

WATZ | YOU

05/09/07 de 12h à 21h  
van tot  
WWW.FESTIVALBRUXELLENIS.BE

TARAS R  
EXTRA HOPPY

Interview

WATZBY

# JEAN GOOVAERTS

## LES BIÈRES DE L'ILLUSTRATEUR



Cécile Daubinger

**L**a brasserie de la Senne et le restaurant Pin Pon ont plusieurs choses en commun: se situer à Bruxelles, redorer le blason de la gastronomie locale ou ré-inventer les classiques belges avec une touche d'innovation. Mais pas seulement, les deux se partagent également un artiste: Jean Goovaerts. Nous avons rencontré ce schieve-illustrateur, autour d'une bonne bière (on ne recule devant aucun sacrifice), pour discuter de son travail, de sa ville, de ses réalisations et projets.

**Comment avez-vous commencé votre carrière d'artiste?**

J'ai un parcours un peu chahuté. Je suis d'abord passé par l'ULB, où j'ai étudié l'orientalisme pendant quatre-cinq ans. Après ces études, j'ai senti un certain vide donc je suis allé à Saint-Luc pour faire de la bande-dessinée, vraiment sur un coup de tête. Au départ, j'ai commencé à faire de la BD dans un collectif indépendant pendant quelques années: le fanzine Lapsus. Pour des raisons matérielles, j'ai ensuite été enseignant pendant cinq ans. Puis j'ai travaillé comme co-réalisateur de la « minute du chat » avec Philippe Geluck pendant cinq ans. Après cette expérience dans l'animation, j'ai eu l'envie de revenir vers le dessin et c'est désormais mon activité principale.

**Comment avez-vous commencé à travailler pour la Brasserie de la Senne et le Pin Pon?**

Durant la période où j'enseignais, mon cousin Bernard, qui est l'un des deux brasseurs de la Brasserie de la Senne, a eu besoin de quelqu'un pour réaliser ses étiquettes. Il est venu chez moi avec un croquis de ce qu'il voulait, j'avais à peine ouvert Illustrator et j'ai accepté un peu paniqué. Au départ, Bernard faisait ses étiquettes lui-même, à l'encre puis il me demandait de les retoucher sur ordinateur. Progressivement, on s'est dit que ça manquait de couleurs, et on a travaillé sur le logo de la brasserie qui représente la Senne. Je suis arrivé là par des liens familiaux donc mais en partie par hasard aussi. J'aurai pu ne pas m'entendre avec mon cousin ou avec Yvan, le deuxième brasseur, qui a dû suer quand il a su que j'allais les aider. C'est toujours un peu dangereux les plans du genre « j'ai un pote qui va faire les illustrations » puis on se retrouve avec des femmes aux nichons énormes... Il a dû passer par une phase de stress intense mais au final, ça s'est très bien passé. D'autant qu'on fait souvent les étiquettes en groupe. Quand ils avaient le temps, on se réunissait le soir devant un ordinateur, on buvait beaucoup et on partageait nos idées. Maintenant, avec la production



BRUXELLENIS  
LE FESTIVAL DES  
BIÈRES  
DE CARACTÈRE

THE BRUSSELS FESTIVAL OF CHAR



actuelle, on s'envoie des messages pour décider. Pour le Pin Pon, Thomas (NDLR: le patron du restaurant) est un pote d'Yvan. Au départ, Thomas voulait un partenariat fort avec la brasserie et désirait une identité visuelle forte donc on a prêté mes services. Ça fonctionne de façon très fraternelle, avec des copains qui appellent pour avoir un coup de main.

**Les illustrations des années 20-30 occupent une grande place comme source de votre inspiration. Mais y en a-t-il d'autres?**

J'aime beaucoup les dessins de presse des années 50, surtout du côté américain. Mais pour le reste, non. On trouve déjà un bonheur hallucinant dans les illustrations des années 20-30, dont la plupart des œuvres sont oubliées. Il y avait des artistes gigantesques à l'époque, qui bossaient sans les moyens modernes que nous avons. Cette époque avait une perfection dans la composition, dans la couleur et dans les idées, donnant une sorte d'âge d'or pour

