



impossiblexhibition

Du 5 au 13 juillet 2010 — Bar de la Roquette, Arles

02

**De Paris à Vienne.
Quand un agent de photographes
parisien va à la rencontre
d'un visionnaire ils donnent
rendez-vous à la ville d'Arles.**

**Une Exposition impossible
dans un bar improbable :
du 5 au 13 juillet à Arles au
Bar de la Roquette.**

introduction



Du 5 au 13 juillet, à l'occasion des Rencontres d'Arles, Valérie Hersleven et ses photographes vous invitent à une exposition dédiée à l'insaisissable charme des nouveaux instantanés.

La relance du film instantané par "The Impossible Project" a motivé les photographes, qui exposeront leurs nouvelles créations instantanées au Bar de la Roquette, fermé depuis quelques mois, et qui sera aménagé pour accueillir l'éphémère et impossible exposition.

Séduite par cette initiative, la ville d'Arles s'y greffe et incite les Arlésiens à sortir de leurs placards leurs polaroids photos de famille pour les exposer sur un mur au Bar de la Roquette. Une sélection de ces photos sera effectuée par des étudiants de l'École de la Photographie d'Arles.

Exposée à l'improbable Bar de la Roquette, la narration construit — à travers ces œuvres sur Film instantané — un dialogue surprenant entre le passé redécouvert des Arlésiens et le futur vu par les photographes de l'agence.

l'agence

Créée en 1997 à Londres, l'agence a toujours cherché à sélectionner des photographes qui avaient une véritable écriture créative. Valérie Hersleven fut rapidement appréciée par les agences de publicité londoniennes pour sa capacité à leur présenter de nouveaux photographes (allemand, américain, belges) qu'ils prenaient plaisir à faire travailler. Arrivée à Paris en 2003, Valérie Hersleven reproduira ce qui avait été sa différence londonienne : la présentation de nouveaux photographes sur un marché installé.

L'agence va s'attacher à faire connaître aux directeurs artistiques parisiens de la publicité, de la mode et de la presse magazine des photographes, remarqués outre-Manche (Julia Fullerton-Batten, qu'elle présentera au prix HSBC que Julia remporta en 2007), outre-Rhin (Michael Schnabel et Peter Granser, deux figures de la photographie allemande) et enfin de New York, Christoph Morlinghaus.

En s'attachant à convaincre ses interlocuteurs de l'intérêt d'une approche qui lie autant art et industrie, l'agence de Valerie Hersleven va attirer de jeunes talents parisiens désireux de rencontrer une telle attention à leurs projets personnels entre exposition conceptuelle et commande commerciale.

Estelle Rancurel et Jan Van Endert vont rejoindre l'agence en 2005. Suivront, Coco Amardeil, Bjorn Tagemose entre 2007 et 2008. Plus récemment, Marjolijn de Groot, Laurent Humbert, Mathieu Bernard-Reymond (prix Arcimboldo mai 2009), Hervé Plumet et Frédéric Guelaff ont rejoints à l'équipe Valerie Hersleven.

Aujourd'hui l'agence compte quatorze talents, tous entre art et industrie, prenant du plaisir à mixer création personnelle et réponse à des briefs publicitaires, chaque travail nourrissant l'autre.

Valérie Hersleven veut montrer que, loin de s'opposer, la commande publicitaire et la création artistique se complètent et s'enrichissent mutuellement.

contact

Valérie Hersleven

Agence Valerie Hersleven
5 rue Auguste Comte, Paris 6^e
Tél : +33 (0)1 43 29 66 35
www.valeriehersleven.com

Pour toute utilisation en haute définition
des photos, veuillez nous contacter

le nouveau film

La société "Impossible" a vu le jour grâce à une petite équipe de dix anciens salariés de Polaroid. Experts chacun dans leur domaine, ils sont surtout des amoureux de la photographie instantanée.

Grâce à leurs expériences cumulées, "Impossible" a permis de développer un nouveau film instantané et à ce jour la société emploie 25 personnes. L'équipe ainsi constituée est pleinement investie dans la fabrication. Avec l'avènement du monde numérique en 2008 Polaroid a cessé la production de films, la photo instantanée semblait à jamais condamnée.

"Impossible" a investi et sauvé la dernière usine de production Polaroid aux Pays-Bas en octobre 2008. Un nouveau film a ensuite été mis au point pour les appareils Polaroid traditionnels. La poursuite de la production de film instantané impliquait la mise au point, de nouvelles solutions pour remplacer et améliorer les composants devenus indisponibles. "Impossible" s'est donné un an pour réussir dans cette tâche stimulante — et le rêve est en train de devenir réalité.

Avec les soutiens de partenaires et de passionnés, des milliers d'heures de recherche, d'expérimentations et de manipulations, "Impossible" a finalement atteint son but : développer un nouveau film instantané.

Le 22 mars dernier "Impossible" a présenté son premier film instantané à New York : Le "PX Silver Shade" (la ville où Edwin Land présenta en 1947 son invention : la photo instantanée). Ce nouveau film comprend 31 composants et bien sûr toutes les caractéristiques qui ont fait le succès du film Polaroid : apparence, format, sensibilité et facilité d'utilisation.

