

REPORTERS SANS FRONTIÈRES

DOSSIER DE PRESSE

JEAN-PAUL GOUDE



100 IMAGES POUR LA LIBERTÉ DE LA PRESSE
NOUVEL ALBUM EN VENTE À PARTIR DU 31 OCTOBRE

SOMMAIRE



– 3
PRÉSENTATION
GOUDE PAR GOUDE

– 4
CITATIONS
FANS DE GOUDE

– 5
PORTRAIT
GOUDEGRAPHIE

– 6
IMAGES LIBRES DE DROIT

– 15
ET AUSSI
CRISE DE CONFIANCE
DANS LES MÉDIAS

– 16 | 17
LES ACTIONS DE RSF
NOTRE ORGANISATION
CONTACTS

GOUDE PAR GOUDE



Rare. Populaire. Exigeant.

Tour à tour dessinateur, photographe, metteur en scène, cinéaste, chorégraphe, Jean-Paul Goude est un artiste précurseur, un manipulateur d'images, un conteur qui a su inventer un style, un univers et pour finir, une mythologie personnelle. En 50 ans de carrière, il a laissé dans notre imaginaire et nos rétines une trace puissante, grâce à un style graphique et narratif unique. Rares sont les créateurs qui ont su nouer une relation intime avec un public si vaste autour d'une œuvre exigeante. Jean-Paul Goude en fait partie.

Artisan du métissage.

Jean-Paul Goude joue en permanence sur les niveaux de lecture. Les atours légers, drôles et poétiques de son travail questionnent des sujets profonds. Dans un entretien qui ouvre le portfolio, il revient longuement sur

les questions qui traversent son œuvre et l'évolution de leur perception par la critique.

« Depuis cinquante ans je défends le mélange et le métissage, alors qu'aujourd'hui certains prônent la séparation. Depuis cinquante ans je fais dialoguer les cultures quand certains font primer le mot origine sur le mot culture. »

Des croquis de ses débuts au défilé du bicentenaire de la Révolution en passant par les spots iconiques pour Chanel, Perrier, les Galeries Lafayette ou Kodak, la Goude touch fait mouche ! Reporters sans frontières lui rend hommage dans un portfolio consacré à l'ensemble de sa carrière, et en lui confiant les clefs de son album : l'édition, qui sera en vente à l'occasion des fêtes, est consacrée à et conçue par Jean-Paul Goude. Pour retracer une œuvre aussi riche, qui pouvait mieux le faire que son créateur ?

FANS DE GOUDE



Edgar Morin, Michel Guerrin, George Lois et Soledad Bravi témoignent de leur appréciation de l'artiste hors normes.

Edgar Morin, philosophe et sociologue, brosse un portrait inspiré de celui qu'il a baptisé « Goudemalion » :

« Les œuvres les plus marquantes de Goude sont nées de la sacralisation de ses muses devenant, sous l'effet de son travail, mythes. Goude a transfiguré les femmes qui l'ont transfiguré. Elles irradiaient déjà d'elles-mêmes une aura fabuleuse. Elles étaient déjà, par quelque aspect, divines. »

Michel Guerrin, journaliste au Monde, réalise avec lui un entretien exclusif et revient sur sa carrière haute en couleurs :

« À 78 ans, Jean-Paul Goude est l'un des plus importants créateurs de la seconde moitié du xx^e siècle. Sa double préoccupation est inédite : révéler son époque, la devancer même, mais au moyen d'images d'une grande force graphique, mêlant spectaculaire, ironie et références culturelles multiples. »

« Je suis un artisan-artiste qui explore la fiction. Je suis pleinement heureux en studio, comme je l'étais quand je dessinais dans ma chambre d'enfant, à Saint-Mandé. Je suis un illustrateur qui essaie de coller à l'époque. Je me situe donc dans un entre-deux : entre le reportage et l'art. »
Jean-Paul Goude

George Lois, figure emblématique de la publicité Outre-Atlantique, célèbre pour ses couvertures pour Esquire comme pour ses campagnes publicitaires et ses ouvrages, est celui qui a inspiré le personnage de Don Drapper dans la série Mad Men. Inconditionnel admirateur *« Son œuvre est plus que surréaliste, elle dépasse tout ce que l'on peut attendre d'elle. Jean-Paul Goude nous surprend toujours. »*

Enfin, **Soledad Bravi**, illustratrice, participe à cet album via une biographie illustrée pétillante. (voir page suivante.)

