Retranscription d'une interview téléphonique avec Peter Saville, le 2 mai 2016

C'est intéressant car vous avez designé des objets liés à la culture de masse, des goodies tel que des badges, qui sont maintenant collectionnés comme s'ils étaient des objets d'arts. Ces objets que vous avez designé se vendent à prix d'or aux ventes aux enchères. Comment expliquez-vous cette fascination et ce mythe autour de vos créations ?

Peter Saville Tous les objets de Factory ont un cachet, une aura, ils ont une mythologie. La réponse est dans le fait que les gens faisaient des choses en lesquelles ils croyaient. Ils faisaient des choses parce qu'ils le pouvaient, et non pas pour vendre quelque chose. C'est l'élément-clé.

Jean-Daniel Beauvallet m'a raconté qu'il était toujours en train de grapiller des freebies à l'Haçienda. Selon lui, le staff était toujours intrigué par sa passion et sa connaissance du catalogue Factory. Il disait qu'à l'époque, il n'avait pas accès aux objets les plus fous. Il disait aussi que certains des objets dont il entendait parler était problablement des mythes. Avez-vous la connaissance de rumeurs à propos de ces objets ? Avez-vous créé des rumeurs pour que le public soit encore plus demandeur de ces goodies ?

PS J'ai simplement eu l'occasion de faire tout cela, et c'est la seule raison pour laquelle je l'ai fait. Nous n'essayions même pas de vendre quoi que ce soit. Nous le faisions parce que nous le pouvions, car quelque chose avait permis de faire un bénéfice, ou alors parce que nous savions que les gens allaient payer pour quelque chose, et que cela ne coûterait rien. Et parfois, nous perdions aussi de l'argent. Vous savez, Factory était toujours en train de faire des choses qui coûtaient mais qui ne généraient pas d'argent… Donc nous faisions ces choses parce que nous pouvions les faire, comme créer l'Haçienda. Il n'y avait pas de raison de créer ce club. Il n'y avait vraiment aucune raison, car ce n'était pas une entreprise. Personne n'a essayé de faire d'argent. Au début, vous pouviez acheter des boissons à l'Haçienda moins cher qu'au supermarché. Personne ne pensait à faire de bénéfices car personne n'avait de job à Factory, il n'y avait pas de salaire, rien de tout cela. Donc nous faisions ces choses juste parce que nous pouvions les faire, et parce qu'il fallait qu'elles soient faites. Il faut remettre les choses dans leur contexte, les choses étaient différentes en 1980, par rapport à 2016.

Selon le mythe de Factory Records, sa démesure aurait causé sa perte. Pensez-vous avoir pris part à ces excès avec vos designs ?

PS Ces excès ont endommagé Factory, oui, en effet, mais ils l'ont aussi fait ! Voici donc le paradoxe avec Factory. Nous en parlons maintenant et c'est ce qui ressort le plus parce qu'on ne se souciait pas de l'argent. Il n'y avait aucune sorte de plans de marketing, et personne n'avait d'expériences en affaires, nous n'avions pas de structure. Personne n'avait dirigé une entreprise avant, et c'était un peu comme un projet. Chacun faisait les choses comme il les entendait, et personne ne contredisait cela.

Quel était l'objet ou le medium le plus fou que vous ayez designé dans votre carrière ?

PS D'une certaine façon, le plus créatif est Blue Monday, et c'est aussi en même temps le plus réussi. Mais quand je le regarde maintenant, 35 ans plus tard, c'est un objet très anonyme. Je veux dire par là que c'est un produit qui est fait pour être vendu partout, et il n'y a rien qui est écrit dessus. Rien. Même dans la tendance en 2016, même si nous allons chez Colette, la boutique la plus branchée en France, il sera vraiment difficile de trouver quelque chose à vendre avec rien d'écrit dessus. Et Blue Monday est devenu le 45 tours le plus vendu de l'histoire ! Deux millions d'exemplaires de quelque chose avec rien d'écrit dessus. Rien pour dire ce que c'est… C'est dans un sens, la chose la plus bizarre à propos de Blue Monday. Je ne sais pas si c'est fou, mais je pense que ça été le projet le plus courageux et le plus difficile. Et ça a montré que l'on pouvait le faire. Et c'est intéressant, regardez Blue Monday, puis regardez un iPod, et commencez à penser à l'influence de ces choses. Qui était le public de Blue Monday dans les années 1980, et que font les gens dans les années 1990 quand ils grandissent. Pensez au designer de chez Apple, Jonathan Ive, le créateur de l'iPod. Regardez son âge, et puis repensez à Blue Monday…

