Transcription

Vermeer à Amsterdam, c'est l'expo coup de cœur. Et un mois après l'ouverture, les billets s'envolent et le public a du mal à approcher la Laitière, la Dentellière ou la Jeune Fille à la Perle, les tableaux les plus connus du grand maître hollandais.

- Elle, par exemple, c'est une popstar et la Laitière c'est pareil. Plus que de l'art, plus que de la peinture, désormais ce sont des icônes.

Tellement iconiques, les images de Vermeer, qu'on les retrouve un peu partout dans notre vie quotidienne, y compris bien sûr dans les films de cinéma et dans la publicité. D'ailleurs depuis 40 ans, la Laitière est l'emblème d'une célèbre marque de yaourt, déclinée dans une soixantaine de produits laitiers. Finalement, pas besoin d'avoir mis les pieds dans un musée pour connaître Vermeer.

- Il y a quelque chose qui fait partie de notre histoire, voilà, et du coup, ça fait partie des choses qu'on a l'habitude de voir.
- Je pense que Vermeer a aussi été utilisé dans les publicités, etc., donc c'est pour ça que ça reste dans l'imaginaire.
- Parce que ces visages, on a l'impression qu'ils ont traversé le temps, sans prendre une ride et on retrouve les mêmes à l'heure actuelle, le costume est différent mais l'expression est la même.

À quatre siècles d'écart, Vermeer nous semble toujours aussi moderne et ce n'est pas un hasard car ce maître hollandais est un peintre virtuose, amateur du réalisme et il utilise tellement bien la lumière que certains de ses portraits nous fascinent tout simplement parce qu'ils ont l'air réel.

- Ça peut par certains égards, ressembler à la photographie, il y a un hyperréalisme qui est d'ailleurs bien dans les codes d'aujourd'hui, c'est la raison pour laquelle la communication aime les tableaux de Vermeer parce qu'il y a une forme d'illusionnisme qui correspond assez bien aux codes visuels du moment.

CréatiFLE 2023