

Sylvie Fleury - *Thunderb*

Commissariat : Clément Nouet



Vue de l'exposition « Thunderb » de Sylvie Fleury, Mrac Occitanie, Sérignan, 2025.
© Sylvie Fleury. Photo : Aurélien Mole.

*Mrac
Occitanie*

Sylvie Fleury - *Thunderb*

Commissariat : Clément Nouet

Depuis son apparition sur la scène internationale au début des années 90, Sylvie Fleury se joue des codes et croise les univers, entre le féminin et le masculin ou l'art et la mode. Elle en explore les relations d'emprunts et d'inversions multiples. De ses *shopping bags* inauguraux aux *shaped canvases* pailletés reprenant certaines formes de Frank Stella en passant par des slogans tirés de publicités de marques, Sylvie Fleury n'a cessé d'interroger une société en proie à ses paradoxes. Elle s'est intéressée aux territoires significatifs d'une époque en mal de repères et pour lesquels elle ne cache d'ailleurs pas son intérêt : celui des sciences occultes, des pratiques zen et du développement personnel. L'artiste s'efforce de dépasser les apparences et de démasquer les symboles superficiels qui animent notre société. Son œuvre est une invitation à la réflexion, au rêve, à l'évasion et au jeu. Pour Sylvie Fleury, comme pour Marcel Duchamp, toute œuvre d'art a deux pôles : « Il y a le pôle de celui qui fait une œuvre et le pôle de celui qui la regarde. Je donne à celui qui la regarde autant d'importance qu'à celui qui la fait. »

(Marcel Duchamp, « Ingénieur du temps perdu ». Entretiens avec Pierre Cabanne, 1967.)

Aujourd'hui, à l'heure des réseaux sociaux, des influenceur·euses et de la mise en scène permanente de soi, l'œuvre de Sylvie Fleury résonne avec une force prophétique. Ses explorations sur la construction de l'identité par la consommation, la tyrannie de l'image parfaite et la réappropriation des codes genrés, anticipaient de plusieurs décennies les dynamiques qui régissent la « culture Instagram ». Son travail nous rappelle que la surface n'est jamais neutre ; elle est un champ de bataille politique et idéologique où se jouent les normes, les désirs et les rapports de pouvoir. Sylvie Fleury s'intéresse à une multitude de champs culturels en périphérie du monde de l'art. Son regard sur le consumérisme et l'hédonisme féminins s'exprime déjà lors de sa première exposition « AMF » en 1990 : entre les œuvres d'Olivier

Sommaire

- **L'exposition**
- **Citations de Sylvie Fleury**
- **Consommation : Entre désir et séduction**
- **Référence et citation : La marque de l'artiste**
- **Féminisme / Féminin**
- **Le service éducatif du Mrac**

Sylvie Fleury - *Thunderb*

Mosset et de John M. Armleder à la Galerie Rivolta (Lausanne), elle glisse sur le sol son premier ensemble de *shopping bags*, des sacs en provenance de boutiques de luxe, fruit d'un après-midi d'achats. Ce geste iconoclaste et provocant – la revendication de l'acte de consommation comme artistique inscrit immédiatement son nom au sein de la scène suisse et internationale.

Depuis cette première action radicale, Sylvie Fleury n'a de cesse d'interroger une société en proie à ses paradoxes. Son langage audacieux reprend les codes associés à la féminité mais sans la lutte contestataire qui a accompagné les générations d'artistes femmes précédentes. Au lieu de porter un jugement sur ce monde habité de formes et de styles, Sylvie Fleury lui préfère le diagnostic de notre société de consommation.

