

Bienvenue dans la vraie vie

entretien avec Michel Lagarde, agent d'illustrateurs

Tout frais émoulus de leurs écoles respectives, les jeunes illustrateurs débarquent... Mais comment la profession dont ils rêvent et à laquelle ils se sont formés les accueille-t-elle? L'agent d'illustrateurs est un des points d'entrée possible. Métier mal connu, nous avons demandé à Michel Lagarde, fondateur de l'agence Illustrissimo, de nous en dire plus sur son rôle dans notre écosystème.

Éditeur et agent d'illustrateurs, Michel Lagarde est autodidacte :

« Je savais ce que je voulais faire et il n'y avait pas d'études pour ça ! ». Il fonde son agence, Illustrissimo, en 1992 et ouvre sa première galerie en 1993. Ses premiers artistes seront Martin Jarrie, Delphine Durand...

En 2000, pour accompagner le retour de l'illustration de mode, il crée un deuxième label, Agent 002, puis un troisième en 2007, Lezilus, qui fait émerger l'influence du Street art dans le monde de la communication.

Ces trois catalogues en font un seul, qu'il renouvelle tous les deux ans et dont il assure la direction artistique d'ensemble. En 2006, il a créé sa maison d'édition, adossée à son activité d'agent et de galeriste.

<http://www.michellagarde.fr>





Le nouveau catalogue illustré par Vincent Pianina, pour la couverture, et celui de 2016–2017 illustré par les Ensaders.

Avant de nous parler de votre façon de repérer et d'accueillir les jeunes artistes, pourriez-vous nous expliquer à quoi sert un agent ou une agence d'illustrateurs et comment cela fonctionne ?

Un agent, ça sert à rendre visible le travail d'un créateur parmi un océan d'informations. Comme l'éditeur, l'agent est quelqu'un qui opère un tri dans une offre absolument énorme. Mon travail consiste à mettre en contact des illustrateurs d'un côté et des clients de l'autre. Mes clients étant surtout les directeurs artistiques des marques ou des agences de communication et de publicité – au sein desquelles mon interlocuteur est un « acheteur d'art ». Je dois pour cela choisir des artistes en fonction de l'intérêt que je trouve à leur travail mais aussi en anticipant les demandes de mes clients. C'est quand je parviens à mettre en axe les propositions des premiers et les demandes des seconds que la collaboration démarre. Par exemple, nous avons entamé une collaboration avec l'illustratrice Aurélie Guillerey en 2015 qui a

débouché rapidement sur une commande de films d'animation pour la mutuelle Pacifica. Dans un cas comme celui-ci la création est déjà validée en amont et l'illustratrice vient ajouter sa patte. Il est assez rare qu'un illustrateur soit sollicité pour ses idées, le processus de conception est souvent déjà très abouti quand nous intervenons. Dans certains cas la création de l'agence de pub sera faite à partir des images de nos sites, ce qui facilite le choix de l'illustrateur. Illustrissimo représente une trentaine d'illustrateurs et nos deux autres labels aussi. Et puisque mon métier est de découvrir, je m'efforce d'avoir toujours un train d'avance. Ça c'est la base du métier. Je dois promouvoir le travail de ces créateurs (c'est le rôle de mon catalogue, renouvelé tous les deux ans, et de mon site). Cela aboutit à des commandes et à des contrats, l'autre moitié moins visible de mon métier.

À côté de cela, j'ai un travail d'accompagnement des artistes que je représente, leur conseillant d'aller voir tel ou tel éditeur, sans prendre part au

projet qui pourra naître de ces rencontres. La réalité des contrats entre auteurs et éditeurs est telle que l'agent n'y aurait pas de place d'ailleurs !

Pourriez-vous nous expliquer comment se passe la recherche des nouveaux talents que vous allez choisir de représenter ?