En plus de ces qualités standard, le nouveau film offre une nouvelle palette de possibilités pour des résultats encore inconnus. Le PX Silver Shade 100 est adapté pour les appareils Polaroid SX-70, le PX 600 silver shade pour les appareils Polaroid 600. Tous deux sont disponibles sur www.the-impossible-project.com et sur les sites partenaires.

Cet été "Impossible" relance la version couleur du film instantané et par la même occasion élargit la collection de films en collaborant avec des artistes internationaux.

l'Antenne, Ville d'Arles

L'antenne est une initiative de la Ville d'Arles. Le lieu d'accueil, d'information et de conseil aux porteurs de projet économiques et culturels désireux de s'installer dans le centre ville. Le lieu de rencontres des commerçants, des acteurs de culture et des métiers d'art. Un lieu d'où naissent des initiatives collectives visant à dynamiser le centre et valoriser l'activité de ses acteurs économiques et culturels.

contact

Géraldine Chanut

Phone : +33 (0)4 90 52 09 22

Cell : +33 (0)6 31 05 56 05

Mail : antennejouvene-liberte@orange.fr

Horaires d'ouverture

Du lundi au vendredi de 10h30 à 12h30.

07

photographies

- P08 **Coco Amardeil**
- P09 **Mathieu Bernard-Reymond**
- P10 **Julia Fullerton-Batten**
- P11 **Louis Gaillard**
- P12 **Peter Granser**
- P13 **Frédéric Guelaff**
- P14 **Laurent Humbert**
- P15 **Christoph Morlinghaus**
- P16 **Hervé Plumet**
- P17 **Estelle Rancurel**
- P18 **Michael Schnabel**
- P19 **Bjorn Tagemose**
- P20 **Jan Van Endert**

