

Économie humaine
Espace d'art contemporain HEC



Économie humaine
Espace d'art contemporain HEC

Sommaire, Contents

Avant-propos, Foreword	5
Introduction, Introduction	9
Montage, Making-of	13
Regards critiques, Critical review	39
Exposition, Exhibition	61
Crédits, Credits	169

Lorsqu'en 1999 Paul Dini, ancien élève de la Grande École, incite l'ensemble de la communauté HEC à « apprendre à regarder », il est précurseur et visionnaire. C'est ainsi que depuis plus de quinze ans, l'Espace d'art contemporain HEC favorise les rencontres au sens le plus large. Aujourd'hui, entrepreneurs et dirigeants, écoles et universités n'hésitent plus à promouvoir les confrontations avec les artistes visuels afin de générer audace, créativité et prise de conscience.

Pour cette première exposition collective centrée sur l'économie, nous avons confié le commissariat à Paul Ardenne lequel s'est associé à Barbara Polla. Vingt-deux artistes ont été invités à participer à l'exposition *Économie humaine*. Présentée au cœur du campus HEC, celle-ci s'infiltré dans les lieux de vie, de rencontres, d'études et de travail. Loin des *white cubes* traditionnels, les artistes ont exposé leurs œuvres sous des formes et dans des espaces inhabituels. Pour l'occasion, nous avons également inauguré H/M2D2, un « mini-musée » à durée déterminée qui se situe au rez-de-chaussée d'une des résidences d'habitation des élèves.

Nous ne sommes pas dans un musée ou dans un centre d'art. En revanche, les propositions plastiques sélectionnées s'inscrivent dans le champ artistique... Ce n'est ni de l'économie, ni du management. Les artistes encouragent le visiteur à objectiver le réel et à se questionner avec humour et distanciation au-delà des clichés et des caricatures. N'est-ce pas la mission éducative la plus fondamentale ? Et si, pour les élèves, ce n'était que l'essentiel à retenir de leur passage sur le campus ?

Enfin, le catalogue *Économie humaine* a été pensé comme un prolongement de l'exposition. Il rend compte de cette aventure collective et humaine, en présentant les œuvres dans leur contexte d'élaboration et de monstration. Construit comme un générique pléthorique, ce catalogue tente de mettre en lumière la relation de l'œuvre avec les divers protagonistes impliqués à chaque étape de cette vaste organisation : ceux qui la conçoivent, qui la produisent, qui la présentent, qui l'installent, qui la pensent, qui l'écrivent, ceux dont elle s'inspire et ceux qu'elle inspire, ceux qui la montrent, qui la commentent, qui la corrigent, qui la reproduisent, qui la diffusent, qui la financent...

Merci donc à tous ceux qui, de près ou de loin, ont participé à cette belle aventure.

Anne-Valérie Delval,
Directrice de l'Espace d'art contemporain HEC

When in 1999 Paul Dini, an HEC alumnus, encouraged the whole HEC community to *learn new ways of seeing* by fostering encounters with actors from the world of contemporary visual arts, it was a pioneering, visionary act. Today, initiatives are proliferating, and no one now doubts how important it is in these times for entrepreneurs, managers or students to be exposed to the visual arts.

The curatorship of this first group exhibition, focusing on economy and management, has been placed in the hands of Paul Ardenne, working in partnership with Barbara Polla. 22 artists have been invited. Presented in the heart of the HEC campus, art pieces are exhibited in places where students or visitors live, study and work. A far cry from the traditional *white cubes*, these artists have displayed their works in unusual forms and spaces. To house the more fragile proposals, we have opened up H/M₂D₂, a fixed-term “mini-museum” located on the ground floor of one of the student residences.

This is after all a place of work, meetings and studies, and not a museum or art center. The visual art offerings that have been selected fall within the artistic domain. They have nothing to do with economy or management. The artists primarily designed visual art-forms that encourage visitors to fully assess reality, to question the world around them and to look beyond clichés and caricatures. And isn't that the most fundamental task of education? Couldn't students indeed perhaps see it as the essential thing to remember from their time spent on campus?