Vous avez conçu des pochettes de vinyl pour Factory qui sont plus des objets que de simples pochettes. Je pense notamment à la pochette en forme de disquette de Blue Monday, et à votre pochette pour The Return of the Durruti Column. Vous voyez-vous comme quelqu'un de matérialiste ?

PS Ces choses font lien assez finement. En raison de l'époque, les disques étaient des objets. Avant le téléchargement, la collection de disques était la collection d'art pour les jeunes. Dans de nombreux cas, elles ont été les premières, et parfois seules choses qu'ils ont achetées. Peut-être qu'ils achetaient des vêtements, mais, quoi d'autre ? À 15 ou 16 ans, vous n'achetez plus des jouets, vous n'en êtes pas encore à acheter des voitures ou des motos, vous n'en êtes pas à acheter des meubles, ni des objets d'arts, alors vous achetez des disques ! Les disques et les livres sont le début d'une collection, et de la propriété. Et ce n'est pas jetable. Les magazines, les journaux sont jetables. Certains magazines sont des objets de collection ; les disques l'étaient tous. Le disque a été le début de nos vies d'adulte ; la possession de choses. Et pour moi ils étaient ma collection d'art. Vous savez il n'y avait même pas encore les tee-shirt comme nous les avions dans les années 1980 et 1990. Il y en avait un peu, mais la culture de la mode n'avait pas encore vraiment explosé. Donc les disques étaient la principale possession des jeunes gens. C'est pour cela que je les ai toujours pensés comme des objets.

Il semble que vous ayez eu des conditions parfaites pour créer. L'entière liberté que Factory Records vous donnait vous manque-t-elle ? Aussi, pensez-vous que ces conditions de création peuvent toujours êtres expérimentées à l'heure actuelle ?

PS Oui, cette entière liberté me manque, mais très vite, je suis devenu trop vieux pour continuer comme ça. Déjà à l'époque où j'avais trente ans, je ne voulais plus être un designer de pochettes de disque. Il faut avancer. Vous commencez à posséder des choses, à avoir des meubles, une maison, et vous commencez à rencontrer des gens dans d'autres professions, et puis travailler dans la pop culture devient un peu enfantin. Et vous ne gagnez pas d'argent. Bono ou Kanye West sont dans un monde enfantin, mais ils gagnent beaucoup d'argent. Mais si vous designez juste des pochettes de disques vous n'allez pas être une star, et vous n'allez pas faire d'argent du tout. Donc vous savez que vous devez avancer, et dans le vrai monde, dans l'autre monde, vous n'avez pas cette liberté, cette liberté n'existe pas. Il est possible que vous la trouviez, d'une autre manière qu'avec Factory, mais cela ne sera pas, et cela ne pourra pas être la même situation, et ça ne pourrait sans doute pas être dans la musique, parce que tout a été bousillé maintenant. Donc tout est une question d'objectif, et de but à atteindre. Ainsi, la liberté est liée au but de l'activité. Peut-être que vous pourriez trouver la liberté, avec un éditeur, ou avec un site web. Quelque chose où vous allez à l'encontre de la culture populaire. En fait, tout ça a changé à cause de gens comme moi, et aussi avec des institutions comme Factory. Notre but était de changer tout ça, et nous l'avons fait ; la mission est accomplie. C'est un peu comme créer une nouvelle réalité afin de pouvoir la corrompre. Voilà ce que nous avons essayé de faire.