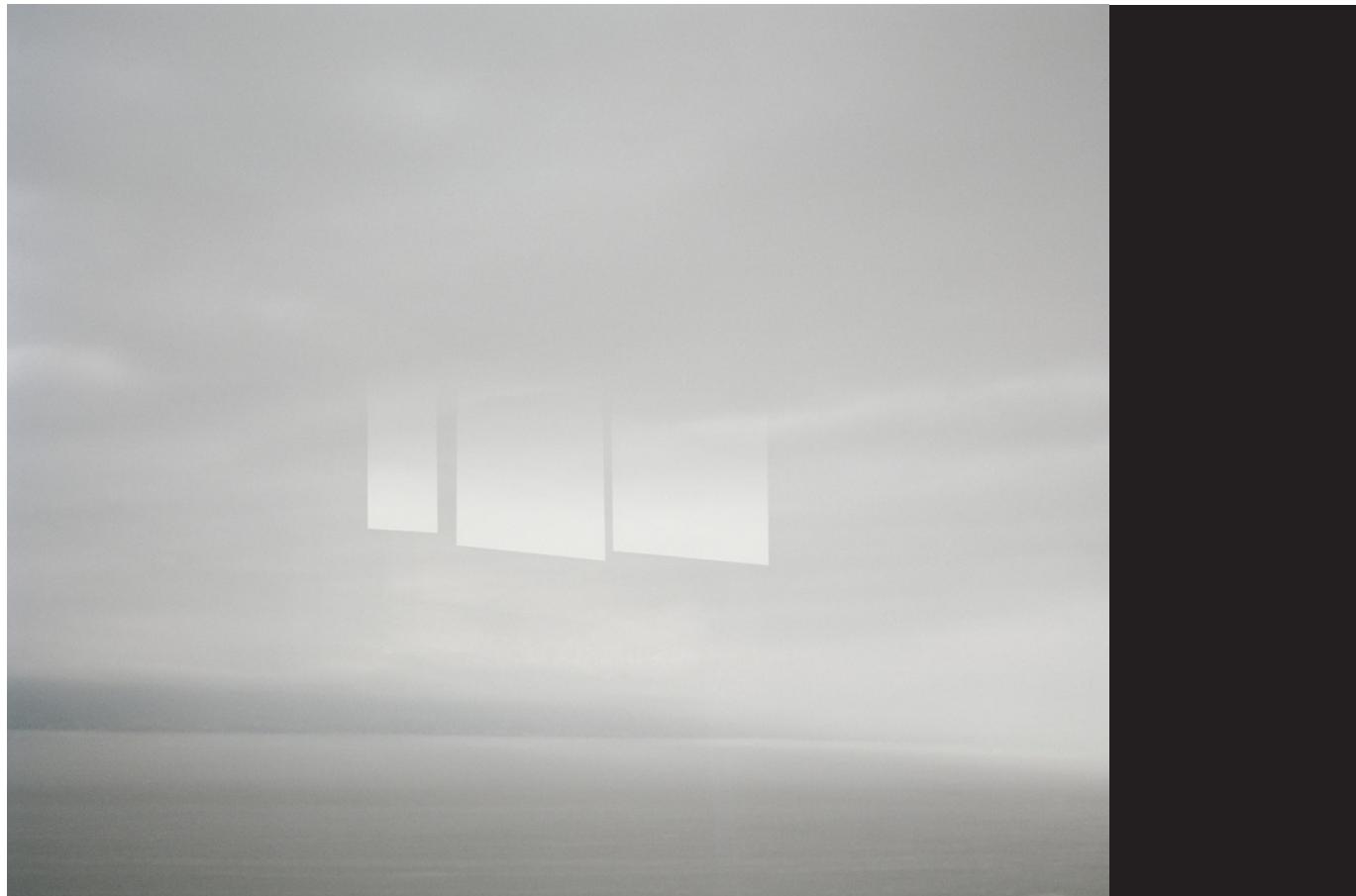


coco amardeil



Née il y a 43 ans à Toronto, Coco Amardeil a grandi entre Londres, São Paulo et Montréal. Installée comme photographe à Paris, elle met en scène des sujets aussi colorés que l'est sa vie, riche d'un imaginaire qui donne naissance à son monde propre. Sa carrière l'amène à travailler dans des domaines variés : la mode, la décoration ou l'art contemporain. Dans des décors décalés et une ambiance souvent teintée de féminité, Coco aime jouer avec la spontanéité des personnages.

Son style particulier n'a pas manqué pas d'attirer l'oeil des spécialistes. Elle exposa aussi bien dans des lieux branchés tel le Batafar en 2001, que dans des musées comme celui des Egouts en 2003 ou encore à la Galerie Emmanuel Perrotin en 2002. C'est donc tout naturellement que des magazines prestigieux (*ELLE, Madame Figaro, Rolling Stone, Biba*) et des marques importantes (France Télécom, Nokia, Perrier, Société Générale, Crédit Agricole, IKEA, la Cerise sur le gâteau, Vittel) ont fait appel à elle et à son sens personnel de l'esthétique.



mathieu bernard-reymond



Né à Gap (France) en 1976, Mathieu Bernard-Reymond vit aujourd'hui en Suisse. Mathieu a suivi une formation initiale en histoire de l'art et en sciences politiques. Il est fasciné, comme toute sa génération, par l'informatique qu'il maîtrise à merveille, il y voit une source infinie de création.

Mathieu apprécie l'aura de mystère qui entoure la machine et les créations qui en sont issues, mais l'informatique ne saurait être ni une fin en soi, ni une rupture avec le passé. Il cherche à créer des images à partir de son imaginaire, et à leur donner vie en usant de tous les moyens possibles que la machine lui offre.

Son geste créatif, l'a conduit à une véritable reconnaissance artistique régulièrement récompensée (prix de la fondation CCF en 2003, prix BMW en 2006, prix Arcimboldo en 2009). Les photographies de Mathieu ont été accueillies par des galeries en Europe (Allemagne, France, Italie, Russie et Suisse) et outre-Atlantique (Brésil et Etats-Unis). Le prix Arcimboldo remis au mois de mai 2009 a été particulièrement remarqué : son travail portait un regard juste et aigu sur la crise financière et ses conséquences économiques.



Julia fullerton-batten

Julia Fullerton-Batten est née à Brême, en Allemagne, au sein d'une famille anglo-allemande. Très jeune, Julia déménage aux Etats-Unis, puis en Angleterre et elle vit toujours à Londres. Diplômée du Berkshire College of Arts & Design, elle aime voyager, ce qui lui permet de développer une vision très universelle du monde. Dans chacune de ses photos, elle raconte une histoire en transformant ce qui pourrait être une simple image en un monde animé, onirique et d'une précieuse précarité.

Son travail subtil ne laisse échapper aucun détail, et son sens de la précision lui vaut d'être apprécié tant pour sa création personnelle que publicitaire. C'est ce regard artistique jugé efficace qui lui a valu des dizaines de prix, dont celui de la Fondation HSBC pour la photographie en 2007 et l'American Photography Award en 2004, 2005 et 2006. Julia Fullerton-Batten est exposée régulièrement dans des galeries importantes et des magazines remarquables lui ont commandé des images (*ELLE*, *Sunday Times Magazine*, *Time Out*, *Guardian Weekend*). Les marques les plus attachées à la création ont retenu son travail (O2, Lacoste, Triumph, Sony ou Ford). A Paris, les photographies de Julia sont exposées à la galerie Les Filles du Calvaire.



louis gaillard



Louis Gaillard est né en France où il a su acquérir à travers de nombreuses expériences un regard unique sur la lumière. Son travail se concentre essentiellement sur cette lumière qui, sous les formes les plus subtiles et dans ses représentations les plus diverses, est l'objet de toutes les attentions. Le papier incandescent côtoie la transparence du plastique, l'éclat du jour et le reflet d'une lampe dans un liquide.