The *Human Economy* catalog has been designed as an extension of the exhibition on display. It reflects that collective and human adventure, presenting the works in the context of their preparation and display. Assembled like an oversized set of film credits for the exhibition, the catalog highlights the relationship of the work with the various protagonists involved in all the stages of this vast organization. Those who designed it, produced it, presented it, installed it, thought it through, wrote about it, those who inspired it and those whom it has inspired, those who showed it, commented on it, corrected it, reproduced it, broadcast it, funded it...

So thank you, to all those who have participated, directly or indirectly, in the wonderful adventure of *Human Economy*.

Anne-Valérie Delval
Director of the HEC Contemporary Art Space

L'art contemporain au prisme de l'actualité économique

Cette exposition se propose d'inventorier les rapports que les artistes plasticiens entretiennent aujourd'hui avec le monde de l'entreprise et, plus largement, avec l'économie à l'heure de la globalisation.

Les approches y sont de deux ordres: la saisie « plasticienne » du monde de l'entreprise, de l'économie et de la production; le jeu avec les indicateurs économiques et l'univers de l'entreprise.

L'accent mis ici sur la créativité et le regard des artistes sollicités pour cette exposition tendent à humaniser le monde du travail et de l'économie. Ils restituent à l'homme une place d'acteur conscient, lucide et *concerned*.

Pourquoi cette exposition? Pour signifier que l'économie n'est pas exclue des préoccupations de nombre d'artistes contemporains. Pour signifier, encore, comment la vision artistique de l'économie en vient à « humaniser » celle-ci: en la mimant; en la détournant; en en élargissant, parfois jusqu'à l'absurde, les pratiques; en en faisant un sujet non plus de tension, mais bien de décontraction.

Dans les symboliques de nos sociétés, beaucoup d'importance est accordée au politique et bien moins à l'économie matérielle. Si l'économie ne dirige pas, ou pas toujours, le politique, reste que la dimension économique n'est jamais seconde. Le matérialisme n'existe pas en tant que tel: l'économie, elle aussi, « écrit » une symbolique, elle ne manque jamais de s'inscrire dans des représentations du monde, au-delà de sa réalité concrète. Inévitablement, les artistes s'y intéressent, notamment les artistes plasticiens qui retiennent, dans cette exposition, notre attention.

Curieusement cependant, l'histoire de l'art est chiche d'œuvres consacrées au thème économique. Quand ces œuvres existent, par surcroît, elles sont là surtout pour maudire l'économie. Celle-ci, à travers le travail et l'exploitation matérielle, dégraderait l'humain. Ce bannissement de l'économie est l'un des

thèmes privilégiés du christianisme primitif: le Christ a chassé les marchands du Temple et, ce faisant, a fait valoir le primat du symbolique sur l'économie.

Le protestantisme, on le sait, modifiera en profondeur le rapport à l'économie. Pour un protestant, la réussite économique est conditionnée par la morale religieuse: le succès dans le *Beruf* (travail) est un signe d'élection. Cette requalification positive de l'économie n'induit pas pour autant une création artistique à sa gloire. Les œuvres d'art qui ont trait à l'économie, avant le xx^e siècle, demeurent peu nombreuses: quelques portraits de banquiers dans la peinture flamande; quelques représentations de marchands, de villes et des activités humaines; des vues de marchés, de foires, de ports...

Il faut attendre la modernité pour voir l'économie trouver, dans le champ de l'art, une représentation plus consistante, et plus incisive aussi. Cette représentation suit deux axes: un axe sibyllin (on joue avec l'économie), un axe critique (on dévalue le rôle de l'économie, on le stigmatise).

Pour l'axe sibyllin, citons Marcel Duchamp, qui paie, en 1919, son dentiste avec un chèque qu'il dessine, ou Yves Klein, avec ses *Zones de sensibilité picturale immatérielle* – des feuilles d'or sont échangées contre un simple bout de papier mentionnant la transaction. Encore, la fameuse série des *Merda d'artista* de Piero Manzoni, quelque 90 boîtes de conserve, dans lesquelles ce facétieux créateur italien a mis ses excréments, vendues au poids de l'or...

Quant à l'axe critique, celui-ci met en valeur l'idée que l'économie est au fondement de l'inégalité matérielle et par conséquent sociale entre les humains. Toute une peinture « sociale », favorisée notamment par l'idéologie communiste, fleurit sur ce concept, portraiturant des travailleurs exploités dans des lieux de travail dégradants. L'économie ainsi représentée? Une calamité humaine.

