personnelles" que tu as préféré ne pas

divulguer dans un premier temps, était-ce parce que tu craignais de ne pouvoir dépasser l'étiquette de "faiseur de pochettes"?

C'est surtout une autre discipline. Le graphisme était vraiment mon activité principale, et celle dans laquelle j'étais le plus compétent. La photographie était ma cour de récréation, dans laquelle j'ai encore beaucoup à apprendre. J'avais juste envie de faire un travail vraiment personnel, dégagé de toute la pression des travaux de commande. D'ailleurs ma première série principale est vide de toute présence humaine, à l'opposé de mon travail dans le disque. Ceci dit, ces photos ne parlent que d'humanité finalement.

Pour revenir un peu sur le disque ou plutôt les visuels, tu utilises quasiment toujours des portraits ou du moins, les artistes sont représentés dessus. Pourquoi?

Les portraits, c'est une histoire assez culturelle. Dès qu'on fait une pochette de disque pour la France c'est un portrait. Sur la pochette du dernier album de Yann Tiersen, qui vient d'être signé directement par un label anglais, on a pas mis de portrait mais la photo d'une voiture dans une forêt, et les anglais ont dit : "Wow, great!", alors qu'en France il aurait fallu l'imposer au label, très probablement.

Et pourquoi selon toi, le français a-t-il besoin de la tête de l'artiste sur la pochette?

Eh bien on dit, et je suis assez tenté de le croire, que ça viendrait de la culture religieuse des pays. C'est à dire que les français, comme les Italiens sont des pays catholiques et que dans le catholicisme on passe par l'image pour exprimer ce qu'on a à dire. Par exemple, un Christ sanguinolent représente la souffrance de la crucifixion. La religion protestante a totalement aboli toute représentation de Dieu, et communique par des mots, ou des signes graphiques.

La croix, c'est deux traits, la référence ce sont les écritures. Et comme par hasard, les pays anglo saxons, d'obédience protestante, ont une vraie culture de la typographie et du signe, alors que les pays comme le nôtre ont besoin d'incarnation, de représentations visuelles.

On pourrait presque dire que les protestants s'adressent aux gens comme à des adultes, capables de comprendre des pensées assez subtiles, alors que les catholiques s'adressent aux gens comme à des enfants, qui ne sauraient pas lire et auraient besoin d'images.



En France, on le retrouve souvent dans la communication. Il faut une photo ! Les mots ne suffisent pas. Peut-être sommes-nous davantage à la recherche d'émotions. C'est un vecteur d'émotion de croiser un regard, qu'il y ait une forme d'incarnation à projeter sur la musique ensuite.



Je travail avec beaucoup de timides qui n'ont pas une folle envie de se montrer. Je dois aider à le faire sans avoir le sentiment de se trahir. Dans la variété française, il y a des gens qui adorent se montrer! Mais moi, les artistes avec lesquels je travaille, c'est plutôt des gens pour qui c'est une contrainte donc je les aide à se montrer sans se voiler ou alors en dévoilant des choses qu'on ne voit pas trop sur une pochette. Moi, c'est toujours un peu l'émotion qui dirige mon travail finalement.

Tu as sorti le livre "Tout est calme" il y a un an environ. L'idée s'est concrétisée parce que tu avais le matériel nécessaire ou as-tu créé ce matériel pour le bouquin?

J'ai fait pas mal de métiers, j'ai été vendeur en librairie, puis imprimeur, graphiste, photographe, donc j'avais toutes les compétences nécessaires pour me lancer dans un tel projet. En 2008, j'ai tenu un journal photographique, pour lequel j'ai produit beaucoup d'images.

Ensuite, j'ai fait un tri assez radical pour n'en garder que l'essence. Ces images sont plutôt humbles. Elles s'appuient essentiellement sur le quotidien et avaient besoin les unes des autres pour prendre vraiment leur dimension. Le livre était le support idéal.



En même temps je faisais un peu le parallèle avec la crise du disque, et et je me disais : "Voilà, je vais passer des mois à courir les bureaux des éditeurs en parfait inconnu, qui vont m'expliquer qu'il y a beaucoup de photographes, qu'on sort très peu de livres et que et que ... et je me suis dit qu'au lieu de passer toute mon énergie à lutter contre la dépression, j'allais carrément éviter cette étape là. Donc je n'ai pas cherché d'éditeur, j'ai demandé des devis, estimé combien ça allait me coûter et je me suis dit que je devais pouvoir le financer moi-même.