Totalement autodidacte, Louis Gaillard voit dans ses jeux sur la transparence une façon de transcender la nature première des objets photographiés. La légèreté devient donc une seconde nature dans des images très visuelles. Aussi, quel que soit l'objet auquel s'attache l'objectif de Louis Gaillard, celui-ci semble prendre vie et entrer en action. Son sens aigu de la légèreté trouve naturellement sa place dans ses travaux de nature morte pour les plus grandes marques (Lacoste, Nespresso) ou encore des magazines.



peter granser



Peter Granser est né en Autriche en 1971, et il vit à Stuttgart, en Allemagne. Son travail est marqué par une tonalité légère, des choix précis et de sujets souvent très concrets. Peter travaille sans tabou et il est porteur d'une esthétique froide représentative de son identité stylistique. Ses travaux portent surtout sur les mythes modernes, qu'ils fassent rêver ou frémir (le parc de Coney Island à New York, la légende d'Elvis Presley, ou la maladie d'Alzheimer). Peter cherche à leur accorder un regard froid et sans concession mais toujours attentif au détail.

Influencé par le travail de Martin Parr, Peter Granser est passé du noir et blanc à la couleur après avoir rencontré le grand photographe britannique en 1997. D'aucuns vont aussi retrouver dans les photos de Peter une inspiration proche des travaux de William Eggleston et Stephen Shore, tous deux fascinés par le regard qu'ils veulent transmettre sur la réalité de la vie quotidienne.

Remarqué lors des Rencontres d'Arles (Prix Découverte 2002) le regard artistique particulier de Peter Granser lui a également valu le World Press Award et le Prix "Oskar Barnack" décerné par Leica. Peter Granser a été parmi les premiers photographes exposés à la galerie Kamel Mennour à Paris de 2003 à 2008.



frédéric guelaff



Frédéric Guelaff est né en 1966 à Antibes, il vit et travaille à Paris. Les films de Frédéric, comme ses travaux photographiques, tentent de capter mystère et émotion et d'en faire le récit. Des tentatives très personnelles qui détournent les figures du burlesque, du fantastique, du romantisme et de l'intime.

www.impossibleexhibition.com

Son travail occupe plusieurs champs et répond très souvent à un système de «va-et-vient» où s'associent vidéo ou film, photographies, sons ou musiques, littérature ou poésie. Une vidéo ne produira que des photographies, un son produira un film et une musique, des photographies produiront un film d'où s'extraira une photographie...



laurent humbert



Laurent Humbert est né dans le sud de la France où très tôt, il se passionne pour la photo. Alors qu'il a à peine 12 ans, sa famille et ses amis seront ses premiers modèles. Après des études universitaires en communication à Nice, Laurent s'installe à Paris pour être au plus près de la création photographique.

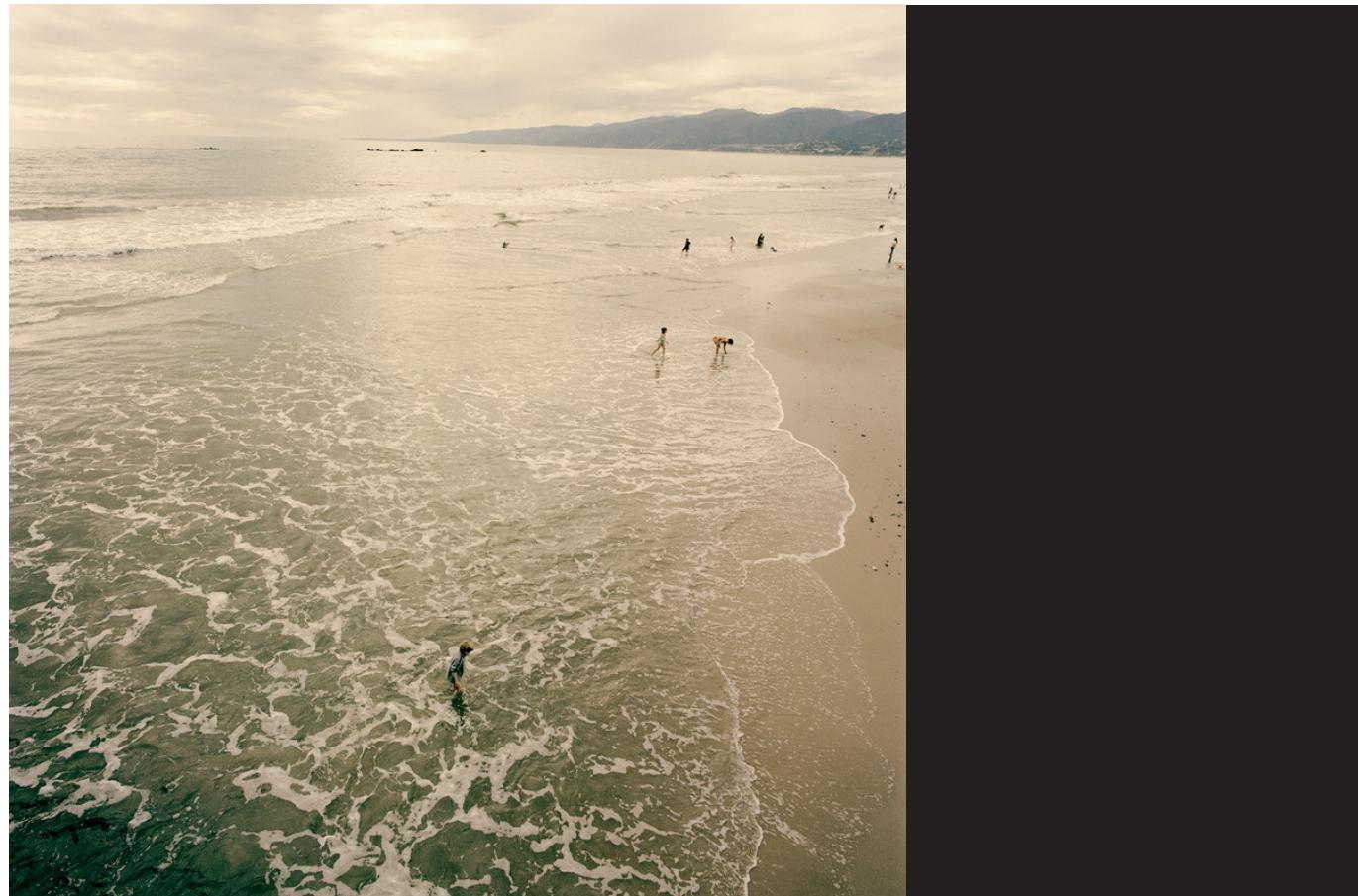
Très vite, les rencontres et projets personnels se succèdent. Son style aux inspirations éclectiques mêle habilement graphisme et douceur, élégance et pureté. Esthète, il prône la beauté comme valeur première et il concentre son travail autour de la mode et des portraits. Ses séries ont rapidement trouvé leur place dans des magazines d'avant-garde (*All Access, Luna, Pen, Squeese*), avant d'être sélectionné par des titres plus connus, tels que *Le Figaro Madame*, *L'Officiel* ou *Têtu*.