Quid enfin de l'économie quand on est artiste plasticien aujourd'hui? Le point de vue des artistes a mûri: il se défie des caricatures et des simplifications. Lucide, pondéré souvent, engagé parfois, l'artiste entend d'abord témoigner de ce qu'est «l'économie». Au-delà des clichés, il goûte aussi de jouer avec l'économie, en en détournant les principes, notamment au travers de l'art participatif et en créant des circuits économiques parallèles. L'art produit ainsi une modulation singulière du rapport de l'homme contemporain au matérialisme: il rematérialise l'économie sous des formes déviées et nous convie à mieux regarder l'économie réelle. L'artiste fait ici la preuve qu'il n'est ni médusé ni dépassé par l'économie. Il adopte une position d'acteur, à sa mesure et avec ses propres armes.

Paul Ardenne, commissaire
Barbara Polla, commissaire associée

Contemporary art through the prism of economic actualities

This exhibition has been set up to explore how today's artists relate to the business world, and more generally, to the economic sphere, in the age of globalisation.

Two approaches are evident: — An artistic capture of the business world, the economy and the production. — Games with economic indicators and the world of business.

The emphasis put on creativity and on the vision of the artists contacted for this exhibition help humanise the world of work and the economy. They reinstate human beings as conscious, lucid and concerned players.

Why this exhibition? In order to demonstrate that the economy is not absent from the concerns of many contemporary artists. And in order to show how the artistic vision of the economy eventually “humanises” it. By imitating it, by subverting it, sometimes by broadening its practices to an absurd extent, by making it a subject not of tension but of relaxation.

In the symbolic systems prevalent in our societies, a great deal of importance is accorded to politics, but much less to the material economy. If the economy does not, or not always direct politics, the economic dimension is nonetheless never secondary. Materialism does not exist as such: the economy, too, “writes” its own symbols and its own symbolism, and never fails to be inscribed in representations of the world, beyond its concrete reality. This can explain why a certain number of artists tend to be interested in it – in particular, the artists we have chosen for this exhibition.

Curiously, however, works based on economic themes are rare in art history. And when such works are found they often aim at blaming the economy, arguing that labour and material exploitation degrade humanity. Banishing the economy is one of the themes of early Christianity: Christ drove out the merchants from the Temple and, in so doing, affirmed the primacy of the symbolic over the economic.

As we know, Protestantism deeply changed our relation to the economy. For Protestants, economic success was conditioned by religious morals: success at *Beruf* (work) was a sign of election. This positive redefinition of the economy did not mean, however, that art suddenly started paying homage to it. Only a handful of works were produced on the subject of the economy before the 20th century: a few portraits of bankers in Flemish painting; a few representations of merchants, cities and human activities; views of markets, fairs and ports.

It was not until the coming of modernity that the economy began to be more substantially – and also incisively represented in the field of art. This representation took two directions: a sibylline direction (playing with the economy) and a critical direction (its role was devalued, stigmatised).

On the sibylline axis, we might mention Marcel Duchamp, who, in 1919 paid his dentist with a cheque that he had drawn himself, and Yves Klein, with his *Zones of Immaterial Pictorial Sensibility* – a gold leaf exchanged for a simple piece of paper mentioning the transaction. And, of course, the famous series of *Merda d'artista* by Piero Manzoni, – some ninety cans which the facetious Italian prankster filled with his excrement and sold for their weight in gold.

As for the critical axis, it put forward the idea that the economy was the root cause of materialism and, therefore, of social inequality between humans. A whole world of “social” painting, driven in part by the communist ideology, grew up on this concept, depicting exploited workers in degrading workplaces. The economy as a human calamity.

How do artists consider the economy today? The views of artists have matured. They are wary of caricatures and simplifications. Lucid, often measured, sometimes engaged, artists today are concerned above all to show the nature of the economic sphere. Going beyond clichés, they also enjoy playing with economic themes, subverting economic principles, and

also creating parallel economic circuits, notably by means of participatory art. Art produces a singular mutation in the relation of the contemporary man to materialism. It rematerializes the economy in deviated forms. It invites us to pay more attention to the real economy. The artists here demonstrate that they are neither hypnotised nor mystified by the economy. Their position is active, on their own scale, using their own weapons.