Aujourd'hui les outils pour repérer les créateurs ont beaucoup changé et Internet, avec la force d'Instagram, est central. Mais je me déplace toujours dans les écoles. En particulier les Arts-Décoratifs de Paris et de Strasbourg, l'École de La Cambre à Bruxelles, l'Institut Saint-Luc à Gand, la section illustration de l'école Condé, à Paris... Je vais aussi là où on m'invite. Aujourd'hui, ma principale source d'inspiration ce sont les Arts-Décoratifs de Strasbourg et de Paris. Et pour l'illustration, l'excellence de Strasbourg me pousse à la citer en premier. Ce n'était pas le cas il y a 10 ans, ça l'était il y a 25 ans... Les écoles obéissent à des cycles, faits de grands crus et de crus moyens.

Ensuite, les réseaux sociaux sont des outils de travail que j'utilise beaucoup. De proche en proche, parce que je connais les nouveaux venus de telle ou telle école, je suis forcément alerté s'il y a quelqu'un qui peut m'intéresser dans les promos qui suivent.

Enfin, tous les salons de la microédition, les puces de l'illustration, le festival Spin-off d'Angoulême, des salons qui peuvent avoir lieu en Angleterre ou ailleurs... Je ne me déplace pas toujours mais je retrouve sur Internet la trace de ce que l'on a pu y voir.

Dans cette profusion de jeunes talents, comment faites-vous pour limiter votre catalogue à une trentaine d'artistes ?

Si un artiste arrive, cela veut dire qu'un artiste est parti. C'est au moment où nous éditons notre catalogue que ces mouvements se formalisent. Le nouveau catalogue présente environ 20 % d'artistes nouveaux. Certains sont là depuis toujours quand d'autres resteront le temps d'une saison, deux ans... Le monde de l'illustration publicitaire est un monde qui va vite, où l'impératif de surprendre pour attirer l'attention prime.

Parlons de ces petits nouveaux. Vous les accueillez donc à la sortie de leurs études...

Je commencerais par dire qu'il est très difficile, ou rare, de trouver des artistes autodidactes. C'est un métier qui s'apprend : il ne suffit pas de savoir dessiner. Il faut aussi comprendre comment ça marche. Pour moi, un bon illustrateur est quelqu'un qui réussit à saisir l'air du temps et ce n'est pas dans sa bulle que l'on y parvient. La connaissance de ce qui se fait conjugue à une intimité qui permet d'y ajouter du nouveau. Dans ce métier, il y a très peu de gens qui créent des formes nouvelles et beaucoup de gens qui imitent. J'essaie d'éviter les imitateurs pour trouver ceux qui ont vraiment quelque chose à dire. Ces gens-là, la plupart du temps, ne vont pas rester des créateurs qui répondent à des commandes – ce qui fait l'activité essentielle de mon agence – mais deviendront des auteurs à part entière qui n'auront plus besoin de moi. Je n'aurai été qu'un passage pour eux. Et c'est ce qui me plaît le plus. La découverte, la vibration, celui-ci plutôt qu'un autre. Quand ils sortent de leur école, ils n'ont pas forcément de repères sur le monde professionnel et on ne leur a pas vraiment expliqué ce qu'était un agent et comment ça marchait. Parfois, c'est une idée qui les effraie un peu. D'autant qu'aujourd'hui, tout le monde est connecté à tout le monde et on peut croire que, d'un clic, tout est possible.

Alors à quoi sert un agent ?

L'agent, comme l'éditeur, offre une légitimité, un accompagnement. C'est assez irremplaçable – de mon point de vue ! – mais on ne le perçoit pas forcément tout de suite. Quand on pense que le succès n'est dû qu'à son propre talent, on a le sentiment de n'avoir besoin de rien d'autre. Mais tout va très vite, et il faut vraiment saisir sa chance car elle ne passe qu'une seule fois, surtout en matière de com. Tout peut se jouer entre 25 et 30 ans. Comparez cela à la musique : un jeune groupe peut percer, mais le plus difficile est de durer, devenir les Rolling Stones et être toujours sur scène à 75 ans.