Ensuite, j'ai procédé de la même manière concernant la distribution. Je me suis dit que j'allais monter un réseau de librairies dans lesquelles j'allais mettre mon livre en dépôt. Il est aujourd'hui en vente dans une trentaine de librairies en France que j'ai moi-même sollicitées. J'ai choisi pour la plupart des lieux importants de la photographie à Paris, comme la Galerie du Jeu de Paume, le Palais de Tokyo, la Maison Européenne de la Photographie, la librairie Flammarion de Beaubourg, et Artazart, qui m'a soutenu dès le début. J'ai fait ma promo tout seul également, peut être à tort d'ailleurs, mais j'ai obtenu quelques articles importants pour moi.

Depuis un an, je travaille ce livre comme ça. Et j'en ai déjà vendu autant que la moyenne d'un livre photo en France, c'est à dire autant qu'un éditeur normal avec un réseau traditionnel.

En chiffres ça donne quoi cette moyenne?

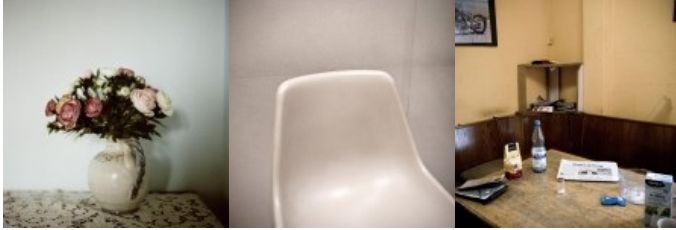
Eh bien ça n'est pas vraiment impressionnant en fait, puisque en moyenne un livre photo se vend à 300 exemplaires environ, mais j'en avais quand même vendu plus de 350 exemplaires avant d'entrer à la FNAC.

Mathieu Charron qui s'occupe des galeries photos de la FNAC a été intéressé par mes images, et m'a proposé d'occuper le forum de la Fnac Montparnasse pendant deux mois et demi. Du coup, le livre est référencé dans ces magasins depuis début novembre, et cette semaine paraît une publicité d'une demie page dans les Inrocks autour du livre et de l'exposition, puis bientôt une seconde dans Le Monde Magazine. Donc au bout d'un an à travailler tout seul, je trouve enfin un soutien et un relais, et ça fait bien plaisir.

Les deux facteurs essentiels de cette "réussite", tu m'expliquais qu'ils venaient du fait d'avoir choisi des librairies très spécialisées et d'avoir utilisé tes réseaux sociaux.

Mes premiers acheteurs ont été les gens de mon réseau, oui, c'est certain, et je les en remercie. A Paris, je suis allé majoritairement vers les librairies très spécialisées, et en province j'ai essayé d'en mettre de manière assez systématique de manière à couvrir à peu près tout le territoire, pour que les gens qui apprécient mon travail puissent le trouver assez facilement. Et sinon, bien évidemment, je le distribue moi même sur internet, via le site www.toutestcalme.fr

Je me suis vite rendu compte que le livre se vendait bien dans les librairies très spécialisées photo, et que les gens qui ont une culture photographique comprennent mieux les différents niveaux de lecture dans cette série, qui peut paraître déconcertante de simplicité pour certains.



En fait, cette série a été créée par hasard sur Facebook, il y a 800 visites et des photos qui ont été publiées sur ma page, en postant chaque jour une image prise la veille. C'est une idée assez classique finalement mais j'ai commencé comme ça. Au bout d'un moment, j'ai arrêté de poster mais j'ai continué la série pour moi. J'ai ouvert depuis **une page "art"** sur Facebook et j'ai attiré sur la page à éviter à ce que les gens doivent me demander en ami pour dire qu'ils appréciaient mon travail.

Je ne sais pas. J'imagine par ricochet ou bouche à oreille, par curiosité... En tous les cas, Facebook est le seul réseau que j'utilise, j'ai supprimé les autres.

As-tu communiqué à l'étranger ?

Non, pas vraiment. Je sauvegarde au maximum les adresses mails de mon réseau Facebook, afin de pouvoir communiquer plutôt par e-mail. Au moment où Facebook me semble saturé d'informations et d'invitations, que plus personne ne va voir, ou ne voit plus. Je refuse d'être dépendant de cet outil là. Je suis étonné du nombre de personnes avec qui je communique via Facebook, et qui ne figurent pas dans mon carnet d'adresses. Cela ne me semble pas sain, on se retrouve en situation de dépendance. J'ai **un site** depuis une dizaine d'années, un **myspace**, un **Facebook**, cela me semble suffisant.