Paul Ardenne, curator
Barbara Polla, associate curator

Alice Adaine, Thibault Annunziata, Martine Ayeau-Beauplet, Jean-Baptiste Bazot, Kévin Beaupère, Nouredine Beji, Tayeb Belgacem, Fabrice Bourgeois, Frédéric Bracke, Stéphane Brenot, Frédéric Bronzard, Éric Burdeyron, Louis Chevillotte, Maxime Chevillotte, Isabelle Cure, Guillaume Delagrang, Pascal Delagrang, David Delavacquerie, Mathieu Delaveau, Anne-Valérie Delval, Yann Dumoget, Nicolas Etchenagucia, Nicolas Ferreira, Benjamin Ferry, Michel Fillon, Olivier Flahaut, Ludovic François, David Gautier, Yann Gazio, Jean-Luc Georges, Stéphane Godiveau, Pascal Guichard, Sean Hart, Pascal Labreuil, Patrice Lahaye, Florent Lamouroux, Patrick Latimier, Tuomo Manninen, Henrique Martins Peixoto, Hélène Maslard, Helder Matias, Christophe

Mery, Éric Morand, Christophe Olle, Alberto Orta, Estela Orta, Mathieu Ouasseni, Éric Pérez, Guillaume Racine, Jordan Remy, Cédric Ribu, Andrea Rinaudo, Fabien Rivet, Aurélie Rousseau, Gilles Ruillet, Benjamin Sabatier, Abdelkrim Seddiki, Julien Serve, Pascal Toujas, Bruno Treca, Édouard Vernez, Amélie Vogel.



























Carl Andre, Paul Ardenne, Michel Baveroy, Gian Lorenzo Bernini (Le Bernin), Luc Boltanski, José Bové, Édouard Boyer, George Brecht, Bernard Brunon, Étienne Cabet, John Cage, Ève Chiapello, Christ (Le), Gustave Courbet, Plamen Dejanov, Marcel Duchamp, Jean-Marc Ferry, Robert Filliou, Dan Flavin, Fred Forest, Viviane Forrester, Bruno Frey, Bill Gates, Renaud Gaucher, Jacques Généreux, Giotto, Alan Greenspan, Marie-Ange Guilleminot, Alexandre Gurita, Keith Haring, Friedrich Hegel, Svetlana Heger, Damien Hirst, Laurent Hocq, Marc Horowitz, Fabrice Hybert, Thomas Jefferson, Raphaële Jeune, Nam June Paik, John Kelsey, Jean Kerbrat, Naomi Klein, Yves Klein, Jeff Koons, John Latham, Isabelle Laurent, Matthieu Laurette, Richard Layard,

Édouard Leclerc, Jean-Pierre Lefebvre, Gilles Mahé, Karl Marx, Aleksandra Mir, Ghislain Mollet-Viéville, Takashi Murakami, Roger Nifle, Claes Oldenburg, Orlan, Pablo Picasso, Pierre-Joseph Proudhon, Paul Robert, Saint-Simon, Sainte Marthe, Manuel Saiz, Joe Scanlan, Joseph Aloïs Schumpeter, Arturo Schwarz, Guy Sioui Durand, Adam Smith, Alberto Sorbelli, Wolfgang Spindler, Daniel Spoerri, Olivier Stévenart, Barbara Steveni, James Tobin, Yann Toma, Antonio Torrenzano, Vrem Tudor, Daniel Tzanck, Liliane Viala, Wolf Vostell, Marc-Olivier Wahler, John Walker, Andy Warhol, Christiane Zentgraf.

Paul Ardenne

L'économie humaine? Une affaire artistique, aussi

Le concept « d'économie humaine », en soi, est aberrant : toute « économie », de facto, est en rapport avec l'humanité – ses besoins, sa production, ses envies, sa consommation de biens, de produits et de services. L'étymologie du terme économie, *Oikos Nomos* (la « loi de la maison »), le dit assez : l'économie, c'est tout ce qui engage à la fois la vie et la survie matérielle au plus près de l'existence concrète.