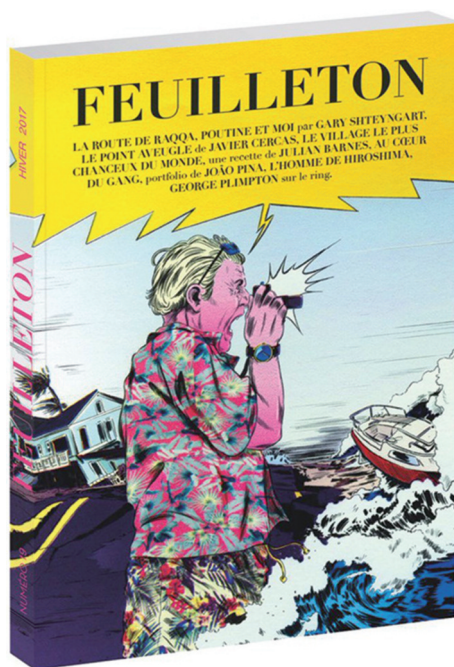


↑

Brecht Evens : *Les Noceurs*, Actes Sud BD, 2010.
Cet album a reçu le Prix de l'Audace au festival d'Angoulême 2011
Brecht Evens est représenté par la Galerie Martel.

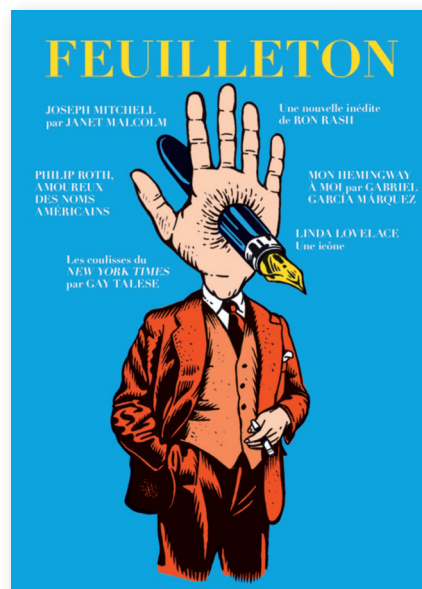
↘

Adrien Bosc fait régulièrement appel aux illustrateurs représentés par Michel Lagarde pour sa revue *Feuilleton*.



→

Feuilleton, hiver 2017.
couverture d'Ugo Bienvenu.



↑

Feuilleton n°21, octobre 2017.
couverture de Stéphane Trapier.

Illustrissimo a 25 ans ; comment avez-vous vu évoluer l'enseignement du métier d'illustrateur au fil de ces années ?

Pour répondre à cela, il faut que je prenne un exemple car les généralités n'ont pas grand intérêt. Si je prends les Arts-Déco de Strasbourg, je vois une différence énorme entre l'enseignement prodigué il y a 25 ans dans la section de Claude Lapointe, où on formait les illustrateurs à l'édition pour la jeunesse, alors qu'aujourd'hui on a remis en questions les limites que porte en soi le mot « illustrateur ». On a quitté l'image de l'artisan au service d'une commande, d'un texte. Le changement de nom de cette école en témoigne d'ailleurs. Aujourd'hui on a affaire à des artistes qui se projettent dans une foire d'art contemporain autant qu'en réalisation de court métrage, en dessin de presse ou en écriture... Les frontières sont bien plus ouvertes, poreuses, et les carrières à la « Petit ours brun » me semblent d'un autre âge. Cela me paraît essentiel de se réinventer sans cesse. Le monde change très vite et l'illustration n'est plus un périmètre clos dans lequel on s'installe.

Percevez-vous la même évolution à l'étranger ?

