

**VEVEY**

© Céline Michel

**Stefano Stoll**  
 Directeur du Festival  
 Images de Vevey  
 par Alexander Zelenka  
 www.images.ch

**« Nous cherchons à être  
 malicieux, décalés,  
 parfois impertinents,  
 mais jamais abscons. »**

– Quelle est la particularité du Festival Images ?

– Il s'agit de la seule manifestation suisse dédiée à la photographie en plein air. Durant trois semaines, les images colonisent l'espace public, soit en format affiche, soit en format monumental. Des travaux d'artistes du monde entier, de même que ceux des photographes de la région, sont exposés dans les rues, dans les parcs et sur les murs. Nous exposons aussi bien des stars, comme Cindy Sherman ou Andres Serrano, que des jeunes qui débutent. Affiches, bâches, plexiglas, tissus divers... Nous n'affichons pas les œuvres à la manière d'un musée. Le Festival Images, c'est la rencontre entre l'événementiel et la photographie.

– Le festival s'inscrit dans un contexte historique et économique particulier...

– La ville de Vevey a un important passé industriel, qui a été marqué par la fermeture, dans les années 80, des ateliers de construction mécanique. Pour redynamiser l'économie, les autorités ont décidé de valoriser leurs atouts liés à l'image, en mettant en avant les arts graphiques et en s'appuyant pour cela sur des structures déjà existantes, comme le Musée Jenisch ou celui de l'appareil photographique. C'est ainsi qu'a été inventé le label « Vevey ville d'images », qui préfigurait l'émergence des premières campagnes de marketing urbain, comme « I love New York » ou « I amsterdam ».

– Qu'avez-vous changé en reprenant la direction de la manifestation en 2007 ?

– A sa création, en 1995, le Festival Images était tantôt biennal, tantôt triennal. D'une édition à l'autre, il était axé sur le cinéma, parfois sur la photo, voire sur les deux. Pour commencer, nous l'avons recentré sur la photographie. Mais, plutôt que de continuer à exposer les artistes dans des galeries, nous leur avons ouvert les portes de l'espace public. Si, dans sa première mouture, le festival perdait de l'argent et n'intéressait pas spécialement les Veveysans, nous sommes parvenus à rectifier le tir. En 2012, nous avons proposé plus de 60 expositions, mis sur pied de nombreux événements et accueilli plus de 47 000 visiteurs en intérieur (Vevey compte 19 000 habitants, nldr.). C'est un joli succès quand on pense qu'en 2006, la fréquentation ne dépassait pas 4 000 personnes.

– La sélection des travaux est très rigoureuse. Comment vous situez-vous par rapport à l'art contemporain ?

– Notre intention n'est pas de chercher la brèche, ni de stimuler un débat intellectuel pointu. Nous visons avant tout l'accessibilité. Nous collaborons avec les meilleurs artistes, mais nous voulons que leurs travaux puissent être compris d'un public aussi large que possible. Nous cherchons à être malicieux, décalés, parfois impertinents, mais jamais abscons. Il est important de tenir compte de toute la diversité des habitants de Vevey. Un père qui vient admirer une œuvre avec son fils doit pouvoir la lui expliquer.

– Vous attirez des photographes et des professionnels du monde entier, en même temps que vous touchez le grand public. Quel est le secret de ce succès ?

– Nous avons mis en place un système de fonctionnement particulier qui a fait ses preuves. Les années paires, la Fondation Vevey Ville d'Images organise le Festival Images. Les années impaires, nous mettons sur pied le Grand Prix international de photographie, qui existait déjà dans les années 80, bien avant le lancement du festival. Doté de 40 000 francs, il a contribué à attirer des photographes talentueux du monde entier. Le bouche à oreille et la qualité des travaux exposés ont fait le reste. On est passé de 200 à 300 dossiers, au début des années 2000, à plus de 1 000 dossiers dans l'édition 2009. Très pointu, touchant peu le grand public, cet événement réunit durant trois semaines les professionnels de l'image, qu'ils soient photographes, galeristes, représentants de musées ou de diverses institutions. Enfin, pour marquer notre existence de façon permanente, nous nous appuyons sur l'Espace Quai 1, une galerie photo où nous présentons chaque année environ cinq expositions mettant à l'honneur les travaux les plus méritants des participants au Grand Prix.

– Un dernier mot sur la communication ?

– Nous y accordons une attention particulière depuis 2008. Petit à petit, nous avons bâti notre réseau presse. En 2008, nous avons ciblé la Suisse romande, en 2010, la Suisse alémanique, et, en 2012, nous avons commencé à approcher des médias internationaux. Pour mieux nous faire connaître, nous diffusons bien entendu beaucoup d'informations via Internet et par e-mailing. Si nous sommes par ailleurs présents sur plusieurs sites professionnels bien ciblés, nous comptons également beaucoup sur le bouche à oreille! ■