Une idée toujours plus revendiquée

L'« économie humaine », pour autant, devient un concept élaboré à compter des Lumières et, dans la foulée, avec l'entrée dans l'ère industrielle.

Les Lumières

On s'y pose la question du bonheur comme but de la vie – cette « recherche du bonheur » sera bientôt inscrite, en 1776, dans la Déclaration d'indépendance des États-Unis d'Amérique¹. Dans cette quête du bonheur, la place de l'économie devient dominante. Plus question de privation ou de potlatch, plus question de manque ou de gaspillage, l'usage des biens économiques doit être régulé, raisonnable, pacifié, dans une perspective arcadienne.

L'entrée dans l'ère industrielle

Les produits de l'homme deviennent plus abondants, de moindre coût, toujours plus diversifiés, toujours plus adaptés aux attentes humaines, tandis que le besoin laisse bientôt place au désir et induira, à moyen terme, une pratique de consommation hyperbolique adossée à la publicité. Dans ce cadre contradictoire – la « recherche du bonheur » prône initialement la modestie là où le potentiel industriel induit, lui, la surconsommation –, une « économie humaine » est une organisation qui se maîtrise, se quantifie à l'aune de besoins suffisants mais partagés, distribués entre tous, sans revendication rapace ni appel à l'excès.

La fin du xx^e siècle

L'« économie humaine » devient plus qu'un concept : un combat. L'heure est à la panique écologique, à la surconsommation, à la pénurie des ressources, aux inégalités croissantes et

mondialisées, au chômage de masse aussi. Rien ne va plus. Le beau libéralisme primitif d'Adam Smith a accouché du néolibéralisme et de sa coupable ferveur hyperspéculative. Le généreux socialisme primitif des Saint-Simon, Cabet et autre Karl Marx a viré à la catastrophe matérielle et à la barbarie d'État.

L'économie? Elle inspire alors, surtout, « l'horreur » (Viviane Forrester, *L'Horreur économique*), le dédain pour la culture de consommation, d'entreprise et de marque (Naomi Klein, *No Logo*), l'aspiration à une redistribution radicale des biens et du contrôle – altermondialisme, décroissance, mouvements de type Occupy Wall Street...

Les partisans de « l'économie humaine » se font plus nombreux. Ils en appellent, de manière pressante, qui à « l'économie solidaire » (commerçants « équitables »), qui à « l'économie communautaire » (Roger Nifle²), qui, dans une perspective post-bouddhiste de respect de la planète et des personnes (voire des animaux), au nécessaire passage à « l'économie du bonheur » (Bruno Frey, Richard Layard, Renaud Gaucher), qui à la mise sous tutelle de l'économie libérale (recommandations, en septembre 2009, de la Commission Stiglitz-Sen-Fitoussi sur la mesure des performances économiques et du progrès social et sur la validation de « nouveaux indicateurs de richesse »), voire carrément et en coupant au plus court... à « l'économie humaine » – Jacques Généreux³.

Où l'art entre en jeu

De tout temps, les artistes, quel que médium d'expression qu'ils aient choisi, ont parlé de

¹ « Nous considérons comme absolues ces vérités : que les hommes sont créés égaux, qu'ils sont investis par leur Créateur de certains droits inaliénables parmi lesquels figurent la vie, la liberté et l'aspiration au Bonheur » (4 juillet 1776, rédacteur principal, Thomas Jefferson).
² Président de l'Université de prospective humaine. Auteur, notamment, de *L'Humanisme méthodologique* (journal.coherences.com), directeur scientifique de l'Institut cohérences (institut-coherences.fr).
³ Professeur à l'Institut d'études politiques de Paris et président de l'Association internationale pour l'économie humaine.

leur époque, lui ont donné une représentation, s'en sont servi pour créer. Dans un univers globalisé, le nôtre, où l'économie prend une place considérable au point de déclasser la décision politique, cette même économie ne peut que devenir un sujet de prédilection pour un nombre d'artistes toujours plus important. L'artiste égyptien antique glorifie, par ses œuvres, Pharaon; l'artiste chrétien du Moyen-Âge, le Christ; l'artiste de l'âge classique, les figures de l'aristocratie, puis de la bourgeoise; l'artiste des xx^e et xxi^e siècles, toujours plus, pour sa part, l'univers de l'économie, qu'il appréhende sans complexe en tous ses aspects. D'où l'apparition de ce que l'on appellera bientôt, d'un terme synthétique mais explicite, l'*Economics Art*, l'art appliqué, en priorité, à donner une représentation de l'économie: la représentation de ses actions, de ses acteurs, de ses champions, de ses victimes, de ses mécanismes, de ses effets, sans thématique exclusive.