christoph morlinghaus

Né en Allemagne en 1968, Christoph Morlinghaus a fait des études de design et photographie à la Fachhochschule School of Design & Photography de Dortmund. Devenu professionnel en 1994, il puise son influence auprès du design graphique de Otl Aicher. En 2002, Christoph s'installe à New York où il trouve l'inspiration déterminante de sa carrière dans la capture de paysages urbains, de monuments et d'espaces intérieurs. Il trouve dans sa ville d'adoption des représentations hyperréalistes de lieux où aucune individualité ne peut trouver sa place.

Les jeux d'échelle et les effets de miroir sont pour lui autant de visions nouvelles des villes et de leurs lieux paradoxalement sans vie. Christoph a été récompensé régulièrement par plusieurs nominations et prix internationaux. Il reçut notamment trois années de suite (2001, 2002, 2003) des prix de la prestigieuse association des photographes britannique (AOP). Le prix "Art Directors Club" (USA) lui fut remis en 2006 et le prix de la photographie américaine (USA) en 2007. Son travail est exposé régulièrement dans des galeries à Londres, Brighton, Miami ou New York. Des grandes marques aussi créatives que Nike, IBM, British Airways ou Mercedes-Benz ont déjà fait appel à ses services.



hervé plumet



Hervé Plumet fut l'un des directeurs artistiques les plus titrés et admirés de sa génération dans l'univers publicitaire. Désireux de travailler autrement les images et les messages, Hervé est devenu photographe et réalisateur, dorénavant remarqué pour réaliser les images qu'il dirigeait hier. Il tire son inspiration d'un caractère fait d'humour, de mélancolie et d'influences, telle celle de Saul Leiter.

Le travail d'Hervé Plumet est fait d'un jeu minutieux entre ombre et lumière pour faire émerger le message graphique : ce qui est donné à voir. Chez Hervé, la lumière est avant tout le moyen de donner naissance à une atmosphère mélancolique pour transmettre de vives émotions. Il aime fixer en une seule photo, une scène isolée puis laisser au spectateur la liberté d'imaginer une intrigue.

Son expérience auprès des plus grandes sociétés lui permet de travailler avec une remarquable continuité la transmission des messages et des émotions. Artiste moderne, Hervé Plumet participe régulièrement à des expositions (au MAC VAL en 2006) et a bénéficié de nombreuses éditions.



estelle rancurel



Estelle Rancurel est photographe de mode à Paris depuis 2001. Sa première série avec le magazine *Tribeca* - très remarquée cette année-là - lui a permis de proposer ses images à des magazines de mode avec lesquels elle continue de travailler régulièrement aujourd'hui (*Technikart Mademoiselle, Miss Behave, Blackpool, Cosmopolitan, Milk, Wad, Flavor, Sofa, Spray, Standard*). Estelle travaille ses images avec la même équipe de stylistes, de coiffeurs et de maquilleurs, ce qui lui assure un univers constant, et toujours vibrant et décalé.

www.impossibleexhibition.com

Cette orientation se retrouve dans une lumière recherchée qui fait ressortir "la beauté vraie". Que ce soit la matière textile ou les grains de peau de ses mannequins, le vrai jaillit de ses photos. Estelle défend l'idée d'un casting recherché qui contribue à ses images. Les directeurs artistiques des revues les plus créatives considèrent ses images à la fois comme très modernes et en même temps très réalistes. Estelle est aussi reconnue pour la qualité de sa direction des mannequins, ce qui lui permet de dégager son propre style photographique, moderne et vivant, très contemporain.



michael schnabel



Né à Neunkirchen en Allemagne en 1966, Michael Schnabel s'installe à San Francisco (Californie) à l'âge de 25 ans, après avoir étudié la photographie en Allemagne. En 1995, il décide de s'installer comme photographe professionnel à Stuttgart, où il vit toujours.

