

Drag and Design

Quand les artistes drags deviennent designer·euse

École supérieure
d'art & de design
des Pyrénées
Pôle Nouveaux médias

DNSEP Design
Mention Design
graphique Multimédia

Elen Merrien
2025 – 2026

ÉSAD·PYRÉNÉES

2	<u>Abstract</u>
2	<u>Introduction</u>
3	<u>Qu'est ce que le drag ?</u>
6	<u>Les pratiques amateur.ices du drag</u>
6	<u>La maison des Paustiches</u>
7	<u>Soleil</u>
9	<u>Les Altesses du 16</u>
11	<u>La Maison Cauchemar</u>
12	<u>Pelister</u>
14	<u>La House of Detritus</u>
20	<u>Les drags et événements plus professionnels et grand public</u>
21	<u>La SVP Corp</u>
22	<u>La maison Dela</u>
24	<u>Bestial Production</u>
25	<u>Erreur 404</u>
26	<u>Drag Me Up</u>
27	<u>Drag Race France</u>
35	<u>Conclusion</u>
37	<u>Glossaire</u>
38	<u>Remerciements</u>

Abstract

Ce mémoire est un état des lieux du design graphique chez les artistes drag en France, à travers le prisme de la professionnalisation de cell·eux-ci. Ma volonté est de mettre en lumière le lien entre le besoin de communication et le contexte de création de ces formes graphiques dans un milieu majoritairement précaire. Ces questionnements m'amènent à m'intéresser également aux esthétiques utilisées. Aux moyens de professionnalisation de ces artistes dans un milieu en évolution, sujet à la mainstreamisation et capitalisation par des entreprises extérieures à la communauté LGBTQIA+.

Introduction

Bienvenue, bienvenue ! Entrez ne soyez pas timides, il reste encore de la place entre les points médians et les terminaisons inclusives ! Bon ça y est tout le monde est bien installé·es ? Parfait, et bien nous allons pouvoir commencer.

Pour cell·eux qui ne me connaissent pas encore je suis Elen Merrien, étudiant en design graphique. Je me présente également avec le nom de scène Terreur Nocturne **[a]**, drag king/créature, au sein de la maison des Paustiches. Je serai celui qui vous guidera tout au long de ce mémoire.

Pour résumer brièvement, le drag est un art vivant qui joue avec les codes du genre. Cela peut aller d'esthétiques féminines à masculines, en passant par des endroits où le genre vient à être mélangé, effacé voir défiguré. Il existe autant d'esthétiques que d'artistes drag tant la discipline est libre et propre à chacun·e. Cet art est principalement centré autour de la transformation physique et de la performance. Je lui donnerai une définition plus précise et vous raconterai son histoire et son évolution en France dans une première partie.

Le drag, en tant qu'art vivant, se doit d'annoncer des événements, présenter des artistes, publier des photos. En clair, il lui est essentiel de se promouvoir, se faire connaître, souvent par le biais des réseaux sociaux.

Faire du drag demande donc d'avoir une pratique du design graphique amateur·ice. Celle-ci passe par la création d'affiches mais aussi par le montage et la création de vidéo. Dans de nombreux cas, le budget pour avoir un graphiste est trop restreint voir inexistant, tant le drag est un milieu majoritairement précaire.

En effet, comme le rappelle Clémence Depresi dans son article « Culture drag en France : derrière les paillettes, la précarité », il n'existe pas réellement de statut professionnel pour le drag.

S'il est possible de s'inscrire en tant qu'intermittant·e du spectacle auprès de France Travail, remplir les heures nécessaires à sa rémunération reste compliqué. Rajoutons à cela le fait que les prestations ne sont que rarement déclarées, peu rémunérées et sporadiques. Rare sont les drags à ne vivre que de cet art en France, aujourd'hui. Ce sont donc ces pratiques amateur·ices du drag et du design que nous étudierons dans une deuxième partie.

Pour saisir la différence entre activité et travail, je m'appuierai sur la distinction que fait La Buse **[1]** entre ces deux termes.

« Bien que tout travail repose sur une activité, toute activité n'est pas considérée comme du travail. Ce qui relève ou non du travail résulte d'un rapport social.

[a]



↑ Terreur Nocturne. Photo prise par Edouard Breining

[1] Le collectif interroge le milieu de l'art en tant que milieu de travail.

· Une personne qui tond la pelouse devant chez elle n'est pas considérée comme productive. On dira que son activité est un loisir.
· Une personne qui tond la pelouse en tant qu'agent·e d'une mairie n'est pas considérée comme productive. On dira qu'elle est utile à la collectivité, mais qu'elle coûte. Son activité entraîne une « dépense publique ». · Une personne qui tond la pelouse en tant qu'employée d'une entreprise sous-traitante de la mairie est considérée comme productive. Elle met en valeur le capital de son employeur, elle travaille donc « pour de vrai ».

Une seule activité, trois arbitrages différents. Grâce à cet exemple, on voit que le travail est une convention dont le fondement est essentiellement politique. »

La Buse– Fiche valeur économique, <https://la-buse.org/Fiche-valeur-economique>

Il existe tout de même une pratique plus « professionnelle » et « mainstream » du design graphique pour le drag, certaines maisons ont accès à des subventions des localités, des associations visant à l'accompagnement des artistes voient le jour. Tandis qu'on assiste également à une capitalisation de l'art du drag et donc à la création d'événements produits par des boîtes spécialisées dans l'événementiel à une plus grande échelle.

De par ces différences de budgets, de moyens et d'enjeux, ces événements demandent une qualité graphique plus « élevée » et un recours à des professionnel·les du champ du design graphique plus fréquent. Nous étudierons ces pratiques dans une troisième et dernière partie.

Afin de déterminer comment le contexte et les contraintes ont un effet sur la forme de la communication mais aussi si celle-ci est un dérivé ou une déclinaison de ce qui se passe dans le drag show, est-ce que les formes graphiques produites peuvent retourner et nourrir la performance ?

[b]



↑ Carte postale de Swann, James Gardiner, 1903

Qu'est ce que le drag ?

On prête au terme **drag*** plusieurs origines, pour certain·es le terme viendrait de Shakespeare et du théâtre élisabéthain, les femmes étant interdites en tant que comédiennes, c'était des garçons ou de jeunes hommes qui jouaient les rôles féminins. C'est de là qu'on prête la première origine du mot drag, ici celui-ci serait l'abréviation de l'expression « Dressed as a girl » désignant ces fameux comédiens jouant des rôles féminins. La Deuxième origine que l'on prête au terme nous renvoie encore une fois au théâtre anglais mais cette fois-ci vers le 17^e siècle, dans cette version, drag viendrait des robes des comédiens et du fait que celle-ci souvent très longues traînait par terre, renvoyant au verbe « to drag » en anglais « traîner ». Bien que les origines du mot restent floues et largement discutées, le drag est devenu un terme propre à la communauté LGBTQIA+ et la culture Queer. Il renvoie désormais au fait d'explorer, de jouer et d'incarner le genre ou son absence et d'en détourner les codes, à travers le style vestimentaire, les costumes, le maquillage, la corporalité, la gestuelle et la performance.

Si comme évoqué précédemment, le **travestissement*** a toujours eu une place dans nos sociétés, notamment dans le théâtre, les historien·nes s'accordent à dire que le drag tel qu'on le connaît aujourd'hui fait son apparition au 19^e siècle avec la figure de William Dorsey Swann [b]. Né esclave aux États-

[c]



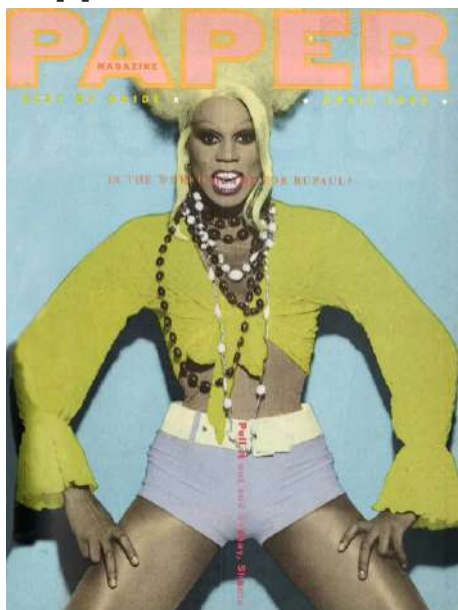
↑ Dessin de Annie Hindle, *Digital Collections*,
The New York Public Library

[d]



↑ La house of Xtravaganza, Chantal Regnault,
1989

[e]



↑ RuPaul en couverture du Paper, Avril 1993

Unis, il organisera des bals queer à Washington D.C suite à son émancipation. Pour ces occasions, lui et ses convives se pareront de vêtements féminins et de costumes masculins extravagants, William Dorsey Swann se renommera lui-même « Queen of Drag », il sera d'ailleurs la première personne à s'être désigné comme une **drag queen***. Ces événements offrant un lieu sûr pour jouer avec les expressions de genre, restent tout de même tenus en secret et sont prompts aux descentes de police. En 1880, une vague de lois interdisant explicitement le travestissement frappe le pays, valant à William Dorsey Swann d'être arrêté et condamné pour avoir « tenu une maison close ». Si cette condamnation met fin à ses activités, son frère reprendra le flambeau et perpétuera l'organisation de ces bals.

Sur un côté plus masculin du spectre du genre et du drag, une autre figure importante marque, elle aussi la fin du 19^e siècle. Annie Hindle [c] offre à son public, principalement composé d'hommes de la classe ouvrière, des performances à travers le personnage de Swell. Un personnage masculin bourgeois, dont elle se sert pour se moquer de la bourgeoisie avec son public. Au cours de ses performances elle donne des conseils aux spectateurs pour bien faire la cour aux femmes. Elle chantera également pendant ses performances des chansons en hommage aux classes ouvrières et populaires. Contrairement William Dorsey Swann, Annie Hindle performera un peu partout aux États-Unis, elle se produit dans des théâtres aux côtés de diverses troupes d'artistes sans pour autant en faire partie.