Economics Art

Sous cette étiquette, on regroupera donc les formes artistiques dont le propos élit pour objet l'économie réelle, un type de création revêtant par extension une nature politique (*economics*, en anglais, l'« économie politique »). Durant le xx^e siècle, l'*Economics Art* aura pris des tours divers: confrontation des artistes à la notion de production, jeu avec la valeur matérielle, mise en place d'échoppes ou d'entreprises, implication personnelle dans le circuit économique, militantisme *No Profit* ou parasitisme...

La période récente, celle du néolibéralisme triomphant, consacre l'*homo economicus*. Elle intensifie, de concert, l'*Economics Art*. Elle le banalise aussi, voire ébranle sa portée. Et rend propice, en conséquence, d'en questionner la qualité: est-il un effet du *Zeitgeist* (esprit du temps), une subversion réelle, ou un académisme de circonstance? Il assujettit l'art à un propos dont l'économie est à la fois le sujet et l'occasion d'une formulation plastique – ce faisant, l'*Economics Art* florissant de ce début de siècle n'accomplit plus rien d'original.

Loin d'innover, l'artiste œuvrant aujourd'hui dans l'orbite de l'« économique » est un héritier: il continue une tradition bien assise et aux multiples acteurs, que ces derniers se nomment Marcel Duchamp (le *Ready-made*, le *Chèque Tzanck...*), Yves Klein (les *Zones de sensibilité immatérielle*) et Andy Warhol (la *Factory*) ou

qu'ils aient pris, dans le passé, la forme de collectifs tels que *General Idea*, parmi d'autres.

S'il cherche un « motif », l'artiste contemporain le trouvera naturellement dans le spectacle ou la fréquentation du monde économique. Souci majeur de l'époque, l'économie est à l'art d'aujourd'hui ce que le nu, le paysage ou le mythe du nouveau furent, en leur temps, au néoclassicisme, à l'impressionnisme et à l'avant-garde: autant un mobile de création qu'un thème au goût du jour. Que se multiplient les expositions consacrées à ce sujet (*Pertes et profits*, *Capital*, *Trans_actions*, biennales des Ateliers de Rennes⁴... ces dernières années pour la seule scène française), c'est là l'effet d'une équation logique: à société dominée par l'économie, *ars economicus*, art qu'irrigue, oriente, façonne un questionnement de nature économique.

L'âge médiéval, hanté par le salut, généra lui une création plastique d'essence métaphysique; la Renaissance, que titillait la question de la position de l'homme dans l'univers, un art de la perspective; la modernité, obsédée par la liberté, un art de connotation radicale porté à s'affranchir de toutes les règles. L'art de l'ère néo-libérale ouvre, plus qu'aucun autre, un moment esthétique de l'art comme mise en scène ou comme répétition formelle de l'économie réelle.

L'art de la marchandise au management

Le rapport de l'artiste au monde économique, ces dernières décennies, a évolué de manière sensible. En toute cohérence, c'est au nom d'abord de la notion de marchandise que se nouent les liens génériques entre économie et artiste. Ce dernier, notamment, se pique d'écouler sa production en créant ses propres structures de distribution: citons, entre 1960 et 1980, la Cédille qui sourit, magasin-atelier ouvert par Filliou et Brecht à Villefranche-sur-Mer; la *Factory* d'Andy Warhol; le *Pop Shop* de Keith Haring...

4 Pour ces dernières, notamment l'édition 2008, confiée au commissariat de Raphaële Jeune et l'association Art to be qu'elle dirige alors: « Valeurs croisées se propose d'interroger les relations entre l'art et l'entreprise sur le mode de la rencontre, en abordant une problématique partagée par ces deux champs de production: la création de valeur par le travail.