Dans un premier temps, Michael concentre son travail sur des contrats commerciaux auprès de Hyundai, SAP, HSBC, Jeep ou encore pour la ville de Stuttgart.

Toutefois Michael ne voulait pas délaisser sa passion artistique, qui lui vaudra certains des prix les plus prestigieux de la profession, parmi lesquels on peut distinguer : l'AOP Gold à Londres, l'ADC Gold en Allemagne, le Communication Arts aux Etats-Unis. Il a aussi été sélectionné pour être inclus dans la liste des 200 meilleurs photographes du monde du Lürzers Archive. Fréquemment exposé dans des galeries du monde entier, Michael fait également l'objet d'une attention toute particulière de nombreux magazines, dont Photo Technik International, qui l'a classé dans "la crème de la crème de la photographie publicitaire". À Paris, Michael est exposé à la galerie Esther Woerdehoff depuis 2007.

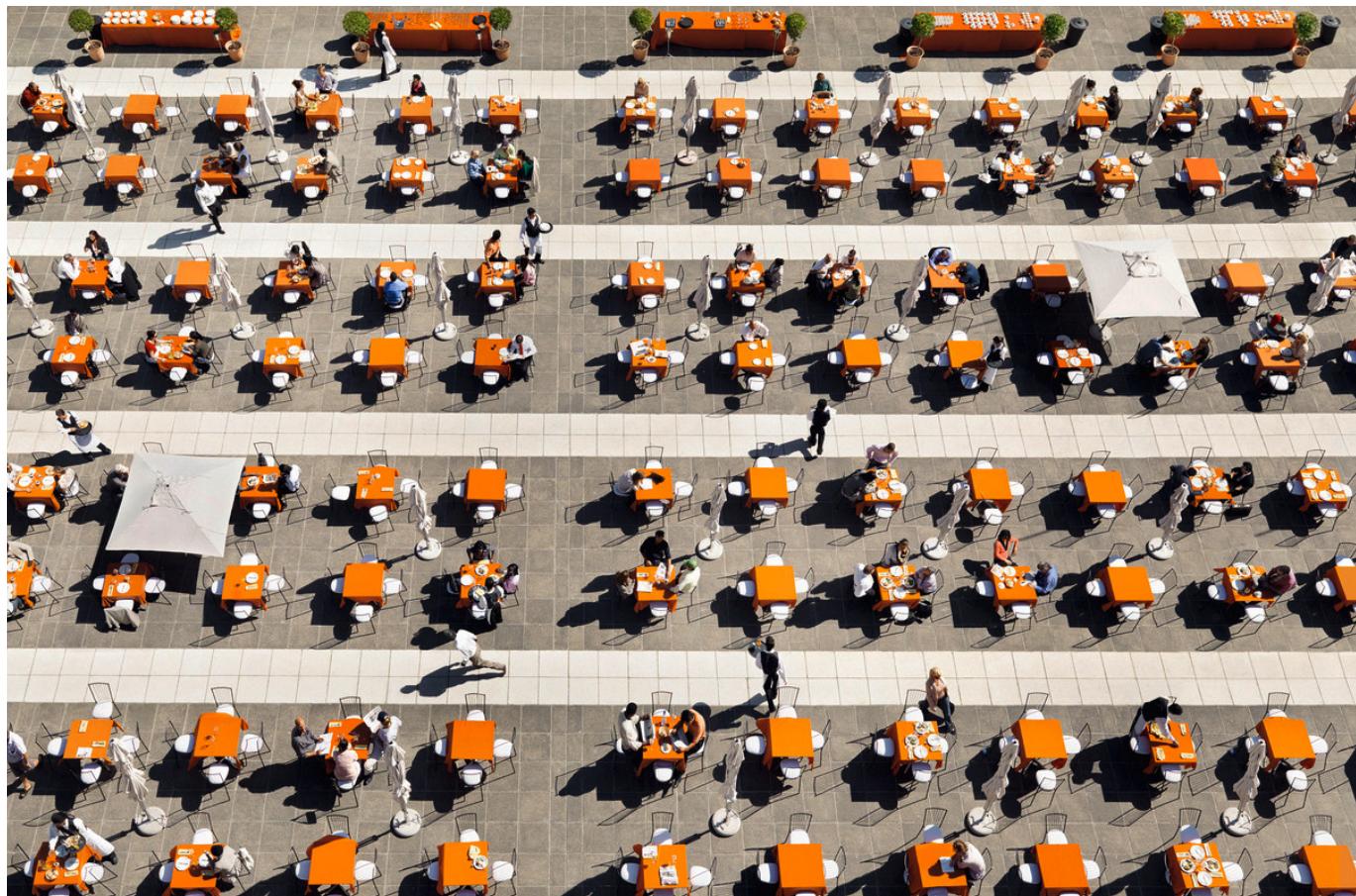


bjorn tagemose



Bjorn Tagemose est né en Suède et vit aujourd'hui à Anvers (Belgique). Sa culture artistique est largement inspirée du cinéma, et si l'on retrouve dans ses travaux les empreintes nordiques de son origine, il s'insère pleinement dans la mode et la culture européenne d'aujourd'hui. En travaillant ses clichés comme on travaille un film, Bjorn sait donner une précision et une vie propres à l'image, tant dans les décors que dans les ambiances.

Bjorn Tagemose a créé un contenu visuel pour des shows et des défilés de mode (Mode à Paris, Bread&Butter à Barcelone, o80 Barca, Filippa K). L'actrice et chanteuse américaine Juliette Lewis l'a aussi sollicité pour la réalisation d'un clip artistique sorti en 2008. Avec Bjorn, les modèles deviennent de véritables acteurs. Sa vie actuelle et ses racines le poussent à exposer notamment au Kulturhuset de Stockholm. Assez rapidement, les œuvres de Bjorn Tagemose (films et photos) ont fait parler d'elles, pour trouver leur place dans la collection permanente du musée Groeninghe de Bruges, mais aussi dans les pages de *V-magazine*, et auprès de grandes marques comme Adidas, Lee Jeans, Louis Vuitton et Sephora.



jan van endert

Né en Allemagne en 1974, Jan Van Endert est un photographe de précision. Il a travaillé jusqu'en 2001 comme assistant pour Christoph Morlinghaus et en 2003 il décide de démarrer une carrière professionnelle. Etabli à Hambourg, il se spécialise (sans jamais s'enfermer) dans la photographie automobile. Les plus grands constructeurs ont fait appel à sa créativité (Audi, Kia, Mercedes-Benz, Chrysler, Opel, Renault, Smart, Volkswagen).