Existe-t-il et utilises-tu des plateformes, agrégateurs de portfolios ?

Non, je dois être un peu *old school*, comme en photo où je ne travaille quasiment plus qu'en argentique. Je n'ai pas non plus envie de passer plus de temps à développer des réseaux qu'à faire de la photo. Je me tiens donc un peu à l'écart d'une sur-présence sur le net, même si je suis très actif et présent sur ces trois plateformes que j'estime être la base. Je reste curieux et demandeur d'éventuelles nouvelles formules mais elles doivent s'imposer à moi par leur pertinence.



■ **Et que penses-tu des “middlemen” de la photo?**

C'est un peu comme dans la musique, il y a les agents, les galeristes, les directeurs de festivals... Moi, je laisse un peu faire, et venir à moi ceux que mon travail intéresse. J'aimerais bien que quelqu'un me soulage, mais ma visibilité photographique est récente, et il s'est déjà passé tellement de choses. Personnellement je découvre un peu le monde “professionnel” de la photo depuis un an, alors que celui de la musique je commence à bien le connaître.

■ **A propos des droits d'auteur, mettre tes photos en ligne, c'est quelque chose qui te dérange?**

Ça dépend. Quand ma photo se retrouve sur un blog artistique pour y présenter mon travail, le mettre en valeur ça ne me dérange pas. Si je trouvais des utilisations de mes photos au service de quelqu'un d'autre ou d'une société, c'est une autre histoire. Elles ne sont pas libres de droit. J'essaie de ne pas mettre trop d'images en ligne, pour ne pas dévoiler les séries complètes, et ne pas ôter l'intérêt d'acheter un bouquin ou d'aller voir une expo.

■ **Aujourd'hui, comment gagnes-tu ta vie?**

Pas par mon livre, qui est encore déficitaire à ce jour, mais par l'ensemble de mes activités : les pochettes de disque, le graphisme plus institutionnel, ma photographie personnelle, les travaux de commandes en photo. Avec la crise du disque je me suis beaucoup diversifié. J'ai investi dans l'artistique, et mon travail photographique personnel est en train de fusionner avec mon activité dans le disque.

■ **Tu dis que tu as souffert de la crise du disque, pourtant les artistes, eux, sont toujours là ?**

Il y a autant de disques voire d'avantage, ce sont les budgets qui ont fondu. C'est-à-dire que quand les ventes de disques sont divisées par trois ou quatre, les budgets des gens qui travaillent dans le disques sont divisés par trois ou quatre.

Donc on te propose de faire la même pochette mais pour trois fois moins cher ?

Parfois, oui. Je tiens à être payé honnêtement et correctement et si on me demande des efforts, je veux être sûr que tout le monde en fasse, et que si l'album est un succès tout le monde y soit associé. Donc, je propose maintenant un genre d'intéressement sur les ventes, ce qui me permet de faire un prix serré au départ, et si cet album se met à marcher je bénéficie de son succès. J'ai un intéressement sur l'album de Florent Marchet par exemple.



Un système au pourcentage sauf qu'en France, on en est pas là encore. C'est marrant, parfois on nous dit qu'il n'y a pas de budget alors on leur donne l'alternative intéressement, et la réponse est non. Ça veut donc dire qu'ils ont l'intention d'en vendre, c'est pas très honnête.



Et encore, l'intéressement ne concerne que les ventes de disques, alors qu'en fait, c'est sur l'ensemble du projet que cela devrait être le cas. Ce n'est pas seulement la pochette d'un album que l'on produit, mais des visuels qui vont servir aussi la tournée, aux singles qui partent en radio... Le visuel sert l'image globale de l'artiste.

Valorises-tu les utilisations qui sont faites sur internet?

Dans certains labels, on touche des droits spécifiques à internet, ce qui devrait être le cas partout. Mais attention, les droits photos et les droits du graphiste ne sont pas les mêmes. En gros, culturellement, le graphiste n'a droit à rien et cède tous ses droits. Le photographe, on lui reconnaît davantage de droits. On retrouve cette théorie comme quoi la France et un pays d'image et ne comprend pas forcément ce qu'est le graphisme.

Tu aurais pu faire autre chose que du disque?

Pas vraiment, j'aime la musique au moins autant que la photo et le graphisme, si ce n'est plus. Disons que la plus belle chose qui pouvait m'arriver c'était ça.

Quel est le projet sur lequel tu as préféré travailler?