Si l'art du drag et du travestissement se perpétuent tout au long du 20^e siècle, le drag connaîtra son essor dans les années 70–80. Les émeutes de Stonewall, qui prirent place en juin 1969, permettent une véritable émancipation et organisation des luttes **queer***. Un an plus tard nous verrons apparaître les premières éditions de pride à New York et Los Angeles dans le but de commémorer ces émeutes et le besoin de faire valoir nos droits. Malgré tout, le drag et les personnes queer restent précaires et marginalisées. 1980 marque aussi l'apogée de la culture **ballroom*** [d], lieux héritant de la culture urbaine des battles de rues. Elles permettent aux personnes queer de se retrouver pour concourir dans des catégories très codifiées, détournant les codes de la société. C'est également là que naîtra un style de performance et de danse nommé le **voguing***, mélangeant danses et poses empruntées au milieu du mannequinat. Les ballrooms, sont un d'exutoire, surtout pour les personnes queer racisé-es. Bien qu'à ses débuts le racisme gagne la scène, les choses bougèrent très vite pour devenir une safe place pour les personnes les plus marginalisé-es. On assistera à la création de la légendaire house of LaBeija, house fondée par Crystal LaBeija, puis à la House Xtravaganza ou encore la House of Ninja. À cette époque les houses permettent de recueillir et parfois d'offrir, toit, aide et protection à de jeunes personnes queer chasé-es de leurs foyer en raisons de leur genre ou orientation sexuelle.

Les années 80–90 marqueront aussi l'arrivée d'une figure iconique du drag : RuPaul, celle que l'on nommait « reine de Manhattan », qui se verra hissé au rang de drag queen la plus connue au monde, elle fera la couverture de nombreux magazines comme le Paper [e], le Vanity Fair ou Vogue. RuPaul cassera les codes et les stéréotypes de part son image amicale, elle inversera l'idée de méchanceté qui était associée aux drag queens. Par la suite, elle sera à l'origine de la création de l'émission **RuPaul Drag Race***, une compétition de drag queen télévisée reprenant les codes des concours de beauté et de la Ballroom. Cette émission marquera un tournant dans le monde du drag, en mettant en lumière cet art aux yeux du grand public, elle permet de déconstruire les stéréotypes et de sensibiliser. Elle se hissera au rang de phénomène avec le temps, ayant droit à des tournées d'abord cantonnées au États-Unis puis au monde (à l'exception du

continent africain). De nombreux spin-off comme Drag Race UK, Canada, France, Mexique, Thaïlande et bien d'autre verront par la suite le jour. L'émission reste tout même critiquée dans le milieu tant le drag qui y est représenté n'est qu'une infime partie de la richesse de la scène. De plus l'émission instaure une logique élitiste et une course à la performance auprès des artistes drags aux travers d'une néo-libéralisation et d'une capitalisation de l'art. Alors que ces questions étaient encore absentes. En France le drag connaît son âge d'or dans les années 80-90, il est hérité de la culture des cabarets et spectacles de transformisme (comme Madame Arthur [f]).

[f]



↑ Soirée au Madame Arthur, photographie inconnu

Si les drag queen sont les artistes drag les plus invitées et médiatisées, la pratique du drag est en réalité bien plus large et il existe autant de styles de drag que d'individus, regroupant aussi les **drag kings***, les **drag queer***, **drag genderfuck***, les **drag clowns**, les **monstres***, les **créatures*** [g], les **clubkids***, et bien d'autres.

Au final il existe autant de définition du drag qu'il existe d'artistes et chercher une définition exacte n'a pas vraiment de sens, tant il n'y a pas de limite à cet art. S'il est tout à fait possible de faire du drag seul·e, il est très communs pour les artistes drag de se retrouver en house, maison et collectif afin de monter différents événements, d'échanger entre ell·eux, de partager conseils, tips et avis. Ces rassemblements portent le nom de houses, maisons drag et collectifs.

Aujourd'hui, le mot house s'est étendu et démocratisé, surtout aux États-Unis, il renvoie désormais à une sorte d'excellence, les houses sont souvent iconiques et reconnues, au moins de noms. Les mothers drag, ell·eux, sont présent·es et influent·es dans le milieu depuis un certain temps, ont un statut d'icône et possèdent même différents titres gagnés lors de peagent, des concours de beauté drag principalement destinés aux drag queens. En France le terme est beaucoup moins utilisé et on a plus tendance à parler de maison drag. Si le côté élitiste de la house disparaît, celle-ci reste à l'origine créée par un·e mother/father drag et la hiérarchie parent/enfant reste très présente, il peut par exemple arriver que la·e parent drag s'occupe de toute la gestion de la house et ait le mot final sur les grosses décisions. Du côté des maisons drags cette hiérarchisation des rôles reste moins présente. On parle plus d'adelphité drag, tout le monde est à peu près au même niveau et ont le même pied d'égalité vis à vis des décisions, son fonctionnement est plus de l'ordre de l'association. Aussi la maison drag ne découle pas forcément d'un·e individu·e mais plus d'une volonté de plusieurs artistes, de se regrouper pour travailler ensemble. Les collectifs drag, eux, fonctionnent un peu différemment, il s'agit toujours de rassemblements mais la notion de famille est beaucoup moins présente. Là où les House et les Maisons performant la majorité du temps ensemble et en tant que maison/house, les artistes présent·es dans un collectif sont souvent des drags qui performant seul·es, de différents horizons mais qui parfois se regroupent pour organiser des événements et performer ensemble.

Il est important de comprendre que si il est totalement possible de commencer et pratiquer le drag seul·e, cela reste plus compliqué quant aux opportunités de performances, surtout dans les grandes villes. En effet comme partout, se regrouper et s'associer nous rend plus fort·es, cela nous permet de démarcher des lieux pour créer un événement drag, d'apprendre ensemble et de cell·eux qui nous entourent, d'être même dans certains cas managé·es ou conseillé·es et guidé·e par des personnes plus expérimenté·es dans le milieu.

Comme évoqué plus haut, l'art du drag est basé sur la performance et les événements qui s'en suivent, appelé drag shows [h]. La plupart du temps les shows nous présentent plusieurs performances des drags organisant la soirée et de leurs invité·es. Pourtant ces derniers peuvent prendre plusieurs formes différentes, comme le bingo drag, les scènes ouvertes. Les bingos drag

[g]



↑ Scott von Teufel, drag créature, Isis Mechera

[h]



↑ Mx Youpsy pendant la muder party d'octobre 2025. Photo prise par Edouard Breining

fonctionne à la même manière qu'un bingo classique seulement ici il est présenté par un·e drag. Tandis que dans les scènes ouvertes partent d'une volonté de laisser la scène et la possibilité de performer à des personnes extérieur·es, qui débutent ou n'ont pas de lieu, ni l'occasion de performer régulièrement.

Il existe un lien très fort entre drag et militantisme, l'un ne va pas sans l'autre dans une société hétéro patriarcale où nos droits ne sont jamais vraiment acquis. Lorsque nos existences même sont sujettes au mépris, aux critiques et sont traitées comme des déviances, le drag devient un outil d'empouvoirement culturel et politique. L'acte même de jouer avec les codes du genre, les performer, se réapproprier nos corps et de revendiquer haut et fort nos identités est un acte militant, que nous le voulions où non.

Les pratiques amateur·ices du drag

La maison des Paustiches



↑ Portrait de famille des paustiches, Photo prise par Edouard Breining.

[i]



↑ Iris des Sens et Georges Sparkles von Vava pour le show anniversaire de la maison, le 10 septembre 2024, Photo prise par Edouard Breining.

Avec **la maison des Paustiches**, nous nous sommes retrouvé·es en 2023 face à une situation assez exceptionnelle pour une maison drag qui fait ses débuts. Après une première soirée test, Aquiu, le café qui nous accueillait, nous a proposé de renouveler l'expérience et de mettre en place un show mensuel [i] tous les deuxièmes mardi du mois chez ell·eux. Il nous a donc fallu penser les affiches de ses événements comme une série cohérente, facilement déclinable. Cela a rendu nos affiches identifiables au premier regard: il était important de créer une identité reconnaissable pour notre public. Si nous n'avions qu'un événement récurrent à nos débuts, nous espérions que nous pourrions en avoir d'autres. Alors, il faudrait facilement différencier nos shows mensuels du reste. Il nous semblait également important de nous différencier de la Mean House, autre maison drag paloise performant aussi à Aquiu une fois par mois.

Nous avons fait le choix pour chaque affiche d'écrire DRAG SHOW avec de très grosses lettres découpées donnant l'énergie du show annoncé. Par exemple, pour un show sur le thème de la Saint Valentin le 13 février 2024, nous avons découpé nos lettres dans une image de coeur humain [fig. 1, p. 16]. Pour un show axé sur le jeu, nous avons dessiné les lettres avec des personnages qui

s'entortillent **[fig. 2, p. 16]**. La police de caractère pour le petit texte est variable: la Anybody, permet de s'adapter à toutes nos envies en restant cohérente avec la charte graphique. En dessinant ces lettres de manière volontairement maladroitement, nous avons voulu mettre en avant le caractère DIY de la maison. Au départ les affiches se devaient d'être adaptables facilement entre un format A3 et un format carré **[fig. 3, p. 16]** **[fig. 4, p. 16]**, ancien format pour les posts Instagram, à ce moment là, nous placions toutes les informations au centre de l'affiche. Aujourd'hui le format a évolué passant d'un format carré à un format portrait (1080×1350 px) et avec lui nos envies. Nous avons alors mis en place une grille, bien plus pratique. **[fig. 5, p. 16]** **[fig. 6, p. 16]** Cette évolution est également en lien avec notre évolution en tant que designer graphique en formation. **[j]**

[j]

↑ Chaos Nocturne, Georges et Avé Sina pendant le troisième Bric à Drag (show trimestriel à la Forge Moderne), le 26 juin 2024, Photo prise par Edouard Breining

Ayant donc fait l'expérience de devoir gérer la communication graphique pour une maison, j'ai réalisé qu'en plus de la création des visuels, il faut savoir les communiquer sur les différents réseaux sociaux. Ajoutez à cela le partage des photographies et vidéos prise durant nos événements (gérés aussi par des membres de la maison), faire des storys pour entretenir les relations avec le public, leur répondre par message... Tout cela représente une très grande charge de travail gratuit, renforçant encore, cette fois par le travail de communication, la précarité des artistes. Ainsi nombreux·ses sont les drags qui travaillent à un rythme indécemment.

