



Olivier Voutch, Dessinateur - Président du jury Illustration

Quel bilan faites-vous du palmarès de votre catégorie ?

On peut constater que ça bouge dans le bon sens en ce moment, même si ça reste marginal.

Certains annonceurs font le pari de l'illustration et cela fonctionne. Une campagne, en particulier, a joué l'illustration en majeur à la fois sur le conditionnement et ses extensions et nous l'avons récompensée pour cela (Le Chocolat des Français). Et finalement, la marginalité générale de l'illustration par rapport à la photo aide la campagne à se distinguer lui donne plus d'impact.

Nous avons aussi des prix qui récompensent des maisons d'édition et la presse avec de vrais bon partis pris d'illustration. Il fallait les encourager.

Art & Commerce, comment appréhendez-vous le travail de commande ?

Le travail de commande oblige à être plus intelligent car il y a davantage de contraintes extérieures que dans un travail à soi, pour soi. Il faut être prêt à faire des concessions mais y fixer des limites. Ce qui est difficile en tant qu'illustrateur, c'est de faire une estimation correcte de son statut auprès des clients (agence et annonceur). Tout part de là. Si on a un statut faible ou moyen, il faut rester diplomate et être prêt à accepter quelques concessions. C'est plus facile, bien entendu, avec un statut plus affirmé.

Mais même dans ce cas, le client aura toujours à considérer qu'il est roi. Quand un travail de commande est réussi, cela signifie que l'illustrateur a su jouer de son statut pour sauvegarder ce qu'il voulait et aussi que les clients lui ont fait confiance et l'ont laissé s'exprimer. Quand on choisit un illustrateur pour son talent particulier, il est illogique de le brider ensuite lors de la réalisation.

Un conseil aux jeunes qui veulent se lancer dans l'illustration ?

Pour ceux qui envisagent de travailler dans la pub, il faut y rentrer quand on est fort, sûr de son style, et avec une bonne dose de confiance en soi. C'est ce qui permet de dire à un annonceur : « suivez-moi dans la façon dont j'envisage de traiter votre sujet ». Avec cette maturité, il est plus facile d'appréhender le rapport de force illustrateur / client.

Je recommanderais aux jeunes de ne plutôt pas démarrer avec la pub mais de commencer par la presse ou l'édition pour y affirmer leur talent. Les couvertures de romans, par exemple, sont un secteur idéal pour se faire les dents et affiner son style graphique.