Et bien c'est toujours un peu le dernier ou le prochain. Le dernier, c'est Florent Marchet, un très bel album auquel je suis fier d'avoir participé. La plus belle collaboration, c'est probablement Yann Tiersen avec qui je travaille depuis une quinzaine d'années, et dont j'ai fait quasiment toute la discographie, avec un vrai plaisir renouvelé à chaque fois. Sur le nouvel album j'ai aussi fait les images et on a pu éviter le portrait grâce à l'aspect international de ce nouveau projet.

Yann Tiersen a aujourd'hui une vision très internationale des choses. Vision en laquelle je crois depuis longtemps, et nous avons là l'occasion de le mettre en pratique. Il a signé sur des labels anglais et américains, gère lui même ses tournées, son management. C'est un bel exemple d'autonomie et une belle réponse à la période actuelle. J'ai fait l'album d'Arno

aussi, c'était un vieux rêve de travailler pour lui. Et bien sûr Dominique A, Arthur H, Thomas Fersen, et tant d'autres. Tous ces artistes que j'aimais tant avant même de faire leurs pochettes.

Pour qui aimerais-tu travailler?

Il est parti. Alain Bashung.

Le fait que tes visuels ne vont être vus la plupart du temps que sur internet et pas en physique, ça change ton travail? L'impact n'est en effet pas pareil.

Sur Itunes, on continue de mettre des visuels de pochettes. Et puis la plupart de mes pochettes, elles sortent en vinyle aujourd'hui. Donc quand je fais celle de Yann Tiersen, je ne pense pas à la pochette du CD, mais à celle du vinyle. A notre niveau de passionnés de musique, on est pas frustrés finalement, au contraire c'est encore mieux qu'avant. Les passionnés aimeront toujours l'objet.



Y a-t-il des pochettes plus dangereuses que d'autres ? D'ailleurs c'est quoi une pochette "dangereuse"?

Ce sont peut-être des pochettes qui ne parlent pas au public concerné. Comme on a besoin aujourd'hui de vendre vite et de réussir plus qu'avant, la tendance serait de parler au plus grand nombre ce qui est souvent une garantie d'échec absolu. A vouloir toucher tout le monde, on touche personne. Alors que si on vise des niches très curieuses, très motivées, on a plus de chance de faire fonctionner le bouche-à-oreille. Mais ce public est plus exigeant, a besoin d'un univers graphique plus subtil souvent, pour s'y reconnaître.

Mais il faut que ce visuel soit également accessible à un deuxième cercle de public qui, moins curieux, va plutôt découvrir l'artiste par la radio, et ne doit pas se sentir exclu par une image très radicale. Il faut toujours lui donner des signaux comme quoi on est pas en train de l'oublier au profit d'une masse qui ramènerai beaucoup plus d'argent.

Et enfin ce visuel doit aussi pouvoir plaire à un public très large, et plus éphémère. C'est une étrange alchimie.

Ce qui est bien avec cette manière de procéder, c'est que le troisième public, on lui offre quelque chose de qualité. On peut toucher un public TF1 avec autre chose que du produit TF1.

Est-ce qu'il existe des règles graphiques spécifiques à la création de covers?



Il faut faire tout ce qu'il ne faut pas faire. Si tout le monde fait une chose, il faut faire l'inverse.



Il faut être créatif tout le temps. L'émotion, je crois que c'est aussi un facteur très important. Par exemple, la tristesse, c'est de l'émotion. Finalement, il y a des pochettes tristes qui vont

déclencher un acte d'achat quand tout les autres sont souriantes et en couleur. On a fait une pochette de Yann Tiersen pour l'"Absente" où il a la tête baissée dans le noir. C'est un disque qui a très bien marché, tout le monde avait adoré la pochette. Donc oui, c'est tout ce qu'il ne faut pas faire, et cette pochette est devenue culte grâce à ça.



Interview réalisée et éditée par Lara Beswick et Loïc Dumoulin-Richet

Crédits Photos : Franck Loriou, droits réservés. Photo de clé : Yann Orhan, droits réservés.

Recueil "Tout Est Calme", toujours disponible.

1 ping

Tweets that mention [ITW] Frank Loriou : les yeux de la musique » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 2 décembre 2010 - 19:16

[...] This post was mentioned on Twitter by Valentin Squirelo, OWNImusic and DEMAY Christophe, Owni. Owni said: [ITW] Frank Loriou : les yeux de la musique <http://bit.ly/hdTvZA> sur @ownimusic [...]