Soleil



↑ Performance de Soleil pour le show Soleil et Mimosa BDSM du 18 février 2024, photo prise par Cassandre Alois.

[k]



↑ Asia Consent, finaliste de Dragula
performance autour de la dépression et du
suicide.

[l]



↑ Soleil pendant la Donjons et Dragon-nes,
photo prise par @matihldeuh

[m]



↑ Soleil lors de la Viewing Party du 19 octobre
2025. Photo prise par Cyd-Louise

C'est le cas notamment de **Soleil**, artiste drag rennais ayant commencé le drag en 2022. Ici nous allons spécifiquement parler de son travail pour les viewing party de la saison 6 de l'émission « The Boulet Brother's Dragula » (raccourci en Dragula par les fans) ayant pris place entre octobre et décembre 2024. Pour replacer le contexte, Dragula est un concours télévisé de drag, créé et présenté par les Boulet Brother : Dracmorda et Swanthula, icônes du drag horrifique underground. Contrairement à Drag Race, l'émission propose un plus large répertoire de type de drag. Le style se veut plus punk, plus horrifique et alternatif

[k]. Si Drag Race est à destination du grand public, Dragula au contraire s'adresse à un public plus mature et initié. Des thèmes comme les troubles mentaux, l'addiction, le sexe et la scarification (qu'elle soit à but artistique ou non) sont abordés de manière parfois crue. Le gore est également un élément récurrent de l'émission, restreignant d'autant plus l'audience. [l]

C'est dans cette ligne artistique que les viewing party de Dragula sont proposées, elles sont à destination d'un public averti. La communication visuelle créée par **Soleil** se distingue par une esthétique originale, alternative en lien avec l'émission. Pour être en accord avec Dragula, il fait beaucoup avec peu même si c'est imparfait. Le style global des posts renvoie aux soirées techno underground, à une culture de la nuit alternative en phase avec les artistes et le public présent lors de ces événements. [m] [fig. 7, p. 17] [fig. 8, p. 17] [fig. 9, p. 17] [fig. 10, p. 17] [fig. 11, p. 17] [fig. 12, p. 17] Cependant, malgré un choix stylistique affirmé, les compositions graphiques restent relativement simples, en cause une volonté de prioriser l'efficacité et la rapidité d'exécution. Les affiches sont presque toutes construites de la même manière. Seul le placement des éléments vient légèrement changer d'une affiche à une autre. On y retrouve la présence de photos détournées, du logo de l'émission ainsi que les différentes informations. Ici on ne passe pas par quatre chemins, l'horaire et l'adresse sont inscrit en gros, en rouge et en bas au centre du post. L'utilisation du rouge renvoie au logo de Dragula, accompagné de sa couleur complémentaire, pour la date. Au delà de l'enjeu d'une série d'affiches liées à une série d'événements, ces choix s'expliquent par la fréquence des événements (des soirées hebdomadaires) qui exigent une production rapide, ne permettant pas d'explorer des mises en page plus complexes ou originales.

Cette cadence intensive, bien que temporaire, soulève des questions sur la charge de travail mais également sur les compétences nécessaires pour réfléchir une communication efficace et facile à réaliser dans un court laps de temps. En particulier lorsque nous sommes amateur·ice dans le milieu. Néanmoins, en s'inscrivant dans la continuité de ce que propose l'émission, **Soleil** parvient à s'adapter aux contraintes temporelles. Bien que son travail ne soit pas parfait ou composé avec brio, il parvient à occulter ses défauts grâce à ses choix assumés.

Les Altesses du 16



[n]



↑ Armeluh lors du show interdimensionnel ayant eu lieu le 3 mai 2025. Photo prise par @augustlocust_

Dans un tout autre registre, nous allons désormais nous intéresser au collectif angoumoisain nommé : **les Altesses du 16**.

Si nous n'avions vu jusqu'à présent que des créations utilisant la photographie et des éléments graphiques déjà existants, le collectif a la particularité de regrouper majoritairement des étudiant-es dans les différentes écoles d'arts de la ville et des artistes diplômés. Cette particularité se traduit par une certaine liberté sur les formes graphique que prennent les posts Instagram qui sont illustrés par différents membres du collectif, témoignant du bagage artistique et de la sensibilité de chaque artiste drag **[fig. 13, p. 17] [fig. 14, p. 17]**. Si cette approche est assez singulière pour un collectif drag nous pouvons tout de même questionner les limites d'une telle liberté, en particulier lorsqu'il s'agit d'annoncer des événement récurrent.

[n] Parlons du Format Résille, événement organisé par le collectif en collaboration avec Croqivre (association artistique sur Angoulême). Il s'agit d'une séance de modèle vivant dans lequel les modèles sont des drag. Là où Croqivre possède une charte graphique, un logo et une communication bien définie, **les Altesses du 16** sont tout de même assez libres sur le style graphique des posts annonçant les événements. La seule contrainte étant que l'on retrouve un crocodile, mascotte des événements, et des dessins des drags présent-es. Les

↑ Croqivre halloween 2024, extrait d'un Reel sur le compte instagram des altesses du 16

Formats Résilles ne répondent donc pas à des questions d'identité visuelle déclinable, les mêmes contraintes ne sont pas utilisées de la même manière selon les artistes. En effet si un crocodile doit toujours être présent, celui-ci n'a pas les mêmes attribues et ressemble plus à un dragon dans le cas de l'affiche de la première édition du Format Résille, créée par Christian Dumigron. **[fig. 15, p. 17]** Nous retrouvons également un style graphique cartoonésque renvoyant à la pop culture, en particulier à la série d'animation « Les Super Nanas ». La deuxième affiche du Format Résille **[fig. 16, p. 18]** change totalement de registre, elle est créée par Kane Mooney (artiste drag du collectif). L'affiche est elle aussi illustrée, on y retrouve un crocodile et les trois artistes drag comme précédemment. Cependant nous sortons de la référence à la pop culture. Ici le texte est dessiné à la main, distordu, épineux et parfois liquide. Il est pensé avec l'illustration et possède un même registre de formes. **[o]**

[o]



↑ Oxyde et Vermeil pour le show « Théâtre des Enfers » ayant eu lieu le 23 novembre 2024, photo prise par @moi_c_est_bob_photo

Cette liberté témoignant de la sensibilité des artistes est aussi rendue possible grâce aux lieux et au public du collectif. Cell-eux-ci performant dans différents endroits de la ville d'Angoulême comme la librairie indépendante Lilosimage, les lieux et tiers lieux associatifs le Béta et la Baraka mais également à la médiathèque de la ville. Ces endroits apportent avec eux un public niche (bien que pas si niche à Angoulême), souvent queer et déjà sensible à l'art. L'information peut donc se permettre de passer de manière plus libre en renvoyant aux codes et aux univers graphiques de la micro édition, l'illustration et BD, que le public connaît déjà et affectionne. Outre la création d'affiches, beaucoup d'artistes du collectif mélangent leurs pratiques de l'illustration et de la micro édition avec leur drag et leurs performances, que ce soit à travers le style des costumes qu'i-els créent, parfois parsemés d'illustrations et dessins ou venant directement de celles-ci ; ou en incorporant leurs personnages drags à travers des fanzines, des éditions et prints, lui donnant ainsi une nouvelle dimension. **[fig. 17, p. 18]** **[fig. 18, p. 18]** Cette qualité et diversité graphique leur permettra en 2025, de proposer une exposition et stand à la Baraka dans le cadre du Futur Off (contre festival underground créé en réponse au festival de la bande dessinée d'Angoulême).

Si le collectif angoumois se distingue dans son utilisation peu conventionnelle des formes graphiques qu'il engage, une autre maison drag s'illustre également dans cette recherche de nouvelles formes de communication. J'ai nommé la **Maison Cauchemar** !

La Maison Cauchemar



[p]



↑ Rico Lo Scopia pendant le show insomnie : Le bal des monstres ayant eu lieu le 18 janvier 2025. Photo prise par @aurelsd_

↑ La Maison Cauchemar pour le show Insomnie : Le jardin enchanté, ayant eu lieu le 10 mai 2025. Photo prise par @pinkyygoblin

Cette jeune maison drag originaire de Lyon voit le jour en novembre 2023, bien que les artistes drag performaient déjà avant sa création. I·Els se démarquent par une direction artistique déjà bien définie, malgré le jeune âge du collectif et le peu de contenu présent sur leur compte Instagram. La maison se réapproprie les codes du film d'horreur et de monstres à travers des moyens de communications originaux et encore peu communs dans le milieu drag. Cette prise de position artistique claire peut notamment s'expliquer par le soutien et parrainage extérieur de drags comme Rico Loscpia, La Goétie, Zanni Lalune et Morgan Tox. Le logo **[fig. 19, p. 18]** de la maison a par ailleurs été réalisé par Rico Loscpia **[p]** qui semble créer lui-même les affiches de L'infernal, show horrifique qu'il organise. Cette liberté d'exprimer pleinement leur art leur est aussi permise grâce aux lieux dans lesquels i·els performent. En effet le Sonic et le Lavoir Public sont de véritables bastions de la culture underground et alternative lyonnaise. De plus si le drag reste un milieu précaire, le Lavoir Public semble être un acteur de la lutte pour une reconnaissance professionnelle du drag en proposant différents stages, qu'il s'agisse de stage de dramaturgie, de communication ou de

[q]



↑ Malédiction pendant le show *insomnie : Le bal des monstres* ayant eu lieu le 18 janvier 2025. Photo prise par @aurelsd_

[r]



↑ Pelister lors du *Punkydream Show Vol. 2* ayant eu lieu le 20 juin 2025.

professionnalisation. Tous ces acteur·ices extérieur·es semblent donc créer un environnement favorable pour l'épanouissement artistique de la maison. **La Maison Cauchemar [q]** s'illustre particulièrement à travers de son utilisation de la vidéo. Il s'agit d'ailleurs du premier contenu publié sur le compte Instagram de la maison. Le but de cette première vidéo est de présenter le collectif et ses membres. Celles-ci sont toujours soignées, en témoigne l'appel au collectif *Passantes Production*, qui vient apporter une aide technique et matérielle bien que les deux clips soient réalisés, dirigés et en partie montés par *Malédiction* et *Toxygène* (deux membres de la maison qui semblent avoir le plus d'expérience de la scène). Les esthétiques conviées reprennent les codes du cinéma des années 70-80, [fig. 20, p. 18] [fig. 21, p. 18] notamment celles du film *Suspiria* du réalisateur *Dario Argento*, en reprenant les couleurs utilisées tout au long du long métrage. Tandis que le deuxième clip se base sur un registre plus récent, [fig. 22, p. 18] [fig. 23, p. 18] [fig. 24, p. 18] reprenant la mise en scène du film *The Craft*, sortie en 1996. On peut également trouver une référence au montage des floorshow de l'émission *Dragula* dans la réalisation.

