

Adrien Boyer, objectif réalité

PHOTOGRAPHIE Banquier de formation et toujours consultant, Adrien Boyer a développé un œil singulier basé sur l'authenticité du cliché où le beau se trouve dans le banal et l'anodin.

THOMAS HORST  @Strategies

Adrien Boyer est un ancien banquier qui, en 2009, à 30 ans, s'est lancé dans la photographie. S'ennuyant manifestement au travail, il trouvait une échappatoire dans cet art. Pendant un séjour à New York, il réalise une série de clichés que lui et sa femme décident d'exposer chez eux. Les amis adorent et achètent les premiers tirages. Le bouche-à-oreille faisant son œuvre, le décorateur de David Jones, à l'époque directeur général d'Havas (aujourd'hui patron de la « brandtech » You&Mr Jones), prend contact avec lui pour agréementer l'appartement de son client de ses clichés. Adrien Boyer prend alors conscience de l'intérêt qu'ils suscitent. Il commence par exposer dans les locaux de la Barclays rue du Faubourg-Saint-Honoré, où il travaille alors. Les clients sont emballés. Avec le soutien de Vincent Bocart, directeur de la communication de la banque, il expose dans toutes les Barclays Premier, puis dans le cabinet d'audit Deloitte qui financera la création de son livre sur Paris.

AU PREMIER REGARD. Adrien Boyer démarque plusieurs galeries d'art à Paris, et l'une d'elles l'accueille. En un dimanche, il vend une trentaine de clichés. Depuis, il multiplie les voyages et les images. Partenariat récurrent avec la banque Taylor-De Jongh, nomination au Prix HSBC de la photographie en 2015, Adrien Boyer s'est fait une place dans le monde de la photographie. Il conserve toutefois une activité de consultant lui assurant les ressources nécessaires pour partir voyager seul et étoffer son portfolio.



ABIDJAN.



ATHÈNES.



MARSEILLE.

Sa démarche est basée sur un regard brut. Il capture « *le beau là où on ne l'attend pas, dans le banal, le trivial, l'anodin* », explique-t-il. L'authenticité du cliché, ce qu'il appelle « *la virginité du regard* », lui tient à cœur : on ne voit vraiment la beauté des choses que la première fois. Pas de retouches, seul un ajustement de valeur pour restituer au mieux l'impression d'origine. L'intérêt du cliché se trouve dans l'angle et le regard : « *De la même façon qu'en lisant un texte on n'en voit plus les lettres, c'est la résonance entre les éléments du cliché qui en fait la beauté* », précise-t-il. D'où le titre de l'album et de la nouvelle exposition, « *Consonances* », qui aura lieu dans la galerie Clémentine de la Féronnière sur l'île Saint-Louis à Paris, du 2 février au 1^{er} avril. ♦



« C'EST LA RÉSONANCE entre les éléments du cliché qui fait sa beauté. »