GOUDE PAR SOLEDAD

« Jean-Paul Goude aime exagérer, tordre et sublimer les formes. Il fourmille d'idées. Il commence par dessiner, puis coupe ses photos, agrandit un cou, des jambes, une bouche. Rien ne l'arrête. On attend la nouvelle publicité, la dernière photo de Goude, prêt à être subjugué, à rire. Chaque image est une histoire. »

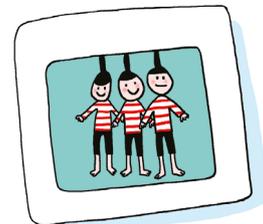
- 1976. Il amplifie à outrance la cambrure et les fesses d'un mannequin, pour y faire reposer une coupe de champagne.



- 1978. Il allonge le corps de Grace Jones pour le sublimer en une statue que l'on pourrait croire d'éléphant.

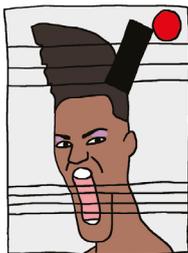


- 1984 à 1988. Il invente des personnages espiègles, des lutins qui s'échappent d'une diapositive pour voler des couleurs.



↑ publicité pour Kodak

- 1985. Pour graphiquement styliser la voix de Grace Jones, il surdimensionne sa bouche.



- 1986. Il met en scène le couturier Azzedine Alaïa qui paraît minuscule, enlacé comme un enfant au mannequin Farida Khefka, exagérément grande.



- 1990. Avec un sens de la tragédie aigüe, il fait claquer les volets d'un palace cannois par des femmes émervees qui hurlent, comme dans un ballet :



↑ publicité pour Chanel

- 1991. Il agrandit la mâchoire du mannequin pour la rendre plus grande que celle du lion qui convoite la même boisson qu'elle.



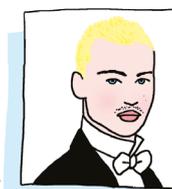
↑ publicité pour Perrier

- 1992. Il transforme la chanteuse Vanessa Paradis en un ravissant canari.



↑ publicité pour Chanel

- 2003. Pour l'ouverture d'un grand magasin dédié aux hommes, il transforme une des plus belles femmes du monde, Laetitia Casta, en homme.



↑ publicité pour les Galeries Lafayette

GOUDEGRAPHIE

Jean-Paul Goude cultive depuis l'enfance sa passion pour le corps et son amour pour la forme. Né à Saint-Mandé en 1940, d'une mère américaine et d'un père français, il entame sa carrière dans les années soixante au magazine *Marie-Claire* en tant qu'illustrateur. Son travail est remarqué : il est engagé auprès de la chaîne de magasins Le Printemps, avant de lancer son propre magazine de mode, *Zouzou*.

Sa carrière s'accélère outre-Atlantique. Au début des années 1970, il devient le directeur artistique du célèbre magazine *Esquire* à New York : « *J'étais un illustrateur, illustrant les fantasmes des autres. Je suis devenu, naturellement, un auteur d'images.* »

En 1976, il publie son premier livre, *Jungle Fever*, dédié aux communautés afro-américaines et hispaniques. Il y adopte la « *French Correction* », qui consiste à redessiner les corps pour les magnifier. C'est ainsi qu'il façonnera l'image de sa muse, la chanteuse Grace Jones, photographiée peinte, tondu, découpée ou mise en scène dans des shows musicaux sophistiqués.