Ces positionnements audacieux et affirmés permettent aux artistes de prolonger leur pratique du drag pour le faire entrer dans des espaces numériques, de penser la communication au-delà des sentiers préétablis. Ainsi ces objets deviennent de véritable performances numériques. D'autre artistes drags s'emparent des réseaux sociaux et des outils numériques afin de les détourner et de s'en servir au-delà de la fonction de communication. C'est le cas du prochain guest de ce mémoire, **Pelister [r]**!

Pelister



[s]



↑ Pelister lors du Garage-Cabane ayant eu lieu le 20 mai 2025.

Pelister incarne une figure très particulière dans l'univers du drag, mêlant son personnage clubkid à sa pratique de l'art contemporain [fig. 25, p. 19] et du design en l'amenant dans des espaces plus légitimés, comme le musée d'art contemporain de Nîmes. À travers son travail lors de son DNA et actuellement dans la préparation de son DNSEP [s], elle explore les limites et possibilités de faire exister son personnage drag en dehors de la physicalité de la scène. Comme la vidéo, la création d'une *sitcom*, d'un journal télévisé, de la musique et clips musicaux [fig. 26, p. 19], de fanzines et de nombreuses créations numériques. Cette pluralité des médiums témoigne d'une volonté d'enrichir et exprimer pleinement sa pratique.



↑ J'en sais rien ! 🍷 PunkydreamTV, Pelister
→ <https://youtu.be/Pek2IZOtUkg?si=unyi4NcTVLEtt7-Z>

[t]



↑ Pelister, Gaiwin des Pâquerettes et Terreur Nocturne.

Ici, la recherche d'une identité graphique ne se fait pas pour la communication mais pour le personnage, elle le sert, elle fonctionne avec lui. Le travail et personnage drag de **Pelister**, puisent leurs influences dans les jeux vidéo, les prémices de la 3D avec une esthétique low poly [fig. 27, p. 19], caractéristique de l'univers vidéoludique des années 90/2000. On y retrouve également une esthétique *web vernaculaire*, de ces codes propres de l'*uncanny valley*, des *liminal space* et des *lost media*, le tout renforcé par une esthétique clownesque kitsch puisant certaines de ses inspirations dans le milieu de la ballroom et de la haute couture. Son drag est caractérisé par une volonté de faire beaucoup avec peu de moyens, malgré une situation précaire d'étudiante en école d'art, i-el redouble d'inventivité et met à l'honneur le côté fait mains et artisanal de son art. Outre son attrait certain pour les outils numériques, elle se tourne également vers la création de filtres 3D reproduisant ses maquillages [fig. 28, p. 19] [fig. 29, p. 19]. Ses filtres en réalité augmentée, directement intégrés aux différents réseaux sociaux, permettent via la caméra d'appliquer ses maquillages aux visages des utilisateur·ices. La création de tels filtres ce fait d'abord par dessin numérique adapté à la morphologie d'un visage. Le dessin doit ensuite être uploadé sur Spark AR (plateforme fermée par Meta en septembre 2024 pour laisser la place à Meta Spark en 2025), afin de procéder aux dernières retouches et ajustements avant une mise en ligne finale sur Instagram ou Facebook. [t] Cette démarche, découlant d'une véritable appropriation des outils numériques, lui permet d'enrichir son art et de lui offrir une nouvelle dimension, brouillant les pistes entre le réel et le virtuel.

Dans le cas de **Pelister**, pratique artistique, design et drag sont indissociables. L'un ne peut exister sans l'autre. Son personnage et sa pratique artistique ne se limitent pas à la performance mais deviennent ici une expérience

complète où chaque détail visuel et chaque outil participent à créer un univers trans-média, immersif et profondément personnel. Il s'agit d'un univers extrêmement réfléchi de ses tenues à la police de caractères créée par elle-même [fig. 30, p. 19], et utilisée dans absolument tous ses projets. **Pelister** pousse encore plus loin les points soulevés par le travail de **la Maison Cauchemar**, incarnant une forme de drag à la croisée entre art numérique et contemporain, design et performance.

La House of Detritus



↑ La House of Detritus

[u]



↑ Yummy Pees

Pour revenir à des outils de communication plus conventionnels, j'aimerais introduire le prochain collectif nommé : **la House of Detritus** [u]. Si la maison vise un certain niveau de professionnalisation, en s'illustrant par exemple dans la mise en place d'une petite tournée européenne, elle reste tout de même ancrée dans une esthétique brute et sans concessions. Cette volonté de s'ancrer dans ces esthétiques reflète autant l'identité artistique des membres de la maison que leur vision du drag. Un drag fait main, Underground et déjanté, s'articulant autour d'une volonté de se revendiquer comme des rebuts et des déchets de la société. C'est ces revendications qui permettront au collectif de s'inscrire dans un style graphique « craca », imparfait mais maîtrisé, assumant pleinement son identité underground et alternative. Ici, les imperfections sont des éléments assumés, marquant l'identité de la house [fig. 31, p. 20].

Bien que la communication semble prendre différentes formes selon les événements et ayant des créateur·ices différent·es, les déclinaisons restent tout de même réfléchies et pensées avec soin, résultant en une cohérence globale

[v]



↑ Patrick Traffic

[w]

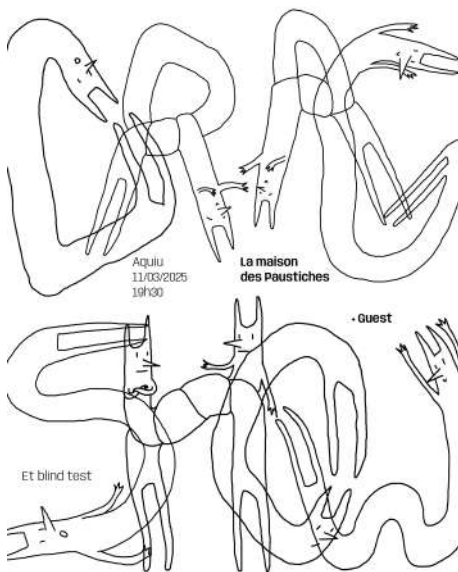


↑ Le masque, _photo prise par @snort.foto

malgré des médiums et styles variés. C'est notamment le cas de leur communication de leur tournée européenne [fig. 32, p. 20] [fig. 33, p. 20] [v]. On y retrouve une affiche présentant globalement l'événement puis différentes déclinaisons permettant d'annoncer une à une les différentes soirées de cette tournée. Cette capacité à prendre des décisions fortes et réfléchies dans le cadre d'événements récurrents, s'illustre également dans leur travail autour des soirées intitulées « Wagon-Poubelle » [w]. Les visuels associés à ces événements suivent une méthode de travail volontairement artisanale, utilisant l'illustration réalisée sur papier ou le collage, puis numérisée mais sans autres retouches [fig. 34, p. 20] [fig. 35, p. 20]. Ce choix de médium permet aux visuels de cette série d'événement d'être identifiables en tant que « Wagon-Poubelle », même si le style graphique et la composition changent, d'une affiche à l'autre. Ce traitement de l'image vient renforcer le côté brut et spontané de leur travail et relève d'une véritable réflexion et connaissance vis à vis des formes graphiques et d'une direction artistique. Le choix de se tourner vers une esthétique punk, notamment pour les affiches du « Wagon-Poubelle » s'inscrit dans une rupture avec les standards lissés et propres que l'on pourrait attendre lorsque l'on parle de communication d'événements. Pourtant, ce refus de « lisser » [fig. 36, p. 20] pour être accessible ne semble pas impacter leur notoriété, ni déranger leurs spectateur·ices toujours plus nombreux·ses. Un tel choix permet de cibler un public déjà familier avec la pratique du drag, curieux et queer. À la manière des logos de groupes de métal, la volonté est de rester underground et de faire fuir une certaine démographie, principalement des personnes conservatrices. Si ce choix fait par **la House of Detritus**, semble légitime et important, la course à la professionnalisation et l'apparition de plus grosses productions viennent habituer le public à un univers visuel plus accessible et lisse. C'est ce que nous verrons ensemble après cet entracte.



↑ [fig. 1] Post Instagram du show St Valentin 2024.



↑ [fig. 2] Post Instagram du show de mars 2025.



↑ [fig. 3] Post Instagram du show d'octobre 2023.



↑ [fig. 4] Post Instagram du show de mars 2024.



↑ [fig. 5] Post Instagram du show d'Août 2025.



↑ [fig. 6] Post Instagram du show de septembre 2025.