J'ai représenté beaucoup d'illustrateurs anglais mais c'est de plus en plus difficile car les agents anglais demandent à leurs artistes une exclusivité mondiale. Mes illustrateurs sont donc principalement européens au sens continental. C'est surtout en Italie que l'offre s'est considérablement renouvelée. Depuis une dizaine d'années, plusieurs promotions d'illustrateurs de l'IED (Institut européen de Design de Milan) ont connu des beaux succès, notamment aux États-Unis. C'est comme cela que j'ai rencontré Olimpia Zagnoli et Jacopo Rosati. Ces parcours-là suscitent à leur tour des vocations. Mais pour qu'une école émerge, il faut aussi que l'économie donne du travail à ses artistes. Regardez où il y a des agents et vous saurez où il y a du travail : en Angleterre, en France, aux États-Unis, au Japon, mais pas en Italie, de manière anecdotique en Espagne, et bizarrement assez peu en Allemagne.

Avec La Cambre et Saint-Luc vous parlez également de la Belgique.

L'institut Saint-Luc de Bruxelles a été très important pour la bande dessinée dans les années 1980, quand elle s'est complètement renouvelée sous l'impulsion de Claude Renard, et Schuiten est pour moi la grande figure de ce renouveau. Aujourd'hui, je regarderais plutôt du côté de l'institut Saint-Luc de Gand, où Brecht Evens, sorti il y a sept ou huit ans, continue à influencer les promos actuelles. C'est souvent aussi une histoire de groupe. Quand il y a un élève hors norme dans une année, cela fait monter le niveau de tout le groupe. On voit aussi ce mécanisme d'émulation dans les ateliers. Quand des jeunes artistes se regroupent, un seul artiste peut faire monter le niveau de tout l'atelier. Pour moi une école c'est bien sûr la qualité des enseignants et de l'enseignement mais c'est surtout ce que vont en faire les élèves et ce qu'ils vont en faire ensemble. À Strasbourg par exemple, chaque promotion édite une revue, qui continuera quelques années après le diplôme. Se faire connaître en groupe est une force. Ce fut le cas de la revue strasbourgeoise *Nyctalope*, repérée par Julien Magnani, preuve d'un terreau fertile que nous avons regardé avec attention. Et cela attire la lumière sur l'école au-delà de cette seule promotion. Mais il faut être réaliste : cela ne signifie pas pour autant qu'il est facile pour ces jeunes artistes de vivre de leur travail.

Car de l'autre côté de la question, il y a la réalité de la demande, celle des acheteurs d'art, vos clients directs, et celle des éditeurs, avec lesquels vous entretenez les liens plus informels.

Je ne suis qu'un passeur, et s'il n'y a personne pour recevoir le plat, il va rester en cuisine. Si je regarde l'édition jeunesse, les directeurs artistiques n'ont pas forcément besoin de moi pour découvrir les nouveaux créateurs : c'est leur métier et ils ne peuvent pas faire l'économie de cette curiosité. Nous sommes davantage nécessaires à des gens qui ont besoin d'illustrations mais dont ce n'est pas le cœur de métier. Je regarde donc le monde de l'édition jeunesse avec une distance particulière. Je trouve que l'offre y est très riche ; la difficulté n'est pas de trouver des bons auteurs mais de faire exister les livres et, surproduction aidant, c'est trop souvent perdu



d'avance. Je vois beaucoup de jeunes illustrateurs qui se découragent au bout de deux ou trois ans : difficile d'exercer un métier si les raisons d'espérer y sont faibles. Les auteurs vont devoir se battre pour défendre leurs droits et en tant qu'agent je sais que ce n'est jamais acquis d'avance. Mais même si on doublait les droits, le problème serait à peine résolu et c'est sans doute ailleurs aussi qu'il faudra chercher des solutions.

C'est dans cet « ailleurs » que les agents et l'illustration publicitaire ont un rôle à jouer ?

