

RÉMY ARTIGES

SALONS

68

C'est désormais un rite bien établi : chaque année, à la fin du mois de février, la France célèbre le « lien charnel » qui la lie à son agriculture. Publiciens de haut bord, professionnels et badauds se pressent à cette messe mystique qui se déroule au Parc des Expositions de la porte de Versailles à Paris. La communication propre à l'événement exalte la « plus grande ferme de France » avec ses six cent mille visiteurs. Elle fait le récit de ses quatre mille cinq cents animaux vivants, dont cent vingt races, ses six cent cinquante bovins, cinq cent cinquante ovins... Décidément, l'agriculture se fait belle pour entrer au Salon. Car on est bien ici dans le domaine de la représentation. Il ne s'agit pas d'établir le compte rendu d'un secteur économique en déclin, ni de dessiner le portrait d'un groupe social à l'avenir incertain. Au contraire, il s'agit d'en donner une vision attrayante, économiquement performante et politiquement correcte. Une affaire de marketing en somme.

Les photographes de Rémy Artiges rompent le sort. Avant d'arrêter les coulons du Salon de l'agriculture de 2002 à 2009, il discerne les arthéres de mise en scène et pointe son objectif sur le décor et son envers. Focalisant sur les raccords du motif, il met en évidence ces légers décalages qui font basculer l'ensemble de la représentation : dérisoire, isolée par le cadrage, la fenêtre, qui ouvrirait sur une prairie propice aux évasions bucoliques, n'est plus qu'un écran opaque, camouflant la banalité précaire du stand. Rémy Artiges inverse le mécanisme de la perception.

Claude d'Arthenaise

SALONS
Rémy Artiges
France, 2002-2009

© Rémy Artiges