↑ [fig. 7] Post Instagram pour la viewing party de Dragula épisode 1, le 6 octobre 2024



↑ [fig. 8] Post Instagram pour la viewing party de Dragula épisode 5, le 3 novembre 2024



↑ [fig. 9] Post Instagram pour la viewing party de Dragula épisode 6, le 11 novembre 2024



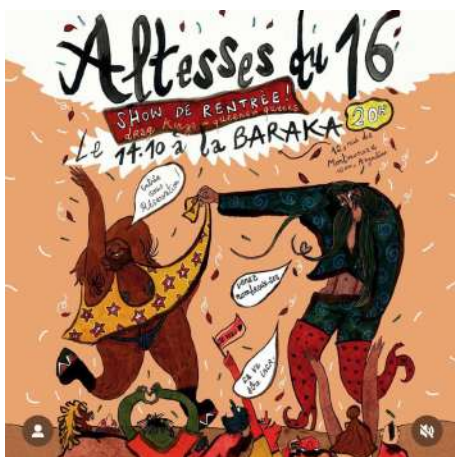
↑ [fig. 10] Post Instagram pour la viewing party de Dragula épisode 7, le 17 novembre 2024



↑ [fig. 11] Post Instagram pour la viewing party de Dragula épisode 8, le 24 novembre 2024



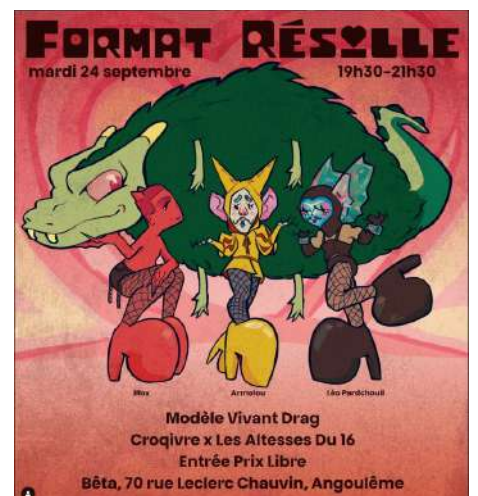
↑ [fig. 12] Post Instagram pour la viewing party de Dragula épisode 9, le 01 décembre 2024



↑ [fig. 13] Post Instagram, Show de rentrée des Altesses du 16, le 10 octobre 2023



↑ [fig. 14] Post Instagram, Théâtre des enfers, le 23 novembre 2024



↑ [fig. 15] Post Instagram des Altesses du 16, Croqivre 1, le 24 septembre 2024



↑ [fig. 16] Post Instagram des Altesses du 16, Croqivre 2, le 29 octobre 2024



↑ [fig. 17] jeux de cartes à l'effigie de la maison, archive d'une story des Altesses du 16



↑ [fig. 18] Présentation du Croustipotin de Armelou, extrait d'un reel de @armelouuuu



↑ [fig. 19] Logo de la maison Cauchemar, Rico Lo Scopia



↑ [fig. 20] Extrait de la vidéo de présentation de la maison Cauchemar.



↑ [fig. 21] Extrait de la vidéo de présentation de la maison Cauchemar.



↑ [fig. 22] Extrait de la vidéo Sept pécheresses de la maison Cauchemar



↑ [fig. 23] Extrait de la vidéo Sept pécheresses de la maison Cauchemar



↑ [fig. 24] Extrait de la vidéo Sept pécheresses de la maison Cauchemar



↑ [fig. 25] Issues (S'ILV3R), extrait d'un reel de Pelister



↑ [fig. 26] Pochette de l'album Giga Star Systeme de Pelister



↑ [fig. 27] Pelister



↑ [fig. 28] Filtre 3D de Pelister, photo Pelister



↑ [fig. 29] Numérisation de Make Up de Pelister



↑ [fig. 30] Post Instagram pour le bingo dingo du 28 octobre 2025



↑ [fig. 31] Post Instagram de House of Detritus, Les Prince.sse.s de l'amour.



↑ [fig. 32] Affiche globale pour la tournée juin 2024 de la House of Detritus



↑ [fig. 33] Affiche pour la tournée juin 2024 de la House of Detritus, pour la date à Subgraz



↑ [fig. 34] Post Instagram pour le wagon-poubelle du 18 janvier 2023



↑ [fig. 35] Post Instagram pour le wagon-poubelle du 12 décembre 2023



↑ [fig. 36] Post Instagram pour le show At Least We Tried de la House of Detritus, le 7 octobre 2024

Les drags et événements plus professionnels et grand public

Tout le monde est bien de retour ? Prêt-e à attaquer à la deuxième partie de ce mémoire ? Très bien alors continuons sans plus tarder avec nos prochain-es artistes, le collectif **SVP Corp** !

La SVP Corp

[x]



↑ Absinthe lors de la SVP n°4, photographie inconnu

[y]



↑ Emo Goblin lors de la Svp n°4, photo prise par @colorsandcreatures



↑ La SVP Corp pour la Svp #4

[x] La **SVP Corp** est composé des artistes drag Jimmy Bigoudi et Cigario qui sont assez reconnus dans le milieu drag et king bordelais. Ils sont accompagné sur ce projet de collectif par Marie, se décrivant comme momanager.euse. Son souhait est d'apporter aide administrative, sur la gestion de projets pendant les représentations et lors de recrutement et d'encadrement d'équipes bénévoles. Ce souhait est traduit par la volonté de remettre au devant de la scène les drag kings bordelais souvent peu représentés. Cette volonté s'accompagne également par un désir d'aider à la professionnalisation des artistes et des événements proposé.

L'événement qui nous intéresse ici est celui de la quatrième édition de la soirée et scène ouverte « Venez SVP », autour de laquelle le collectif s'est formé. Le ton de la soirée se veut explicitement humoristique, ne manquant pas d'autodérision et d'une certaine conscience sur la place qui est faite aux drag king dans le milieu du drag. En effet, si les drag queens profitent d'un certain engouement, les drags kings et queer ne trouvent que peu de scènes. I-Els ne sont tout simplement pas ou que rarement booké-es. [y] En découle une communication visuelle humoristique, d'une esthétique internet légèrement Y2K attirant la sympathie et accessible [fig. 37, p. 30] [fig. 38, p. 30] [fig. 39, p. 30]. Ce qui est surprenant avec les visuels de la soirée, c'est leurs déclinaisons nombreuses, qu'il s'agisse de stories [fig. 40, p. 30] [fig. 41, p. 30] [fig. 42, p. 30] ou de post au format carré d'Instagram. Derrière une esthétique jouant avec des références connues de tous-tes et un ton amical et spontané, nous comprenons tout de même que le collectif tends vers une certaine forme de

professionnalisation.

La maison Dela



↑ Dela Beuchaire, photo prise par Dela Sabotée

[z]



↑ Dela Beuchaire en suspension lors du loto artistique d'Air-sur-Adour. Photo prise par Jean-Marc Helies

Un autre collectif bordelais s'illustre par ses ambitions professionnelles et d'excellence, **la maison Dela**. Créée par Dela Beuchaire et Dela Saboté-e, le collectif se revendique comme première maison drag créature avec une pratique artistique du cirque [z]. À travers sa communication, **la maison Dela** montre un drag mêlant poésie, esthétique avant-gardiste, haute couture et culture clubkid. Le collectif souhaite s'inscrire dans une quête d'excellence, explorant différents univers visuels inspirés de la figure du clown, particulièrement du Pierrot et de la créature.



↑ Extrait du teaser vidéo de Bestiaire Vestiare, création de la maison Dela : <https://www.instagram.com/p/DQltbAiDHW0/>

[aa]



↑ Dela Saboté-e

La maison [aa] s'est récemment saisie d'outils plus inattendus dans le milieu drag. En effet en 2023 le collectif fait appel au studio de design et de direction artistique, **Very Superflu** pour redessiner le logo de la maison [fig. 43, p. 30] et créer un site web [fig. 44, p. 30] [fig. 45, p. 30]. Si la création de site web est rare dans le milieu drag, elle n'est pas totalement absente, cependant il s'agit souvent de création fabriquée par les artistes à l'aide d'outils, comme *Wixit*, facilitant la création et la mise en page web. En résultent des sites ne fonctionnant pas très bien, peu optimisés pour la lecture sur différents formats mais également amateurs dans les formes et les esthétiques qu'ils convoquent. C'est notamment le cas du site du collectif drag La cuvette [2]. Ces sites sont peu mis à jour, voir délaissés au profit des réseaux sociaux plus simples d'utilisation et permettant de toucher un plus large public. C'est ici que **la maison Dela** se différencie et s'inscrit dans une volonté de reconnaissance professionnelle de leur pratique. En ayant recours à des designer.euses graphiques pour se créer une empreinte web professionnelle, le collectif s'adresse à des institutions bien établies de la culture. En ayant recours à des designer.euses graphiques professionnel·les, le collectif représenté par un site web adapté permettant de s'adresser à des professionnel·les de la culture. Le site internet est sobre, élégant et épuré, il contraste parfois avec l'esthétique de certain·es performeur.euses mais permet de diffuser les valeurs de la maison en dehors des outils classiques.

Pourtant malgré une communication réfléchie, **la maison Dela** renvoie une image parfois froide et classiste [fig. 46, p. 31] [fig. 47, p. 31] [fig. 48, p. 31], associée au milieu de l'art contemporain [fig. 49, p. 31]. Tandis que lors d'événements organisés par le collectif, l'ambiance est bien différente, certaines performances sont humoristiques et absurdes, d'autres plus trash ou s'adressant à un public plus populaire. À travers son recours à des professionnel·les, **la maison Dela** s'adresse à une population différente de celles évoquées plus haut. Ici on ne tente plus d'attirer uniquement les queers mais aussi une démographie extérieur adepte d'art et du théâtre contemporain [fig. 50, p. 31].

[2] site web de La Cuvette, <https://lacuvettedrag.wixsite.com/monsie>.