Par exemple, c'est en apportant chaque année quelques commandes d'images publicitaires ou de communication à Blexbolex que nous l'aidons à consacrer plus de temps à son travail d'auteur. Il faut en effet savoir que l'échelle de rémunération entre édition et communication est environ de 1 à 10. Mais parfois un illustrateur doit refuser une commande parce que son éditeur lui a fixé des délais, alors pourtant que cette commande lui permettrait de souffler, de travailler plus sereinement sur ses projets d'auteur si mal rémunérés. C'est une quadrature complexe. Parfois j'arrête de travailler avec un illustrateur qui nous place comme

la cinquième roue du carrosse dans son emploi du temps quand nous aurions pu lui permettre de ne faire qu'un livre par an au lieu de s'obliger à en faire quatre. Mais il est aussi vrai que ce n'est pas moi qui décide quand les commandes vont arriver, ni même si elles vont arriver...

Comment voyez-vous l'illustrateur accéder au statut d'auteur, puisque vous semblez poser une hiérarchie entre ces deux mots ?

Il y en a très peu qui accèdent à ce statut et c'est Tomi Ungerer qui est pour moi la figure tutélaire de cette accession. Je dirais qu'ils sont une dizaine par décennie quand il y a des centaines d'illustrateurs qui sortent des différentes écoles. « Auteur », comme le mot « artiste », ce sont les autres qui vous décernent cette qualité, ce n'est pas vous qui pouvez le décréter. Je cherche ces perles rares et je peux les aider en leur apportant du travail accessible qui leur permettra de se consacrer à l'essentiel. Je constate d'ailleurs que la notion d'auteur est également de plus en plus importante dans le monde de la bande dessinée et du roman graphique.



illustrissimo

ANTONY
HUCHETTE

Vous amalgamez illustration et bande dessinée ?

Ce sont des mondes voisins mais différents et peu font le pont entre les deux. Dupuy-Berberian, Loustal ont réussi à être des deux côtés mais c'est finalement assez rare. Pour ma part, je suis à la recherche d'écritures graphiques et je vais les chercher où elles se trouvent, d'un côté comme de l'autre. Ce sont deux métiers et deux enseignements différents. La composition de la planche et la maîtrise d'un récit sont essentiels côté BD, et la problématique de l'illustration de commande est sans doute plus travaillée quand on se forme au métier d'illustrateur.

Vous parlez de l'illustration comme d'un art dont les frontières s'élargissent.

Le graphisme, l'animation, la BD, l'illustration... Toutes les frontières entre ces métiers sont très poreuses. Dans l'Histoire, de très grands graphistes ont été illustrateurs et je pense bien sûr à Paul Rand, Dick Bruna, Saul Bass... Il n'y a pas des milliers d'exemples mais sans doute revenons-nous à des images plus épurées qui rapprochent ces métiers par un jeu de résurgence. Le catalogue MeMo, qui est riche de très belles rééditions,

éclaire cela, mais l'éclaire aussi par des nouveaux titres de nouveaux artistes comme Hubert Poirot-Bourdain ou Alice Meteignier. Blexbolex, qui réinterprète l'illustration russe des années 1920 et la modernise est aussi un bel exemple. Grâce à cela, des jeunes illustrateurs découvrent des artistes plus anciens. L'illustration est une histoire où on n'invente que très rarement !

Pour conclure, partageriez-vous vos derniers émerveillements ?

C'est toujours compliqué de ne pas citer tout le monde ! Je peux quand même avouer une tendresse particulière pour le travail d'Alice Meteignier (HEAR, *Max et Marcel*, MeMo). Pour celui de Julia Lamoureux (formation de design graphique, à Toulouse), très graphique elle aussi. Et pour Antony Huchette (Arts-Déco de Paris) qui navigue entre illustration et bande dessinée. J'aime bien aussi le travail de Léa Maupetit. Notre dernier catalogue, qui sort dans les prochains jours, présente 91 dossiers et accueille une vingtaine de nouveaux talents par rapport à l'édition précédente ! ●