Passé maître dans ce qu'il convient d'appeler la "précision allemande", son style se caractérise par un choix de couleurs toujours rigoureux et un professionnalisme qui a poussé des marques d'autres univers à lui faire confiance. La Commerzbank, DHL, US Airways ou Siemens ont souhaité travailler avec lui pour sa capacité à lier création artistique et ambition commerciale en sollicitant un imaginaire fort. Pour Jan Van Endert, le travail photographique ne doit pas se faire sans une grande exactitude et un recours à la retouche pour atteindre la finition la plus juste et la plus absolue.

références

clients

Automobile

Audi
BFGoodrich
Bridgestone
Hyundai
Infinity
Jeep
Lexus
Mercedes Benz
Nissan
Renault
Smart
Subaru
Suzuki

Banque & Finances

American Express
Crédit Agricole
Fortis
HSBC
ING
La Société Générale
La Banque Postale
Boursorama

Communication

Bertelsmann
Mobistar
Orange
Proximus
SFR
Virgin Mobile

Déco

Hülsta
Ikea
La cerise sur le gâteau
Roche Bobois

Distribution

3 Suisses
Alinéa
Auchan
Darty
Decathlon
Galeries Lafayette Maison
La Cerise sur le gâteau
La Halle à chaussures
Le Bon Marché
Nature et Découvertes
Monoprix
Sephora

Événements
080 Barca
Axelle Red
Bread&Butter Barcelona
Bread&Butter Tempelhof
Kane
The Editors
The Hives
Tiesto

Grande consommation
Ballantines
Chivas
Hoegaarden
Jupiler
Milka
Nescafé
Nespresso
Neutrogena
Omo
PhilipMorris
Schweppes
Tropicana

Hygiène & Beauté
L'Oréal/Maybelline
Swiffer

Informatique & Biens Durables
Bosh
DMSG
Microsoft
Philips Cosmopolis
Pioneer
Playstation
Samsung
SAP
Schindler
Schlott AG
Siemens
Sony
Stihl
Telenet

Luxe
Hermès
Jean Charles de Castelbajac
José Enrique Oña Selfa
Lacoste Mode
Lacoste Parfums
Lancel
Longchamp
Louis Vuitton
Van Cleef & Arpels
Walter Van Beirendonck

Événements

080 Barca
Axelle Red
Bread&Butter Barcelona
Bread&Butter Tempelhof
Kane
The Editors
The Hives
Tiesto

Mode

American Outfitters
April 77
Bellerose
Cache Cache
Chacok
Dim
Dockers
Dormeuil
DSL55
Dunhill
Etam
Eram
Feiyeu
Jules
Kipling
Lee Jeans
Maverick
Meilleur Ami
Mexx
Montagut
Natan
Nike
Playtex
Reebok
Scapa
Victoria Casal
Wrangler

Musique

Juliette Lewis
Les Naast
MummifyTroll
MTV
Ozark Henry
Simple Minds
Sinead o'Conor
The Editors
The Hives