De retour en France, Jean-Paul Goude retrouve son univers, la publicité. Il se lance dans la réalisation de spots pour Kodak, Guerlain, Lee Cooper, ou Chanel avec son égérie Vanessa Paradis pour « *Egoïste* » ou « *Coco* ». Ces petits bijoux lui valent d'être multirécompensé au Festival international de la publicité à Cannes en 1985.



En 1989, Jack Lang, alors ministre de la Culture, lui confie l'organisation d'un grand défilé sur les Champs-Élysées pour la commémoration du bicentenaire de la Révolution française. Le créateur y fait défiler « *ceux qui ne défilent jamais* » en jouant avec les codes et les clichés pour glorifier la multiplicité ethnique et la mixité sociale de la France.

GOUDEGRAPHIE

À l'apogée de sa carrière, il devient directeur artistique des campagnes publicitaires des Galeries Lafayette en 2001 et élabore une série d'affiches marquantes avec Lætitia Casta. En 2005, il publie *Tout Goude*, qui retrace sa trajectoire. En 2012, il présente l'exposition rétrospective « Goudemalion », titre imaginé par le philosophe Edgar Morin, au musée des Arts décoratifs à Paris. La même année, il est fait commandeur des arts et des lettres par le ministre de la culture d'alors, Frédéric Mitterrand.

En 2014, il est à l'origine de ce qui restera longtemps l'image la plus viralisée d'internet, un montage mettant en scène le postérieur de Kim Kardashian.

Le fonds du Centre Georges Pompidou s'enrichit, en 2017, d'une centaine de ses œuvres offertes par l'artiste.

Pour Goude, vivre, c'est créer: que ce soit à travers un travail publicitaire pour Chanel, Kenzo, Guerlain, Vionnet, Sisheido, ou par des collaborations régulières à des magazines comme *Harper's Bazaar*, *Vanity Fair*, *L'Officiel*, *V* ou *Paper Magazine*. Certaines des métamorphoses qu'il a fait subir aux personnalités de la mode (Nicolas Ghesquière, Ricardo Tisci, Azzedine Alaïa, Christian Lacroix, Karl Lagerfeld, Jean-Paul Gaultier) et du show business (Björk, Charlotte Gainsbourg, Pharrell Williams, Scarlett Johansson, Pedro Almodovar, Lady Gaga, Rihanna ou Kim Kardashian, dont l'image enflamma la toile) sont restées dans toutes les mémoires.

IMAGES LIBRES DE DROIT



© J.-P. Goude

The Queen of Seoul.
Paris, France, 2005.



© J.-P. Goude

Lady Gaga, *V magazine*. Paris, France, 2018.

Utilisation de cette image soumise à l'accord du studio Jean-Paul Goude avant publication.



© J.-P. Goude

Personnages Lee Cooper: Georgette danse.
France, Paris, 1984.



© J.-P. Goude

Papou, mine de plomb et feutre sur papier, Kodak.
Italie, Rome, 1984.



© J.-P. Goude

Bicentenaire de la Révolution.
Paris, France, 1989.



© J.-P. Goude

Blue-Black in Black on Brown, photo peinte. New York, État-Unis, 1981.



© J.-P. Goude

Farida dans son propre rôle, ekta découpé. Paris, France, 1992.



© J.-P. Goude

Laetitia Casta, *L'Homme*, photo. Paris, France, 2004.

DOSSIER SPÉCIAL

CRISE DE CONFIANCE DANS LES MÉDIAS



Jamais l'indice de confiance des citoyens envers les médias (télévision, radio, presse écrite) n'a été aussi bas, comme l'ont confirmé en janvier 2019 le baromètre Kantar/La Croix et l'étude annuelle de Reuters. Même la presse locale, qui maintenait jusqu'ici la tête hors de l'eau du désamour, est à la peine.

Doutes sur l'indépendance des journalistes, soupçons d'information partielle et partisane, fake news qui se propagent... Quels sont les origines et les aliments de cette méfiance ? Comment les médias, en France et à l'étranger, répondent-ils à ces défis majeurs ? Quelles solutions mettent-ils en pratique pour reconquérir un public en souffrance ?