Bestial Production


↑ Enby Bestial créatrice de Bestial Production. Photo prise par Jolan Baucier

[ab]



↑ Enby Bestial pour la viewing party de la finale de Drag Race France. Photo prise par Jolan Baucier

Cette volonté de faire reconnaître le drag comme une profession à part entière, permet l'apparition de maisons de production et d'événementiel exclusivement tournées vers cet art. C'est le cas par exemple de **Bestial Production**, association fondée par la drag Lilloise Enby Bestial [ab], dans le but d'encadrer et de promouvoir différents événements drag. Se déclarer en tant qu'association permet de toucher des subventions et des cachets, de donner du crédit à notre travail. C'est un peu la première porte vers une reconnaissance professionnelle.

Ici, son rôle est d'organiser et de promouvoir le drag. L'association vient également apporter une réflexion soignée concernant les styles et les identités visuelles venant accompagner ses productions. Si le style graphique associé aux événements reste relativement simple et attendu, [fig. 51, p. 31] [fig. 52, p. 31] [fig. 53, p. 31] celui-ci reste maîtrisé et ancré dans des codes visuels habituellement associés au drag show, répondant à des principes simples de déclinaisons lors d'événements récurrents.

Cela permet, malgré la pluralité des invité·es présenté·es lors de l'événement, de proposer un contenu assez uniforme [fig. 54, p. 32] [fig. 55, p. 32] [fig. 56, p. 32]. Les choix graphiques permettent de donner de la visibilité aux événements en restant accessibles à un public varié tout en s'appropriant des codes qui sont très courants dans l'univers du drag.

Erreur 404



↑ Stargirl (à gauche) et la Harpie (à droite) pendant le Mugshot 3. Photo prise par @allabout_vik

[ac]



↑ La Harpie, Photo prise par Nathan Selighini

Tout comme **Bestial Production** d'autres associations visant à la promotion d'événements drag voient le jour, comme le collectif **Erreur 404**. Initié par la drag queen La Harpie [ac], l'association souhaite permettre un accompagnement par des designer.euses membre de l'association. L'association s'affirme par des choix graphiques plus underground et expérimentaux, on retrouve des références au cinéma de genre des années 80/90, et à l'univers de la nuit, festif et underground [fig. 57, p. 32] [fig. 58, p. 32] [fig. 59, p. 32]. Cette association est un bon exemple, au même titre que **Bestial Production**, des différentes manières de répondre à cette volonté de professionnaliser le drag. Ici **Erreur 404** se démarque par une volonté de garder une identité visuelle expérimentale et résolument queer tout en visant un public large, montrant qu'il est possible de conjuguer ces deux ambitions [fig. 60, p. 33] [fig. 61, p. 33] [fig. 62, p. 33].

Drag Me Up

[ad]



↑ Cookie Kuntz

[ae]



↑ Barbra Luv pendant la Drag Me Up du 30 mars 2025.



↑ La Belle Rouge pendant la finale de la Drag Me Up. Photo prise par mr_photorama

Pourtant, si des associations locales arrivent très bien à se créer une identité graphique, des événements phares, comme la **Drag Me Up** (concours drag organisé par la boîte Gaypopevent et présenté par Cookie Kuntz [ad]), peinent à affirmer des choix cohérents. En effet malgré la notoriété de l'événement et sa perpétuité dans le temps, le concours s'arme d'un design peu assumé dans ses choix et globalement maladroît. Bien qu'en 2024, la sixième saison du concours veuille s'inscrire dans un registre kistch et camp, référençant les concours et émissions télévisées de cuisine, les images qui en ressortent semblent être en deçà de l'exigence et du niveau réel des soirées proposées. Les images produites restent simples dans leurs compositions, notamment lorsqu'il s'agit des présentations des drags en compétition [fig. 63, p. 33] [fig. 64, p. 33] [fig. 65, p. 33]. Ici, ce qui vient déprécier l'image générale, c'est le manque de cohérence graphique entre les différents registre de forme convoqués, qu'il s'agisse du logo de la soirée, de la police de caractères utilisée pour annoncer le nom des artistes, les crédits photos inscrits en gros sur le côté de la publication ou encore la présence d'éléments venant décorer le fond. Ce manque de cohérence est d'autant plus présent et visible dans l'image de présentation du cast de la sixième édition. Ici le vide est clairement l'ennemi, le but est de remplir l'espace, et d'y mettre en scène les drags. La présence d'énormément d'éléments prend le dessus sur la lisibilité des informations importantes et déprécie même les drags présent-es sur la composition, les faisant se fondre dans cette masse d'information. [ae]

Ces choix esthétiques proposent des formes qui, outre le fait d'être

maladroites, ne fonctionnent pas [fig. 66, p. 33] [fig. 67, p. 33], en témoigne la présence dans le fond en énorme (plus gros même que le nom de l'événement) du nom de la boîte de production ou encore l'utilisation abusive de l'IA générative pour créer les éléments présents sur la composition. Cette utilisation répétée de l'IA questionne encore plus à cette échelle où le manque de moyens, de compétences et de temps n'existe pas ; où des alternatives peuvent être mises en place. D'autant plus que cette utilisation finit par déprécier l'idée que l'on pourrait se faire des événements et de l'attention aux détails portés sur ceux-ci. Si l'IA arrive tout juste à produire quelque chose mimant la réalité, elle ne fait que reproduire des stéréotypes imposés par des entreprises néo-fascistes, volant travail et ressources au profit de leur capital en bourse. Faire appel à une telle technologie relève d'une contradiction avec les origines militantes du drag, d'un fainéantisme certain mais est aussi symptomatique d'une capitalisation de l'art du drag par une population n'étant pas directement concernée. [fig. 68, p. 33] Au fil des années, la **Drag Me Up** a su s'imposer comme un concours incontournable de la scène parisienne et française en mettant en compétition des artistes de tous horizons. Pourtant la production de l'événement est laissée à des personnes extérieures à la communauté drag, des hommes gay apolitisés. Ceux qui sont considérés comme acceptables au regard de la société, souvent blancs, valides, cisgenres, d'une apparence « neutre ».

Drag Race France



↑ Elips, candidate de la saison All Star de Drag Race France

[af]



↑ Candidates de la première saison de Drag Race France

Ces questionnements nous amèneront aux dernier-es invité-es de ce mémoire. Je pense qu'à ce niveau vous vous doutez du nom que je vais annoncer. Il s'agit des plus gros événements drag français, rassemblant un public éclectique, de tout âges et dépassant les frontières de la communauté queer et LGBT, j'ai nommé : **Drag Race France !** [af] L'émission bien que légèrement plus nuancée et diversifiée que son homologue américain, uniformise la représentation qu'elle fait du drag français pour l'adapter aux exigences de la télévision, du grand public et de la drag qui a donné son nom à l'émission : RuPaul. C'est d'ailleurs à cause de cette dernière que la compétition reste fermée aux drags kings, la productrice de Drag Race US souhaitant garder l'exclusivité d'une première apparition king dans son émission (ce qui, soyons honnêtes n'arrivera pas de si tôt). Si des revendications politiques de la part des candidates émergent au fil des épisodes, celles-ci restent souvent gentilles et régulées par la production dans le but de ne pas choquer ni déranger les téléspectateur-ices. Cependant malgré cette

régulation, l'émission se place comme médiatrice, en abordant des sujets sensibles tels que la transphobie, la dépression, les violences homophobes et bien d'autres.

Puisqu'il s'agit d'une émission et non d'un drag show, l'esthétique de **Drag Race France** est très proche de la télévision, la télé-réalité et le télé-crochet [fig. 69, p. 34] [fig. 70, p. 34] [fig. 71, p. 34]. La charte graphique, reprenant en partie le logo et les codes mis en place par la maison mère américaine, est confiée à la Kennedy Agency. Studio produisant également les visuels des résultats des élections présidentielles de 2022, de l'émission « TPMP » ou encore de « LOL : Qui rit sort ! ». Tandis que la production télévisuelle est confiée à Endémol France pour France Télévision. [ag] Chaque saison possède un thème que l'on retrouve à travers la communication sur les réseaux sociaux et en publicité sur internet et la télévision. Par exemple, en 2024 les Jeux Olympiques et le sport [fig. 72, p. 34] ont été mis à l'honneur. Si ces thèmes ne sont pas toujours explicites, ils marquent tout de même le ton qui sera donné au cours de la saison. Pourtant ces choix spécifiques aux saisons ne sont pas repris lors des tournées [fig. 73, p. 34]. Durant ces événements, du merch est proposé. Pour la troisième saison, une affiche alternative illustrée [fig. 74, p. 34], ainsi qu'un pass VIP pour pouvoir rencontrer et se prendre en photos avec les queens étaient en vente. Les drags peuvent elles aussi proposer du merch, plus personnel. C'est le cas, par exemple, de Lula Strega qui proposait à la vente différents stickers et posters créés par des illustrateur·ices indépendant·es. Les drags sont érigées au statut de stars, les sortant d'un milieu marginalisé, créant de nouvelles dynamiques. Pour les studios de production, gérer la communication, le merch et objets graphiques divers des artistes de **Drag Race France** revient à s'occuper d'une personnalité comme Aya Nakamura ou Squeezie, des stars connues des grands médias, plutôt que de célébrités locales. Ainsi les drag queens doivent apprendre à lisser leur image, cela va avec les avis politiques mais aussi avec la communication graphique.

[ag]



↑ Finalistes des 3 premières saisons de Drag Race France.

[ah]



↑ Paloma gagnante de la saison 1 de Drag Race France.



↑ Dernière date de la tournée All Star ayant eu lieu à Bercy

Drag Race France [ah] a tendance à caricaturer le drag, minimisant la diversité des pratiques aux yeux du grand public. L'émission met en place de nouveaux

public aura envers les artistes. Cette médiatisation et capitalisation du drag par des personnes extérieures à la communauté interroge. Elles transforment le drag en un véritable business, une course à la perfection, à produire toujours plus et toujours du neuf, au détriment de la stabilité financière des artistes.