Avez vous été, avec certains clients dans votre carrière, aussi libre que vous l'étiez avec Factory ?

PS Quand nous avons ouvert l'Haçienda, nous voulions être différents. Nous voulions un autre type d'endroit pour les jeunes. Et puis tout le monde a essayé de faire les choses comme il voulait qu'elles soient : pas de la façon dont nous avons pensé que tout le monde les voulaient, ou la façon dont les jeunes les voulaient. Le club a été créé pour nous. Au début, les jeunes à Manchester n'aimaient pas l'Haçienda, ils la détestaient, personne ne venait. C'est très étrange, il a fallu cinq ans, et la sortie de l'ecstasy, pour que l'Haçienda devienne populaire, car les jeunes de Manchester en avaient peur. C'était trop cool, c'était trop branché, et c'était trop bizarre. Mais on ne s'en souciait pas vraiment, parce que nous l'avions créée pour nous. Il en va de même avec mes pochettes de disque, je les ai faites pour moi. Je ne cherchais pas à atteindre un quelconque marché. Et il en était de même avec les membres du label ; tout le monde à Factory a joué son rôle, en faisant son travail de la façon dont il se sentait de le faire. Et vous savez, parfois les gens aimaient, et parfois ils n'aimaient pas. Mais je pense que le public a senti quelque chose. Ils resentaient une authenticité. Vous pouvez aller voir un film, et vous pouvez ne pas aimer, mais vous savez que vous pouvez y croire, vous savez que vous le respectez. Je pense que c'est quelque chose qui devient vraiment de plus en plus difficile à trouver ; l'authenticité. Parce que tout est un exercice de style depuis le début. Tout est devenu un look, une affaire d'apparence. Il y a trente ans, on pouvait dire beaucoup de choses avec un look ou un style. On pouvait déduire beaucoup de choses en un coup d'œil. Maintenant, nous ne croyons plus trop aux apparences. Vous savez, c'est une chose que je regrette. Parfois, à la fin des années quatre-vingt et au début des années quatre-vingt dix, je travaillais pour Yohji Yamamoto. Il me donnait la même liberté. Mais il devait vraiment aimer et croire en ce que je faisais. S'il n'aimait pas, ou si il ne le sentait pas, alors il ne publiait rien. Alors qu'avec New Order, dans ce cas, on me disait au moins « désolé ». Cette liberté dépend vraiment d'avec qui vous travaillez. Si c'est du design graphique, c'est un service. C'est un service à d'autres personnes donc ça se résume au bout du compte à ce que vous avez promis de faire, et à qui c'est destiné. Et à la façon dont vous avez cette liberté.

Qu'avez vous appris de cette liberté totale ?

PS C'est la question la plus difficile qu'on ne m'aie jamais posé. « Ce que j'ai appris de cette liberté », personne ne m'a jamais demandé ça avant. Et c'est assez difficile d'y répondre. Il y a quelques petites choses que j'ai apprises, lorsque j'ai découvert la liberté dont je jouissais. C'est grâce à cette liberté que j'ai pu continuer de faire des recherches sur les choses pour lesquelles j'avais un réel intérêt. J'ai donc appris de cela. Je me souviens que cet apprentissage a commencé, un jour, pendant ma dernière année de lycée. C'était le jour où je suis allé à la bibliothèque, et où j'y ai découvert un livre, que j'appellerai un canon de l'histoire du design. Alors ce jour, dans la bibliothèque, en 1978, j'ai découvert les canons de l'histoire du design. Et j'y ai trouvé des tas de livres, que personne n'avait jamais emprunté avant. Ils étaient là. Ils étaient entreposés, en attendant d'être redécouverts. Tschichold, le Bauhaus, le Constructivisme, De Stijl, tout ça. Ils renvoient à l'art du début du XXe siècle. Donc, vous allez chercher à El Lissitzky, et vous trouverez Carré Noir de Malévitch. J'ai pris tous ces livres, et je me suis assis avec eux, et je me suis aperçu que je ne savais rien. J'avais déjà 22 ans, et je ne savais rien. Ce fut le jour où j'ai voulu apprendre. Pas apprendre parce que je devais, à cause d'un examen, de l'école, ou de mes parents, apprendre parce que je voulais apprendre ! Et ça n'a jamais vraiment arrêté. Je suis un peu fatigué maintenant, mais durant ces 25 dernières années, j'ai continué d'apprendre. Et aussi, la liberté que j'avais à Factory m'a permis de satisfaire cette passion. Je pouvais trouver un livre sur le futurisme, et me dire, qu'est-ce que c'est ? Et j'apprenais quelque chose sur le futurisme, ou le classicisme, ou le néo-classicisme… D'une certaine manière, la liberté à Factory était comme une extension de l'université. Donc c'était agréable.

