

« Soient un livre, un photographe, et une marque appelée à devenir marque-page. Faites l'expérience. Laissez-les tourner les uns autour des autres. Bientôt ce petit manège vire au ménage à trois. Le triolisme photographique encourage des accouplements contre-nature entre littérature, photographie, publicité. Voici les contremarques de ces noces remarquables, présentées, classées, épinglées dans un cabinet de curiosités. Petite bibliothèque intime de nos lectures quand elles se télescopent avec le monde du dehors. Que faire de *La vie mode d'emploi*, sinon l'intégrer en kit de lecture, dans une mallette de poche au marque-page Ikea ? Comment présenter *Autant en emporte le vent*, sinon le mettre dans les mains d'une rousse qui en disperse les pages au vent violent d'un sèche-cheveux Babyliss ? Où installer ce *Portrait de Dorian Gray*, subtilement renvoyé en quatrième de couverture, marque-page Libération ? Et ce *Corrections* de Thomas Bernhard, dopé au Typex ou bourré au Post-it ? Ces rencontres de bazar multiplient les énigmes. Les jeux de piste, ou les fausses routes. Certaines font sourire. Comme ce *Monsieur Ouine*, au marque-page FDJ. Certaines font grincer comme *L'éducation sentimentale* avec ses fleurs du mal étrangement plantées, marquées Youporn. Qu'importe, les chefs d'oeuvres résistent à toutes les lectures, à tous les marquages. Boris Vian n'écrivait-il pas ses romans sur des feuilles siglées AFNOR ? Agence française de normalisation. Rien n'est plus anormal que la littérature, à laquelle, au bout du compte, cette exposition, photographie et publicité, rend un hommage de passage. »

Thierry Grillet

Directeur des Affaires Culturelles de la BNF