Santé

Forte Pharma
Roche

Service & administration

La Lyonnaise des Eaux
Conseil Général de Seine et Loire

Tourisme

Air France
BritishAirways
Deutsche Bahn
DPD
Royal Caribbean

prix

Le prix de la photo HSBC, Association of Photographers London, BFFGermany, American Photography, Art Directors ClubUSA, D&AD, Communication Arts, John Kobal Awards, PDN/ PIXdigital imaging awards, Women in Photography, Voies OFFArles, CB News Hits d'or, Prix Picto de la Jeune photo de Mode, Oskar Barnack Award, World Press Photo, European Architecture Photography Award, International Award for young Photo-Journalist, Umbo Photography Award, Grant by the LBBWFoundation, Scholarshippt the kunststiftung Baden-Württemberg, PX3 prix de la photographie, Bourse du Talent portrait, International Photography Awards, Luerzer's archive, ADCNY, ADCGermany, World Photographers Award, Epica Award, Le prix Arcimboldo, BMWAward, No Limit Prize Arles, Photographie Prize of Hermès

publications

Wallpaper, Monocle, Wad Magazine, Cosmopolitan, Technikart Mademoiselle, Big, Conde Nast Traveller, Fortune, New York Magazine, Marie Claire Enfants, Miss Behave NY, Please, Elle UK, Vogue Australia, L'Express Style, L'Officiel, Madame Figaro, Elle France, V Magazine.

bibliographie

Mathieu Bernard-Reymond

- Tv book, hatje cantz
- Vous êtes ici, actes sud
- Faire faces le nouveau portrait photographique, actes sud

Michael schnabel

- Stille berge, edition braus

Julia fullerton-batten

- Teenage stories, actes sud

Peter granser

- Coney island, hatje cantz
- Signs, hatje cantz
- Alzheimer, keher verlag
- Sun city, benteli verlag

Hervé plumet

- Ne bouge pas poupée, éditions ciav
- Françoise pétrovitch mes familiers, semiose éditions

Bjorn Tagemose

- Bjorn Tagemose, editions Ludion

annexes 01

D'anciens salariés de Polaroid font renaître la pellicule instantanée

Le Monde.fr, le 25.03.2010

c'était un «défi impossible» que s'étaient lancé onze salariés de l'ancienne usine Polaroid d'Enschede, une ville industrielle néerlandaise : relancer la fabrication de la pellicule à développement instantané pour les célèbres appareils Polaroid, dont la production a été arrêtée en août 2008. Jeudi 25 mars, ce pari fou est rentré dans le champ du possible. Sur le site Internet The Impossible Project, on peut désormais se procurer des films noir et blanc, compatibles avec le modèle SX70, le plus populaire et le plus vendu des appareils Polaroid, au prix de 18 euros pour huit feuilles. D'autres gammes devraient suivre dans les mois à venir.

Le déclin de la photographie instantanée a été proportionnel au succès de la photographie numérique. Polaroid, racheté en 2005 par le financier Tom Petters (qui depuis a été mis sous les verrous pour escroquerie dans une autre affaire), voit ses ventes chuter vertigineusement. En juin 2008, l'usine d'Enschede ferme, après une longue agonie, laissant douze cents salariés au chômage. Lors de la «fête de fermeture» de l'usine, un Autrichien passionné de «Pola» propose à un ancien salarié, André Bosman, un pari fou : créer une start-up, trouver de l'argent pour acheter des machines et redémarrer l'usine.

A Vienne, Florian Kaps, était responsable des activités Internet de la Lomographic Society avant de lancer deux sites dédiés au Polaroid : Polanoid, une galerie où les amoureux du Polaroid viennent exposer leurs clichés après les avoir scannés ; et PolaPremium.com, une boutique vendant des Polaroid d'occasion. Florian Kaps avait contacté la direction de Polaroid, pour tenter de relancer la production, en vain. D'où ce pari fou.

En plus d'André Bosman, dix anciens employés de Polaroid acceptent de rejoindre l'aventure. L'équipe rachète à Polaroid les équipements de l'usine qui n'ont pas encore été vendus. Sur les dix-sept chaînes de montage, neuf sont encore en place. Les composants qui étaient produits par d'autres usines Polaroid n'existant plus, l'équipe d'Impossible doit inventer une nouvelle formule de pellicule. Le rendu des images n'est donc pas tout à fait le même que sur les anciens films Polaroid, souligne le British Journal of Photography, mais «les éléments qui ont rendu le Polaroid si populaire auprès des photographes demeurent».

Impossible s'est fixé pour objectif de produire 3 millions de cartouches de pellicules en 2010 (contre 120 millions aux grandes heures de Polaroid) et 10 millions au maximum les années suivantes. Les cartouches seront vendues sur l'Internet et dans des circuits spécialisés – boutiques de musée ou centres artistiques. Pour fêter la commercialisation de ce nouveau film, Impossible ouvrira le 30 avril une boutique à New York, sur Broadway, qui accueillera également un espace d'expositions.