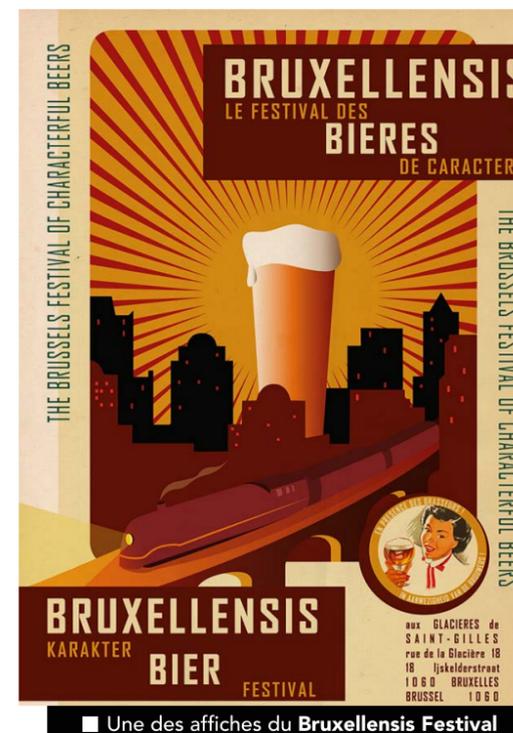
**“ON A EU LE SENTIMENT DE NE PAS ETRE RECONNUS A PART LORSQUE LA REGION DE BRUXELLES ETAIT POINTEE DU DOIGT”**

l'affiche. Avec la Brasserie de la Senne, on a limite du mal à sortir de cette époque. On essaye d'aller à l'essentiel avec des compositions fortes, avec un caractère un peu plus « pouet-pouet ».

**Pouvez-vous expliquer le processus pour créer une étiquette de bière?**

Tout dépend de l'idée de base. On doit d'abord trouver le bon nom pour la bière. Ensuite, il y a une sorte de pillage qui s'effectue, en allant puiser dans les vieilles images soviétiques mais aussi l'imagerie des années 20-30. A cette époque, tout le monde, même les syndicats chrétiens et les libéraux, utilisaient des images très fortes avec des

ouvriers musclés ou des machines énormes. Ensuite, on essaye de trouver un équilibre. Parfois, par contre, l'idée vient directement et on sait ce qu'on veut dès le début comme pour l'étiquette avec le houblon qui détruit des villes (San Diego et Bruxelles), « hahaha ». Pour d'autres, on prend une image que je trouve forte, je la travaille et je la recompose. Par exemple, pour la dernière bière (la Brusseleir), j'étais parti de l'imagerie de la conquête spatiale soviétique. J'avais envie depuis longtemps de rendre hommage à la campagne bruxelloise de conquête spatiale (fictive) dans les années 50. Yvan est arrivé avec l'image d'une personne qui sert des boissons chaudes, avec une cuve en forme de fusée dans le dos, comme on pouvait en trouver dans les pays arabes il y a quelques temps. Et puis, j'aimais bien l'idée d'opposer l'image des gros castards qui portent les fûts à celle d'un « lange flave peï » (NDLR: un mec grand et mou) qu'on enverrait dans l'espace. A la base, on voulait aussi faire des médallions à la mémoire des martyrs, comme « Luc Jansens



■ Une des affiches du Bruxellensis Festival



■ Processus de création et illustration pour la bière Papa Ipa

mort pour la patrie » mais on a été limité par la taille de l'étiquette. Parfois, on a envie de déborder et de faire un livret explicatif sur le côté pour expliquer l'illustration. Une étiquette, c'est parfois frustrant, parce que la taille très petite impose une image simple et efficace, là où on voudrait apporter plus de détails.

**L'étiquette et le nom de la Zwarte Piet ont posé problème, pouvez-vous nous expliquer pourquoi?**

On voulait jouer sur l'imagerie



populaire, avec une allusion à un personnage de BD bien connu des petits et des grands. Ensuite, on est un peu parti en vrille avec le terme « zwarte Piet », qui revenait souvent en Flandre lors de la crise politique avant de constituer le dernier gouvernement.

On vit tous à Bruxelles, on part du principe typique que « celui qui vit à Bruxelles est bruxellois » et on a eu le sentiment de ne pas être reconnus à part lorsque la région de Bruxelles était pointée du doigt. D'où le coq pas très fringant, qui remplace le chien du héros



bien connu, attendu au tournant par le prédateur. On voulait tacler plusieurs sphères: un personnage d'une maison d'édition bien connue qui fait énormément de procès et les politiques qui nous considèrent comme des citoyens de seconde-zone. Mais elle a été vue comme du racisme dans certains pays comme les USA ou l'Angleterre. D'ailleurs, la Jambe de Bois a aussi été interdite de vente dans les pays scandinaves parce qu'il y a des armes sur l'image. On pensait avoir encore la possibilité de rigoler de notre colonisation, même si elle fût très cruelle, mais apparemment ce n'est plus accepté. On ne rigole pas de la colonisation. Pourtant, des congolais ont visité la brasserie et ont adoré l'étiquette! Je ne sais pas si cet impact sera bon ou pas pour les futures générations. Du coup, on a préféré s'auto-censurer (pour la première fois) en changeant l'étiquette et le nom via « brusseleir » qui était déjà déposé et que la brasserie devait de toute façon utiliser.

**Cédric Dautinger**  
Pour Lapige.be et Watzby