« L'injonction à l'originalité constante encourage une logique consumériste où l'artiste doit toujours produire du « neuf », parfois au détriment de sa stabilité financière. »

Elias Caillaud – *Le petit bulletin, Culture drag en France : derrière les paillettes, la précarité.*

Beaucoup de drags s'endettent, liquident leurs économies parfois pour des tenues qui ne seront pas montrées à la télévision car éliminées trop tôt. Le budget moyen pour participer à l'émission étant d'environ 15 000 €, selon Père Eustache [ai] (drag king parisien). Ici les moyens mis en place pour le design graphique sont au profit de la télévision et non au profit des drags. Si elles sont érigées au rang de star pendant un certain temps, la majorité d'entre elles retourneront dans une logique précaire et underground du drag et du design graphique une fois l'émission terminée.

[ai]



↑ Père Eustache



↑ [fig. 37] Post Instagram, annonce de la SVP #4



↑ [fig. 38] Post Instagram, annonce de la SVP #4



↑ [fig. 39] Post Instagram, annonce de la SVP #4



↑ [fig. 40] Story Instagram, pour la SVP #4



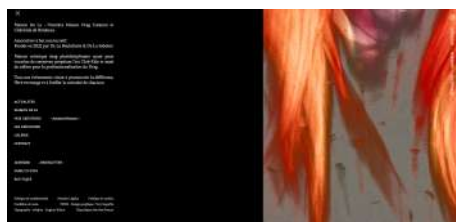
↑ [fig. 41] Story Instagram, pour la SVP #4



↑ [fig. 42] Story Instagram, pour la SVP #4



↑ [fig. 43] Logo de la Maison Dela, fait par VerySuperflu



↑ [fig. 44] Site de la Maison Dela, fait par VerySuperflu



↑ [fig. 45] Site de la Maison Dela, fait par VerySuperflu

MAISON
DE LA

L'ART DRAG

LE DRAG EST UN ART:

L'interprétation la plus communément répandue définit DRAG comme l'acronyme de Dress As a Girl. Mais d'autres existent, Drag pourrait venir des comédiens transformistes qui traînaient ("to drag" en anglais) les longues robes qu'ils portaient au sol... Une interprétation plus libre pour les Drag Queen que nous sommes.

↑ [fig. 46] Post Instagram de la maison Dela



↑ [fig. 47] Post Instagram pour une conférence de la maison Dela



↑ [fig. 48] Post Instagram pour une mise en part la maison Dela



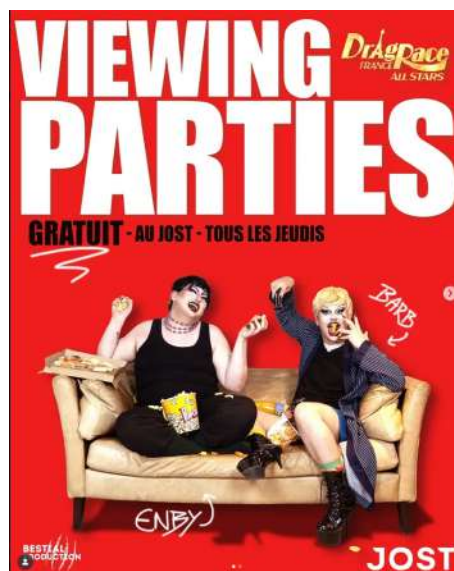
↑ [fig. 49] Photo de l'exposition Transvestia de la Maison Dela à la médiathèque de Mériadeck



↑ [fig. 50] Courage tu vas dead ça



↑ [fig. 51] Post Instagram pour une scène ouverte Enby Bestial



↑ [fig. 52] Post Instagram pour les viewing party de Drag Race Allstars de Enby Bestial



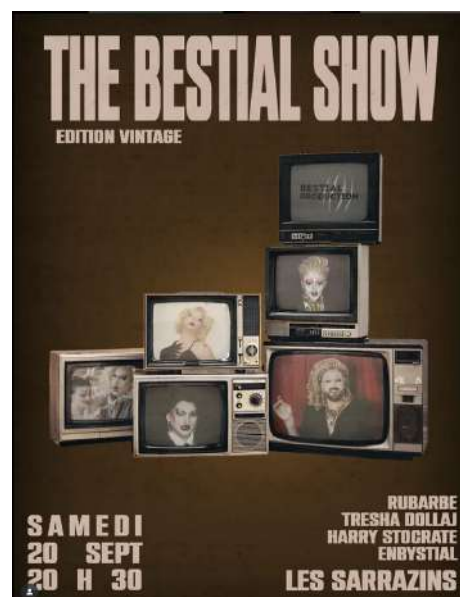
↑ [fig. 53] Post Instagram pour un bingo drag de Enby Bestial



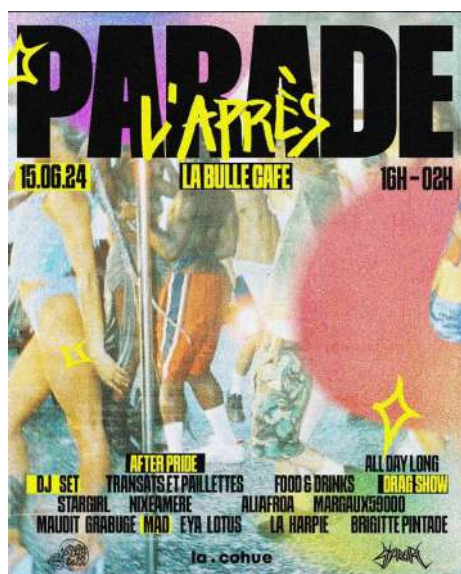
↑ [fig. 54] Post Instagram pour un Bestial Show de Enby Bestial



↑ [fig. 55] Post Instagram pour un Bestial Show de Enby Bestial



↑ [fig. 56] Post Instagram pour un Bestial Show de Enby Bestial



↑ [fig. 57] Post Instagram de l'après Parade.



↑ [fig. 58] Post Instagram pour la blafard 2.



↑ [fig. 59] Post Instagram de la Sérotonine



↑ [fig. 60] Post Instagram pour un Snatch Game



↑ [fig. 61] Post Instagram pour le Mugshot



↑ [fig. 62] Post Instagram pour la Harpie Hour



↑ [fig. 63] Post Instagram, présentation des candidat-es.



↑ [fig. 64] Post Instagram, présentation des candidat-es.



↑ [fig. 65] Post Instagram, présentation des candidat-es.



↑ [fig. 66] Post Instagram promotionnel de la saison 6 de la Drag Me Up



↑ [fig. 67] Post Instagram promotionnel de la saison 6 de la Drag Me Up



↑ [fig. 68] Post Instagram donnant des indications sur la soirée du 22 décembre 2022



↑ [fig. 69] Communication pour la saison 1 de Drag Race France



↑ [fig. 70] Communication pour la saison Allstars de Drag Race France



↑ [fig. 71] Communication pour la saison 3 de Drag Race France



↑ [fig. 72] Communication pour la saison 3 de Drag Race France



↑ [fig. 73] Communication pour la tournée de la saison 3 de Drag Race France



↑ [fig. 74] Affiche alternative pour la tournée de la saison 3 de Drag Race France

Conclusion

« Cette capitalisation de notre art se retrouve aussi sur les réseaux sociaux où elle interroge sur la perception que l'on en a. Ne sommes-nous là que pour suggérer la beauté ? La transformation ? Cette capitalisation sur les réseaux sociaux entraîne beaucoup de drag queens à se standardiser dans une culture du show télé à l'américaine. La capacité à être visible sur les réseaux sociaux et sur les autres médias, c'est la capacité à générer un revenu dans les temps qui suivront pour l'artiste. Avoir du monde sur les réseaux sociaux, c'est avoir l'opportunité d'avoir un agent qui va chercher les bookings, c'est entrer dans un marché de la performance, un marché de l'art, un marché du divertissement. »

Emily Tante, *De la capitalisation du drag dans la société*, Friction Magazine

Aujourd'hui le drag fait vendre, il est sorti de son contexte d'art queer underground par des entreprises cherchant à nous vendre un drag lissé, apolitique, à travers des programmes télévisuels ou des communications aseptisées aux antipodes de nos luttes initiales.

Les drags queens mises en avant jouissent d'une célébrité passagère leur permettant d'accéder à une professionnalisation de leur art en contrepartie d'une mise en concurrence et d'un contrôle sur leur image publique, laissées aux mains des producteur-ices.

Pourtant cette voie vers la professionnalisation n'est pas la seule, nous assistons en parallèle à la création d'associations initiées par les drags et pour les drags, constituant un premier pas vers une reconnaissance de leur travail. Les formes graphiques qui en découlent saisissent réellement les enjeux d'une telle communication et s'inscrivent dans la continuité de leur personnage drag et/ou des événements proposés. Témoignant l'importance d'un travail fait par les personnes concerné-es. Certaines maisons aspirent à institutionnaliser cet art, à le faire exister dans des lieux plus légitimés, comme le théâtre ou les musées d'art contemporain. Cette démarche bien qu'importante, amène ces collectifs à penser leur communication pour des institutions culturelles, quitte à créer un décalage entre leurs créations graphiques et le contenu des performances.

Si les réseaux sociaux prennent une place importante au sein de nos pratiques, ils amènent avec eux un format standardisé, que ce soit par les dimensions des posts ou par l'appréciation qu'auront les algorithmes de notre travail, influant sur notre visibilité.

Alors contourner ces règles, se jouer d'elles, relève d'un acte contestataire. D'un refus de se lisser pour plaire au grand public, d'une volonté de le déranger voire dans certains cas l'exclure de nos espaces. De nombreux·ses artistes drags font le choix de créer une communication propre à leur univers venant ainsi créer un miroir entre performances et design graphique. Certain·es artistes se saisissent également des réseaux sociaux pour donner une nouvelle dimension à leur personnage, d'en explorer les outils et limites. Pour l'inscrire dans un univers trans-média.

Malgré sa récente popularisation en France, le drag reste dans son essence un milieu précaire et majoritairement amateur. Les pratiques du design graphique qui s'y associent suivent cette logique.

Voilà qui sonne la fin de ce mémoire, il n'y aura pas de rappel !

Avant de nous quitter, n'oubliez pas de laisser une petite pièce dans le chapeau pour rémunérer les artistes et de passer par la page remerciements !