« Avant, on avait un contrat implicite entre la marque, le média, et son public. Avec l'agrégation numérique et les réseaux sociaux, ce contrat est totalement rompu, la marque est diluée, ce qui provoque aussi une perte de confiance. »

Frédéric Filloux, journaliste spécialiste des médias et de l'économie numérique

COMPRENDRE LES MODES D'ACTION DE RSF EN 3 MINUTES

Se battre pour la liberté, l'indépendance,
et le pluralisme du journalisme est une affaire complexe.
Nous vous l'avons résumée en 4 points.



1 PRÉVENTION

FOURNIR DES OUTILS POUR
UNE INFORMATION LIBRE



Nous prêtons des gilets pare-balles,
gilets presse, casques, balises



Nous formons à la sécurité numérique
et procurons des outils de chiffrement



Nous publions des guides
pratiques de sécurité

2 URGENCE

ÊTRE AU PLUS VITE AUX CÔTÉS
DES VICTIMES DES ATTEINTES
À LA LIBERTÉ D'INFORMATION



Nous dénonçons :
campagnes, publications,
manifestations



Nous intervenons d'urgence
auprès des autorités



Nous mettons
en sécurité



Nous débloquons
des sites web censurés

3 TRAVAIL DE FOND

POUR CHANGER DURABLEMENT
LE COURS DES CHOSES



Plaidoyer international



Développement des compétences :
avec ONG locales, ONG internationales,
société civile



Soutien juridique, administratif
et financier

4 INFORMATION

NE LAISSER AUCUNE ATTEINTE À LA LIBERTÉ
DE L'INFORMATION SOUS SILENCE



Campagnes
de sensibilisation

Rapports d'enquête



Classement mondial
de la liberté de la presse

Soutenez RSF – www.rsf.org

REPORTERS SANS FRONTIÈRES

Fondée en 1985, **Reporters sans frontières** œuvre pour la liberté, l'indépendance, et le pluralisme du journalisme partout sur la planète. Dotée d'un statut consultatif à l'ONU et à l'Unesco, l'organisation basée à Paris dispose de 14 bureaux dans le monde et de correspondants dans 130 pays. Elle soutient concrètement les journalistes sur le terrain grâce à des campagnes de mobilisation, des aides légales et matérielles, des dispositifs et outils de sécurité physique (gilets pare-balles, casques, guides pratiques et assurances) et de protection digitale (ateliers de sécurité numérique). L'organisation est devenue aujourd'hui un interlocuteur incontournable pour les gouvernements et les institutions internationales et publie chaque année le Classement mondial de la liberté de la presse, devenu un outil de référence.

La vente des albums constitue une ressource essentielle pour Reporters sans frontières (30 % du budget annuel). Grâce au soutien de ses partenaires : Presstalis, le SNDP, Culture Presse, le réseau Maison de la Presse et Mag Presse, Mediakiosk, Promap, Relay, Interforum, la Fnac, ainsi que toutes les enseignes qui diffusent gracieusement l'album, les bénéfices de ces ventes sont intégralement reversés à l'association.

UTILISATION DES VISUELS LIBRES DE DROITS

Dans la sélection de ces images, cinq seulement peuvent être publiées libres de droits dans un même média. Elles ne peuvent être utilisées gratuitement en couverture et leur format ne doit pas dépasser une demi-page. Ces photographies doivent être utilisées uniquement pour la promotion de l'album RSF.

Toutes les photos, sauf mention contraire: © Jean-Paul Goude

CONTACTS

2^e Bureau

Martial Hobeniche et Marie-René de La Guillonnière
+33 (0)1 42 33 93 18 — rsf@2e-bureau.com

Sophie Minodier — +33 (0)1 44 83 84 57 — sminodier@rsf.org

POUR TOUTES DEMANDES SPÉCIFIQUES

Merci de contacter Virginie Laguens: virginie@jeanpaulgoude.com