Son œuvre, à la fois séduisante et incisive, continue de sonder avec une acuité remarquable les mécanismes du désir, les fétichismes de la société de consommation et les constructions de genre. À travers une esthétique pop et des matériaux empruntés au monde du luxe, de la mode, des cosmétiques ou encore de l'automobile, l'artiste expose les paradoxes de notre culture obsédée par l'image et la perfection. Elle utilise le langage de la publicité et du marketing non pas pour vendre un produit mais pour analyser la machine qui fabrique le désir. Ses célèbres néons aux slogans percutants comme *Envy*, *Égoïste* ou *Pleasures* imitent l'injonction publicitaire au bonheur et à l'accomplissement personnel, tout en soulignant son vide intrinsèque. En les isolant dans un contexte artistique, elle les charge d'une ambivalence troublante : s'agit-il d'une célébration ironique ou d'une critique acerbe de ces mantras de la positivité toxique ?

Avec une ironie mordante, elle explore les fétiches du monde masculin, notamment à travers sa passion pour l'univers automobile ou les figures du



Vue de l'exposition « Thunderb » de Sylvie Fleury, Mrac Occitanie, Sérignan, 2025. © Sylvie Fleury.
Photo : Aurélien Mole.

Sylvie Fleury - *Thunderb*

postmodernisme (art conceptuel, art minimal et même Arte povera). Les références « tendrement irrévérencieuses » de Sylvie Fleury aux canons artistiques – souvent masculins – deviennent des terrains de jeux créatifs. Elle pervertit les symboles de la virilité, de la vitesse et de la puissance technologique en y injectant une dose de glamour et de sensualité. Cette hybridation des genres met en lumière l'artificialité de ces constructions sociales et la porosité de leurs frontières.

L'artiste s'est toujours ménagé des espaces d'interventions singuliers, conférant à ses œuvres et à ses expositions des niveaux de lectures aussi précis qu'ouverts. Le titre de l'exposition *Thunderb* qui se lit immédiatement, comme une contraction ou une allusion au mot « Thunderbird » évoque des associations riches et multiples. Thunderbird renvoie classiquement à plusieurs entités : la mythique Ford Thunderbird, voiture iconique de l'automobile américaine des années 50 et 60, symbole de liberté, de puissance et d'un certain glamour ; l'oiseau-tonnerre, créature légendaire des mythologies amérindiennes incarnant la force de la nature et le pouvoir spirituel et plus récemment, l'icône de messagerie Mozilla Thunderbird. Ces références, bien que diverses, partagent toutes une notion d'impact, de reconnaissance et, pour certaines, de nostalgie ou de statut culte. Quelle que soit l'interprétation privilégiée par Sylvie Fleury, elle s'inscrit dans sa démarche de décontextualisation et de re-signification. En extrayant ce fragment de langage de son environnement habituel et en l'intégrant dans le champ de l'art, elle invite le spectateur·rice à réévaluer ses significations. Il ne s'agit plus seulement d'un terme désignant une chose, mais d'une entité artistique qui interroge notre rapport aux symboles, à la culture de masse et à la manière dont ces éléments façonnent notre perception du luxe, du pouvoir et de la beauté. C'est une manière pour l'artiste de faire résonner le « tonnerre » des significations cachées derrière les apparences les plus banales.



Vue de l'exposition « Thunderb » de Sylvie Fleury, Mrac Occitanie, Sérignan, 2025. © Sylvie Fleury.
Photo : Aurélien Mole.

Sylvie Fleury

Sylvie Fleury est née en 1961 à Genève, où elle vit et travaille.

Présente dans les plus grandes collections publiques et privées du monde, du MoMA à New York au Centre Pompidou à Paris, Sylvie Fleury a consolidé son statut d'artiste majeure. Son héritage ne réside pas seulement dans ses œuvres iconiques mais dans sa capacité à avoir développé un vocabulaire visuel unique pour interroger les fondements de notre modernité. Entre ses mains, le glamour est l'outil le plus affûté qui soit pour disséquer notre époque.