Bibliographie

Thaïs Cuny *Du drame derrière le drag* mémoire DNSEP, 2023

Pelister *Clubkid, Drag et Fashion*, mémoire DNSEP, 2024

Sitographie

Page Wikipédia de William Dorsey Swann [en ligne]. Disponible sur: https://fr.wikipedia.org/wiki/William_Dorsey_Swann [consulté le 20 décembre 2024]

Urdla, Scène Ballroom : une culture artistique et politique [en ligne]. Disponible sur: <https://urdla.com/blog/scene-ballroom-une-culture-artistique-et-politique/> [consulté le 20 décembre 2024]

[https://fr.wikipedia.org/wiki/John_Waters_\(réalisateur\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/John_Waters_(réalisateur)) [consulté le 20 décembre 2024]

https://fr.wikipedia.org/wiki/Drag_en_France [consulté le 20 décembre 2024]

<https://mhkzo.com/portfolio/beauty-queens-et-pageant-queens-la-neo-liberalisation-du-milieu-drag-queen/> [consulté le 30 octobre 2025]

Compte Instagram de Scott von Teufel [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/scottvonteufel/> [consulté le 14 novembre 2025]

Compte Instagram de Edouard Breining [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/edouxhard/> [consulté le 14 novembre 2025]

Compte Instagram de la Maison des Paustiches [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/maison.des.paustiches/> [consulté le 22 octobre 2025]

Compte Instagram de Soleil [en ligne]. Disponible sur: www.instagram.com/soleil_drag/ [consulté le 6 novembre 2025]

Compte Instagram des Altesses du 16 [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/altesses_du_16/ [consulté le 6 novembre 2025]

Compte Instagram de la Maison Cauchemar [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/maisoncauchemar/> [consulté le 6 novembre 2025]

Apolline Bazin *Drag, Un art queer qui agite le monde*, Epa Eds, 2023

Sofian Aissaoui et Valentin Pasquier *Drag – L'autre visage des Queens et des Kings*, La Musardine Eds, 2022

Compte Instagram de Rico Lo Scopia [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/rico.loscopia/> [consulté le 6 novembre 2025]

Compte Instagram de Pelister [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/pelister_clubkid/ [consulté le 6 novembre 2025]

Compte Instagram de la House of Detritus [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/houseofdetritus/> [consulté le 6 novembre 2025]

Compte Instagram de la Yummy Pees [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/yummypees/> [consulté le 6 novembre 2025]

Compte Instagram de la SVP Corp [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/s.v.p.corp/> [consulté le 11 novembre 2025]

Compte Instagram de la Maison Dela [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/maison_dela/ [consulté le 11 novembre 2025]

Compte Instagram de la Bestial Production [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/bestial.production/> [consulté le 11 novembre 2025]

Compte Instagram de Enby Bestial [en ligne]. Disponible sur: <https://www.instagram.com/enbystial/> [consulté le 11 novembre 2025]

Compte Instagram de la Erreur 404 [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/asso_erreur404/ [consulté le 12 novembre 2025]

Compte Instagram de la Harpie [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/la_harpie/ [consulté le 12 novembre 2025]

Compte Instagram de la Drag Me Up [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/dragmeup_off/ [consulté le 12 novembre 2025]

Simon Doonan *Drag The Complete Story*, éditions Laurence King, 2019

Patsy Monsoon *L'art du drag*, Palette, 2022

Miroir/Miroirs n°2 : Genderfucking !, des ailes sur un tracteur éditions, 2014

Compte Instagram de Cookie Kuntz [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/cookie_kuntz/ [consulté le 12 novembre 2025]

Compte Instagram de Drag Race France [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/dragrace_france/ [consulté le 12 novembre 2025]

Compte Instagram de Drag Race France Live [en ligne]. Disponible sur: https://www.instagram.com/dragrace_francelive/ [consulté le 12 novembre 2025]

Kennedy Agency, tout les programmes [en ligne]. Disponible sur: <https://www.kennedy-agency.com/#Section-hero> [consulté le 17 janvier 2025]

Kennedy Agency, All Stars [en ligne]. Disponible sur: <https://www.kennedy-agency.com/projets/drag-race-france-allstars> [consulté le 12 novembre 2025]

Kennedy Agency, saison 3 [en ligne]. Disponible sur: <https://www.kennedy-agency.com/projets/drag-race-france-3> [consulté le 9 janvier 2025]

Site de la Maison Dela [hors ligne mais visible sur la Wayback Machine]. Disponible sur: <https://www.maisondela.fr> [consulté le 9 janvier 2025]

Clémence Depresle, Culture drag en France : derrière les paillettes, la précarité [en ligne]. Disponible sur: <https://www.petit-bulletin.fr/lyon/article-78998-culture-drag-en-france-derriere-les-paillettes-la-precarite.html> [consulté le 14 novembre 2025]

Gay Pop Event, Drag Me Up [hors ligne mais visible sur la Wayback Machine]. Disponible sur: <https://gaypopevent.fr/soiree/dragmeup> [consulté le 7 janvier 2025]

Emily Tante, De la capitalisation du drag dans la société, Friction Magazine [en ligne] <https://friction-magazine.fr/de-la-capitalisation-du-drag-dans-la-societe/> [consulté le 13 novembre 2025]

Drag

Le drag est une forme de performance utilisant notamment le vêtement, le maquillage, la coiffure, et l'expression scénique afin de jouer un genre de façon volontairement exagérée.

Travestissement

Le travestissement est une pratique qui consiste à porter les vêtements et autres accessoires qui sont, dans une société donnée, généralement associés au genre opposé du sien dans le but de ressembler volontairement aux personnes du genre opposé. Le travestissement peut impliquer d'adopter les comportements associés à un genre différent du sien.

Drag Queen

Une drag queen est une personne pratiquant le drag par la construction d'une identité féminine volontairement basée sur des archétypes de féminité et de rôles de genre de façon temporaire. Le monde des drag queens est généralement associé à l'homosexualité masculine et aux femmes trans, mais les drag queens peuvent être de toute identité de genre ou orientation sexuelle.

Queer

C'est un mot emprunté de l'anglais et signifiant à l'origine « étrange », « peu commun » ou « bizarre », est utilisé de manière péjorative, neutre ou méliorative pour désigner tout ou partie des minorités sexuelles et de genres, c'est-à-dire les personnes ayant une identité de genre non cisgenre ou ayant une orientation sexuelle différente de l'hétérosexualité.

Ballroom

Salle de bal (lieu où se déroulent les performances) qui a donné son nom à toute la culture qui en découle, la ballroom scene.

Voguing

Le vogue, ou plus souvent le néologisme voguing, est un style de danse urbaine consistant à faire, en marchant, avec les bras et les mains des mouvements qui sont inspirés des poses de mannequins lors des défilés de mode.

Drag King

Les drag kings (terme anglais construit en miroir de drag queen) sont des personnes construisant une identité masculine volontairement basée sur des archétypes de façon temporaire le temps d'un jeu de rôle ou drag. Ils construisent leur identité à travers la masculinité, au cours d'un spectacle ou d'ateliers. Le drag king entretient des liens forts avec l'histoire du lesbianisme et des hommes transgenres, même si les drag kings peuvent être de toute identité de genre ou orientation sexuelle.

Drag Queer

Le drag queer est un aspect de l'art du drag qui présente une esthétique non binaire, neutre ou androgyne, par opposition à la féminité des drag queens et à la masculinité des drag kings.

Drag Genderfuck

Le drag genderfuck mélange drag queen, king, club kids et autres créatures. La GenderFuck défend des valeurs de diversité et d'inclusivité.

Drag Clown

Drag reprenant les codes du clown.

Monstre

Drag qui emprunte son esthétique au monstre, à l'horreur, remise en question du genre comme binaire.

Créatures

Drag à l'univers étrange, pratique d'un drag non genré tourné vers la créature. Sans pour autant emprunté son esthétique à l'horreur.

Clubkids

Les Club Kids sont à la fois un mouvement de jeunes, punk et queer de club de New York se déroulant de la fin des années 1980 jusqu'au milieu des années 1990 qui a fortement influencé la culture drag et LGBT ainsi que les artistes drag dans le monde des années 2010 et 2020 qui reprennent cette esthétique sans pour autant être affiliés au mouvement initial.

Uncanny Valley

« Uncanny Valley » que l'on peut traduire par « La vallée de l'étrange » emprunte son titre à une théorie du roboticien japonais Masahiro Mori, (publiée pour la première fois en 1970,) selon laquelle plus un robot androïde est similaire à un être humain, plus ses imperfections nous paraissent monstrueuses ou du moins gênantes.

Liminal Space

Dans l'esthétique Internet, un espace liminaire (ou espace liminal) est un lieu vide ou abandonné qui semble étrange et souvent surréaliste où l'on peut avoir l'impression d'être observé. Les espaces liminaux sont généralement des lieux de transition, d'où leur dénomination en lien avec le concept de liminarité.

Lost Média

Le terme générique de lost media (en français : médias perdus) sert à désigner des œuvres ou productions médiatiques dont l'existence est avérée mais qui sont disparues ou indisponibles pour le grand public.

Web Vernaculaire

Esthétique des premiers site web fait main datant du début d'internet.

Merch

Le merch, abréviation de marchandise, est couramment utilisé dans le domaine du commerce pour désigner les produits dérivés d'une marque, d'un artiste, d'un influenceur ou d'un événement spécifique.

Remerciements

Avant de nous quitter j'aimerais remercier les personnes sans qui ce mémoire n'aurait pas vu le jour. Merci à Corentin Brule pour son accompagnement tout au long de la réaction de ce mémoire, pour ses blagues et ses références. Je remercie également la maison des paustiches et particulièrement Mharion Cazaux de nous avoir forcé à créer notre maison drag. Merci à mes ami-es pour leur soutien quotidien, les moments de joies comme de pleurs. Mention spéciale à Lelio pour la correction des fautes d'orthographe. Merci à Sarah pour m'avoir aidé à rédiger ce mémoire, Maxime, Lucie et Clara pour l'aide avec le markdown. Et enfin merci au drag d'exister !