

« AÏE LOVE YOU »

LES AFFICHES D'UN ÉTUDIANT DE SAINT-LUC FONT LE BUZZ

Nicolas GILLON a 20 ans. Français, il est étudiant en 2^e année Publicité à l'École Supérieure des Arts Saint-Luc à Tournai¹. Dans le cadre d'un travail scolaire, il a imaginé une campagne contre la violence conjugale, qui a déjà récolté des milliers de mentions positives sur le net et lui vaut une notoriété à laquelle il ne s'attendait absolument pas.

« **J'** ai réalisé ce travail pour le cours de « concept » donné par M. Jacques DECOBECK, explique N. GILLON. La consigne était de concevoir une campagne de sensibilisation choc, classique, qui puisse atteindre tout le monde, jeunes, adultes, personnes âgées. » Une contrainte : s'exprimer via des affiches au format A3. Tout le reste (illustrations, photos, textes, etc.) était laissé à l'appréciation des étudiants.

Quatre sujets devaient être traités, parmi lesquels un sujet libre en lien avec une grande cause qui touche le monde actuel. « Après avoir un peu cherché, poursuit l'étudiant, j'ai choisi de m'intéresser à la problématique des femmes battues. Beaucoup de femmes sont victimes des coups de leur compagnon, et elles sont nombreuses à subir cela en silence, parfois jusqu'à la mort. Je trouvais important de mettre ce phénomène en lumière. La première idée qui m'est venue, c'est de montrer à quel point le côté « par amour » peut être trompeur. Il s'agit soi-disant d'une relation amoureuse, mais cela me met hors de moi que quelqu'un qui prétend aimer l'autre puisse lui infliger des violences. On ne frappe pas quelqu'un par amour ! J'ai cherché à représenter cela par une image choc. Comment exprime-t-on l'amour ? En disant « Je t'aime » à sa/son partenaire. J'ai réfléchi aux meilleures formulations possibles, et comme ça ne marchait pas très bien avec « Je t'aime, je t'haine », j'ai finalement mélangé le français à l'anglais avec « Aïe love you », à l'italien avec « Tue amo » et à l'allemand avec « Ouch liebe dich ». »

Pour mettre en scène les images qu'il avait en tête et réaliser les photos, Nicolas a cherché, via ses contacts sur les réseaux sociaux, des jeunes filles qui accepteraient de poser et quelqu'un qui pourrait réaliser des maquillages hyper réalistes. Le shooting a ensuite été bouclé en une journée. « Le fait que les filles sur les photos soient jeunes et jolies, précise N. GILLON, montre que n'importe quelle femme, y compris celles qui ont apparemment tout pour elles au départ, peut se retrouver prise dans l'engrenage de la violence. »

Et l'histoire aurait pu en rester là sans la belle-sœur du jeune homme qui, après avoir jeté un œil attentif à son travail, l'a trouvé tellement pro et touchant qu'elle a décidé de poster les photos sur son compte Twitter. De plus en plus de personnes (plusieurs milliers) les ont partagées. Et cela a fait boule de neige. De nombreux médias se sont intéressés à la chose, et l'étudiant et sa campagne ont fait l'objet d'articles dans des journaux et magazines du monde entier. Plusieurs chaînes de télé l'ont également interviewé, et la Direction du Département du Nord l'a contacté en vue d'utiliser ses affiches dans le cadre d'une campagne institutionnelle.

Mais il en faudrait plus pour donner la grosse tête à cet étudiant qui rêve de devenir directeur artistique, et qui est bien conscient du chemin qu'il lui reste à faire. « J'ai encore beaucoup de choses à apprendre, souligne-t-il. C'est un coup de chance que cette campagne ait été publiée sur les réseaux sociaux et ait rencontré un tel succès. Les autres étudiants de la classe réalisent des travaux superbes aussi ! Mon professeur est content pour moi, il dit que ça me fait sortir de mes anciennes réalisations. Mais ça me met aussi la pression pour les suivantes ! La manière dont on donne les cours à Saint-Luc nous pousse à aller vers des créations très professionnelles et à avoir une réflexion approfondie sur notre futur métier. » ■

MARIE-NOËLLE LOVENFOSSE

1. www.stluc-sup-tournai.be