« Mon travail est souvent perçu comme une critique, et il l'est en partie. Mais c'est avant tout une observation de ce qui m'entoure, de ce qui me fascine. Je suis attirée par la perfection des surfaces laquées, par l'éclat d'un chrome, par la promesse contenue dans un emballage. Je ne porte pas de jugement, je présente des faits. Le spectateur est libre de ressentir la séduction, l'agacement, ou les deux à la fois. C'est dans cette tension que l'art opère. »

« Je provoquais d'abord les galeries où l'on vend des œuvres comme des objets de consommation. »

« J'apprécie que les gens se fassent leur idée. C'est notre regard qui transforme la banalité. Je déteste toute forme de moralisme. Même les choses qui ont l'air extrêmement superficielles offrent quantité de lectures possibles. »

« Je suis comme un DJ qui s'approprie des rythmes qu'il aime. Je reprends des œuvres emblématiques d'artistes masculins, au côté très yang, et j'essaie d'arrondir les angles, façon yin. »

« Je montre les objets tels qu'ils apparaissent. De cette façon, je décris les mécanismes qui font d'eux ce qu'ils sont. »

« Parce que j'étais une femme et un peu une féministe punk déguisée, je voulais m'approprier les aspects formels de l'art et leur injecter du luxe et du brillant à lèvres. Je voulais marcher sur Carl Andre avec les talons hauts les plus exquis de la saison. »

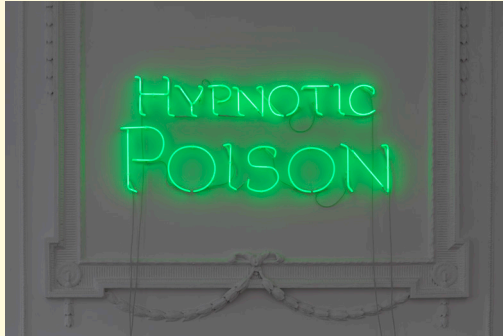


qui, par ailleurs, est présent depuis le début

[Retrouvez la visite de l'exposition par Sylvie Fleury sur le compte Youtube du Mrac](#)

CONSOMMATION : ENTRE DÉSIR ET SÉDUCTION

Œuvres exposées au Mrac



Hypnotic Poison, 2019.
Néon vert, 63 x 5 x 143 cm. Tirage : 1/8. © Sylvie Fleury. Photo: Charles Duprat. Courtesy Galerie Thaddaeus Ropac London · Paris · Salzburg · Seoul.

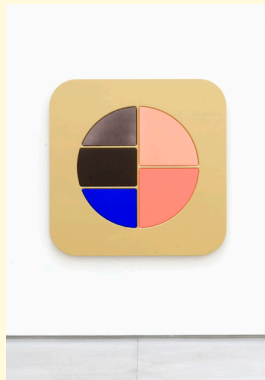
Dès la première salle de l'exposition, par cette accumulation de néons colorés « à la poésie étrange » tel que le dit **Sylvie Fleury**, l'œuvre de l'artiste attire. À la manière des publicités qui mettent en œuvre un langage de séduction en utilisant graphisme, lettrages, couleurs ou lumière, elle nous capte par ce qui nous est familier, par notre instinct de consommateur. Ses néons dont les mots ou logo sont empruntés à l'univers de la parfumerie, se font signes et agissent comme des révélateurs de l'imprégnation visuelle de la publicité. Le mot est celui qui séduit mais pas sans danger, *Hypnotic poison* pour le paraphraser.

Dans la grande peinture murale évoquant un collage d'affiches publicitaires, des fragrances iconiques aux noms évocateurs sont choisis pour leur puissance évocatrice de désir et de séduction. Elles apparaissent aussi comme des injonctions : acheter et porter ces produits garantissent une vie de bonheur et d'éternité. Il est évident que l'œuvre de **Sylvie Fleury** s'articule autour de la culture de la consommation et

particulièrement de la mode. Elle en rejoue les codes, parfois détournés, parfois tronqués ou simplement en y restant fidèle. Elle propose une lecture des stratégies à l'œuvre et une réflexion sur notre place de spectateur autant que sur notre regard de consommateur.