Ensuite, on apprend toujours des choses en travaillant. Vous continuez à faire des choses, vous apprenez, et de travailler avec d'autres personnes ; des photographes, des illustrateurs, des imprimeurs, et de juste faire des choses ; vous continuez à apprendre. Et vous apprenez quand vous faites des erreurs, donc la liberté de faire des erreurs pour obtenir quelque chose d'insatisfaisant est intéressante. Il y a tout le temps quelqu'un qui vous corrige. Il y a tout le temps quelqu'un qui vous dit « ne fais pas ça », donc vous n'apprenez pas vraiment. Vous apprenez quand vous faites une erreur. Quand quelque chose va mal, vous apprenez parce que vous dites, « merde, j'ai fait ça. Comment c'est arrivé ? » Et puis vous découvrez ce qui n'a pas été, et vous avez appris quelque chose. C'est comme conduire une voiture. Il est bon d'apprendre des erreurs tant que vous ne tuez pas quelqu'un ou que vous ne vous tuez pas vous-même. C'est quand vous apprenez à conduire, qu'un petit accident fait quelque chose. C'est alors très utile d'en apprendre davantage sur le non-attendu, pour en apprendre davantage sur le « you don't know what the fuck is going to happen next ». Donc, la liberté d'explorer est bonne pour l'apprentissage. Et puis j'ai appris de « l'autre » travail, le travail où je n'ai pas eu de liberté. J'ai appris sur le monde, sur la façon dont les choses sont. J'ai dû apprendre pourquoi les choses semblent aussi horribles. Quand vous êtes jeune, vous pensez que tout ça, ce n'est que des foutaises, mais vous ne réalisez pas. Vous réalisez à 25 ou 30 ans. Et vous découvrez comment les choses se sont passées, et pourquoi c'est arrivé. Et puis, vous commencez à comprendre le monde autour de vous, et c'est déprimant. Et ça ne fait qu'empirer. La chose que j'ai appris de cet « autre » travail était que j'aimais la liberté de m'exprimer. J'ai appris d'après le travail le plus difficile, celui pour d'autres personnes, que j'aimais faire mon propre job. J'ai appris que j'étais autant un artiste que j'étais un designer.

J'ai appris que j'étais à une place difficile, entre les deux. Je n'étais pas à 100 % designer, je transportais des messages au nom des entreprises. Je voulais vraiment être un messager pour les entreprises. Mais quand j'ai appris leurs buts et leurs motivations, je ne voulais plus être leur messager. Mais je n'étais pas compris ou établi comme un artiste, donc je n'étais pas un artiste. J'étais dans un endroit très difficile entre les deux. Il y a quelques années, j'ai vu le terme free design. C'est en fait le nom d'un groupe américain des années 1960. J'aime bien ce terme. C'est un terme intéressant, mais c'est difficile de dire exactement ce qu'il signifie. Le travail que j'ai fait à Factory peut être qualifié de free design. Mais il est très difficile de trouver un endroit pour cela, dans le monde tel qu'il existe.