Ses palettes de maquillage trouvent une autonomie artistique et changent d'échelle. Elles deviennent à la fois source d'une projection esthétique intime dans leur jeu de couleurs dans laquelle nous pourrions nous laisser envouter. Elles peuvent encore jouer de leurs écrans dorés et devenir icônes, mot si juste pour la mode comme pour l'art, de Byzance à la *Gold Marilyn* d'**Andy Warhol**.

Notre fascination pour cet univers du monde du luxe est réveillée par la présence d'installations qui explorent les liens entre la mode et l'art : *Shopping bags* (ensemble de sacs de shopping de différentes marques qui contiennent encore les objets achetés par l'artiste) et celle qui évoque un *showroom* lors d'une séance d'essayage de chaussures. Sous l'égide du marketing opérationnel, relationnel et sensoriel, l'industrie du luxe nous place constamment sous l'emprise du désir et tente de nous séduire. **Sylvie Fleury** nous révèle alors ces schémas en exacerbant leur sens.



Solar Gold and Moonlight Shimmers, 2018.
Acrylique sur bois, 160 x 160 x 7,7 cm. © Sylvie Fleury. Photo : Charles Duprat. Courtesy Galerie Thaddaeus Ropac London · Paris · Salzburg · Seoul

Prolongements dans l'histoire de l'art



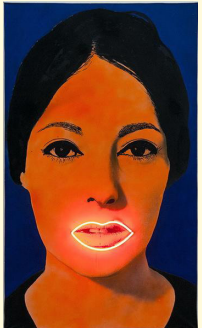
Andy Warhol, « Gold Marilyn Monroe », 1962. Sérigraphie et acrylique sur toile, 211.4 x 144.7 cm. Don de Philip Johnson. MoMA, New York. © 2025 Andy Warhol Foundation for the Visual Arts / Artists Rights Society (ARS), New York

L'icône a connu un glissement du sacré vers le populaire comme représentation de celui ou celle qui symbolise. Ici, Marilyn Monroe devient icône du cinéma hollywoodien. Conscient des codes byzantins, **Andy Warhol** l'auréole d'or pour souligner la préciosité de cette égérie glamour et séductrice des années 50. Le Pop art d'Andy Warhol a fait entrer le trivial dans l'art, s'intéressant à la publicité, la mode et le design, dans une célébration de la société de consommation, de la culture de l'image tout en le questionnant.

Martial Raysse, « Peinture à haute tension », 1965. Acrylique, flocage et néon sur toile, 31 x 15.5 cm. Stedelijk Museum, Amsterdam.

Martial Raysse repense ici le portrait selon les codes du désir. Frontal, le visage nous regarde fixement. Cette bouche féminine, à peine ouverte, s'allume pour capter toute notre attention. Comme d'un trait de rouge à lèvres de publicitaire, impossible de la regarder dans les yeux.

Le néon a attiré de nombreux artistes et c'est un nouveau média qu'ils intègrent à des répertoires très diversifiés, du vocabulaire pop de Martial Raysse à celui de l'art conceptuel de Joseph Kosuth. Le néon est utilisé comme source de lumière et pour les effets qu'il produit sur l'espace environnant. Après l'effet de séduction, le message entraîne une réflexion.



RÉFÉRENCE ET CITATION : LA MARQUE DE L'ARTISTE

Œuvres exposées au Mrac



Modern Living, série d'œuvres, 2023.
Aluminium, peinture automobile et objets, 109 x 109 x 109 cm.
Courtesy de l'artiste et Karma International, Zurich. Photo : Aurélien Mole.

Il est intéressant de voir comment toute médiation et cours d'arts plastiques ou d'histoire de l'art, s'accompagne toujours de références. C'est elles qui souvent éclairent et deviennent un pivot dans notre compréhension.

Sylvie Fleury est une artiste qui cite et reprend des œuvres emblématiques des artistes minimalistes tels que **Donald Judd**, **Sol LeWitt**, **Carl André**, **Frank Stella** qu'elle s'approprie tel un DJ comme elle le décrit et qu'elle « customise ». La série des sculptures *Modern Living* fait références aux sculptures *Incomplete Open Cube* de **Sol LeWitt** qui explore la forme du cube. **Sylvie Fleury** en reprend les variations et la matière des paillettes. Elle installe divers objets qui viennent habiter et modifier la rigueur et froideur des sculptures et détourner le regard de la forme minimale répétée du cube. Ce travail ambivalent apparaît comme un geste « gentiment

irrévérencieux » aux artistes qui ont jalonné le parcours artistique de **Sylvie Fleury**. Ils ont su marquer de leurs empreintes l'histoire de l'art et se sont rendus identifiables par leurs œuvres comme l'ont fait de grandes entreprises par un simple monogramme. L'artiste devient alors une « marque ». **Daniel Buren** par exemple, a un « outil visuel », qui devient signature dans ses œuvres : les bandes verticales blanches et colorées de 8,7 cm de largeur. **Sylvie Fleury** réalise d'ailleurs dans une salle de l'exposition une peinture murale reprenant et détournant ce motif.

Loin d'instrumentaliser de façon mercantile cette « marque » de l'artiste, **Sylvie Fleury** en joue pour affirmer son univers. La référence devient comme présentoir du monde féminin de l'artiste et semble support à une scénarisation de ses accessoires. Chaussures, maquillage, livres ou produits cosmétiques viennent parasiter l'habituel immobilisme formel des œuvres minimales. Sur le sol reprenant une sculpture de **Carl André** en acier, **Sylvie Fleury** commet un acte de violence. La palette de maquillage semble jetée à même la sculpture et la « quiétude » est brisée comme l'est son miroir. Est-ce une femme artiste qui exprime son envie d'intégrer un monde trop masculin ou simplement un hommage à ceux qui ont influencé sa création et participé à son goût pour l'art ? C'est bien à notre interprétation de rendre l'œuvre opérante.



Rose pétillant, 2023.
Acier, 300 x 60 cm. © Sylvie Fleury. Courtesy de l'artiste et Sprüth Magers. Courtesy Kunst Museum Winterthur. Photo : Annik Wetter.

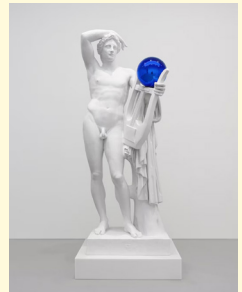
Prolongements dans l'histoire de l'art



Marcel Duchamp, « L.H.O.O.Q. », 1919. Mine graphite sur héliogravure, 61,5 x 49,5 cm. Dépôt de Siège national du Parti communiste français. Musée national d'art moderne, Centre Pompidou, Paris. © Association Marcel Duchamp / Adagp, Paris. Crédit photo : MNAM-CCI/Hélène Mauri/Dist. GrandPalaisRmn

Le *ready-made* de **Marcel Duchamp** est une reproduction d'une icône de l'histoire de l'art affublée d'une moustache et d'une barbichette. Les cinq lettres, L, H, O, O, Q., prononcées en français « composent une plaisanterie très osée sur la Joconde » d'après l'artiste. L'œuvre incarne l'esprit de dérision des « années folles » et du mouvement DADA qui s'attaquait aux canons esthétiques dominants.

Jeff Koons, « Gazing Ball (Apollo Lykeios) », 2013.
Plâtre et verre, 239.4 x 94.3 x 87.6 cm. Collection de l'artiste. © Jeff Koons, Photo : Tom Powel Imaging.



L'antique nous parvient souvent par copies successives. De Grèce à Rome puis de Rome aux musées jusqu'aux parcs et jardins. **Jeff Koons** les fait encore copier et les affuble d'étranges sphères d'un bleu profond (directement inspirés d'un accessoire utilisé pour décorer les jardins en Pennsylvanie où il a grandi) réfléchissant l'image du visiteur et son environnement. Jeff Koons interroge une pratique importante pour l'histoire de l'art et une tradition dans la transmission d'un passé antique.

FÉMINISME / FÉMININ

Œuvres exposées au Mrac



Insolence, 2007.

Sacs de shopping avec contenu, 42,5 x 113 x 90 cm. © Sylvie Fleury. Courtesy de l'artiste et de Sprüth Magers. Photo : Aurélien Mole.

Sylvie Fleury semble s'approprier des sujets qui paraissent futiles : la mode, le maquillage, les pratiques Zen, la culture du corps et du bien-être en somme. Elle nous interroge sur cette éducation au paraître pour les filles et renvoie par ses œuvres à un constat sur la place du féminin dans l'art. Elle répond aux artistes masculins par des propositions qui tout en s'inscrivant dans le monde de la consommation du luxe, soulèvent aussi les questions artistiques de l'art conceptuel et des choix minimalistes. Ainsi en 1990, lorsqu'elle installe ses *Shoppings Bags*, des sacs en provenance de boutiques de luxe, fruit d'un après-midi de shopping, au cœur d'une exposition collective d'artistes hommes, elle revendique l'acte de consommation comme un acte artistique. Mais elle assume en tant que femme à la fois le désir de consommation et la critique que peut susciter le système

de la mode. À travers cette installation, elle souligne les liens entre superficialité et stéréotypes de genre. Son travail emprunte aux codes féminins pour se déployer dans un univers masculin. En prenant des modèles mannequins féminins comme actrices dans ses films et en leur demandant de polir à la main une voiture par exemple, elle met à distance ces actions et nous interroge sur leur appartenance à un genre. Sans slogan, ni engagement revendiqué, elle renvoie à des clichés sexistes : les voitures appartiennent au monde des hommes, si la femme y trouve place c'est pour mettre en valeur l'objet et le statut de pouvoir pour celui qui la possède. De même, lorsqu'elle installe du maquillage sur des citations d'œuvres conceptuelles des années 60, elle cherche à faire évoluer le monde de l'art qui a été longtemps réservé aux hommes.



Crash Test Rally, 2005.

Vidéo et son, 11'03". Mercedes-Benz Art Collection. © Sylvie Fleury. Vue de l'exposition, Mrac Sérignan. Photo : Aurélien Mole.

Prolongements dans l'histoire de l'art



Vanessa Beecroft, « VB35 performance », 1999. Photographie Mario Sorrenti. Sérigraphie, 550 x 70 cm. Cabinet d'arts graphiques des Musées d'art et d'histoire, Genève, Edition pour Parkett 56

Vanessa Beecroft utilise le corps comme matériau artistique en posant la question de l'image féminine dans la culture contemporaine. Dans ces performances, ces jeunes femmes sont offertes à la contemplation, à l'image de « produits de notre système de consommation »



Tamara Lempicka, « Autoportrait dans une Bugatti verte », 1929. Huile sur toile, 35 x 26.6 cm. Collection particulière. »

Le célèbre autoportrait véhicule l'image consciemment créée par l'artiste peintre. **Tamara de Lempicka** se mesure d'abord aux maîtres anciens qui se représentaient en tenue somptueuse, portant des fourrures, des velours et des objets de valeur. Elle souhaite aussi rivaliser avec les vedettes de cinéma de l'entre-deux-guerres qu'elle admire. Elle sollicite d'ailleurs les mêmes photographes de stars et propose ensuite les clichés aux magazines de mode de luxe.

Le service éducatif du Mrac

Par la richesse de ses collections et la diversité des expositions temporaires, le Musée régional d'art contemporain Occitanie à Sérignan est un partenaire éducatif privilégié de l'école maternelle à l'Université.

Les dossiers pédagogiques

Les ressources sont à télécharger sur le site internet du Mrac dans l'onglet ESPACE PRO/Espace pédagogique. Consultez La collection en ligne dans l'onglet COLLECTION.

La visite enseignants gratuite Mercredi 12 novembre à 14h30

Visite des expositions temporaires de Sylvie Fleury, d'Armelle Caron et d'Anna Meschiari. Visite sur rendez-vous dans le cadre d'un projet. Permanence de Laure Heinen et Jérôme Vaspard, enseignants en arts plastiques les mercredis après-midi.

Formation et réunion académique

Possibilité de réserver une salle gratuitement pour organiser une formation ou une réunion académique, avec visite gratuite du musée.

L'aide aux projets

Aide à la mise en œuvre de projets d'écoles et d'établissements (classe à PAC, classe culturelle, AET Les Territoires de l'art contemporain, résidence ou intervention d'artiste). Pass culture possible.

Téléchargez la Plaquette scolaires avec les expositions et les actions prévues en 2025-2026 sur le site internet du Mrac.

La visite dialoguée

Visite dialoguée de l'exposition temporaire ou de la collection pour permettre aux élèves de progresser dans l'analyse sensible d'une œuvre d'art et de replacer l'œuvre de l'artiste dans un mouvement ou dans le contexte général de l'histoire de l'art.
35 € / classe (30 élèves maximum)

La visite-atelier

Visite découverte pour apprendre à regarder des œuvres d'art contemporain, suivie d'un atelier d'expérimentation plastique permettant de mettre en œuvre les notions abordées.
50 € / classe (30 élèves maximum)
Accueil de 2 groupes de 30 élèves chacun sur le même créneau horaire.

Gratuit : pour les lycéen·nes de la Région, les classes ULIS, SEGPA, les étudiant·es (et les accompagnateur·rices). Les lycéen·nes de la Région bénéficient de la prise en charge des déplacements en bus lycée-musée (aller-retour).

Pass culture

Le Mrac Occitanie propose des offres collectives concernant toutes ses visites et dépose des projets spécifiques, construits avec l'établissement scolaire.

Les demandes de réservations de visites se font obligatoirement par **ce formulaire en ligne :**
<https://mrac.laregion.fr/Demande-de-reservation-scolaire>

Contact

Anaïs Bonnel, chargée du service éducatif
anaïs.bonnel@laregion.fr

Horaires accueil des scolaires

Du mardi au vendredi, de 10h à 18h.
Musée fermé le lundi et les jours fériés.

Musée régional d'art contemporain Occitanie / Pyrénées-Méditerranée

146 avenue de la plage BP4, 34 410 Sérignan
+33 4 67 17 88 95

Tarifs : 5 €, normal/3 €, réduit.

Modes de paiement acceptés, espèces, carte bancaire et chèques.

Réduction : Groupe de plus de 10 personnes, membres de la Maison des artistes.

Gratuité : 1er dimanche du mois, moins de 18 ans, étudiant·es, détenteur·rices du Pass Éducation, demandeur·euses d'emploi, bénéficiaires de minima sociaux, bénéficiaires de l'allocation aux adultes handicapés, personnels de la culture, personnels du Conseil régional Occitanie / Pyrénées-Méditerranée...

Accès : En voiture, sur l'A9, prendre sortie Béziers-centre ou Béziers-ouest puis suivre Valras/Sérignan puis, centre administratif et culturel. Parking gratuit.

En transports en commun, TER ou TGV arrêt Béziers. À la gare : Bus Ligne E, direction Pattes rouges Valras > Sérignan, arrêt Combescur.

Retrouvez le Mrac en ligne :
mrac.laregion.fr
[Facebook](#), [X](#) et [Instagram](#)
[Youtube](#)
[@MracSerignan](#)