Toute activité de production génère de la valeur, mais ce processus est-il le même dans le champ de l'industrie des biens et des services et dans le champ de l'art? Quelles en sont les différences et les similitudes? Que se passe-t-il lorsque les producteurs de ces deux secteurs s'interrogent sur ce principe, en considérant les logiques économiques à l'œuvre dans la société contemporaine? »

Première elle aussi par ordre d'apparition, une autre façon de lier art et économie est tributaire de la notion de valeur travail, l'artiste retroussant dans ce cas ses manches dans l'espérance d'un profit matériel immédiat: *Le Baiser de l'artiste* d'Orlan (« *Cinq francs le baiser... Un vrai baiser d'artiste à un prix populaire* »), les « passes » d'Alberto Sorbelli se prostituant lors de vernissages d'exposition.

Dépassant le statut de l'authentique prolétaire qui n'a pour lui que sa force de travail, l'artiste peut aussi qualifier sa prestation, proposer des services spécialisés à telle ou telle entreprise, bref revendiquer une compétence spécifique le distinguant du manoeuvre. L'exemple majeur d'une telle inflexion est fourni par l'Artist Placement Group (APG) britannique, actif entre 1966 et 1989. Pour John Latham et Barbara Steveni, initiateurs de ce groupe, la figure « incidente » qu'est d'ordinaire l'artiste dans le monde social se doit d'être intégrée à la production, et rien ne justifie qu'on lui aménage une niche – ses membres officieront diversement dans les postes, le rail, l'Esso Petroleum Co Ltd ou encore les mines du Royaume-Uni. L'artiste, une fois « placé », devient un employé et apporte à l'entreprise sa propre vision du monde. Il intervient dans les choix de l'entreprise et peut infléchir certaines décisions managériales, en un mixte d'activation et d'esthétisation de l'économie.

Le stade ultime de cette intégration graduelle de l'artiste au circuit économique, c'est celui du management direct, sous forme de créations d'entreprises ou de structures prestataires spécialisées. Si l'on excepte les *Obligations pour la roulette de Monte-Carlo* (1924) de Duchamp, la grande période de ces créations prend corps avec les années 1980-1990, la perspective étant alors de tirer l'art hors de la sphère séparée où l'inscrivent une institutionnalisation croissante et son insertion, devenue mécanique, dans l'industrie culturelle.

Deux types d'« entreprises » voient le jour. D'une part, l'entreprise fictionnelle, où l'artiste « joue » au manager et au jeu de l'économie réelle avec une intention de représentation diversement spéculaire ou critique: Banca di Oklahoma Srl, Ingold Airlines, McJesus Chain, Kostabi World... D'autre part, l'entreprise authentique, où l'artiste se met, cette fois, en phase avec une production qui dépasse l'économie du signe et voit ce dernier converti en objet échangeable sur

le marché des biens: Int. Fi\$h-handel SERVAAS & Zn. (Servaas Schoone, Hollande), Atelier Van Lieshout, UR Sarl...

Largement signalée dans les formes les plus récentes d'*Economics Art*, cette accession de l'artiste au statut de manager implique, au concret, une représentation stricto sensu *sociale*. L'artiste, devenu un fervent saint-simonien, s'élève de son propre chef au rang d'« organisateur ». Sa participation à la production et à la capitalisation de la plus-value générale n'est plus l'effet d'une dépendance au système, mais de sa capacité à s'en emparer. Pour ses *Unités collectives de travail* (UCT), ventes d'éléments de mobilier de bureau réaménagés par ses soins, Laurent Hocq coopère avec la firme Buro Market et se rémunère à la commission – de 5 à 30 % selon le contrat. Les membres bordelais de Zébra3, initiateurs de *Buy-Sellf*, élaborent un catalogue d'objets d'artistes que l'on peut acquérir par correspondance ou sur Internet...

Militants, penseurs, « meilleurs »

À s'en tenir aux apparences, cette vitalité de l'*Economics Art* donne l'impression de sceller la parfaite complémentarité entre, d'un côté, la création artistique et, de l'autre, une société dorénavant dominée par l'économie, où tout – ou peu s'en faut – se résout de manière comptable ou au nom d'impératifs matériels. Précisons d'emblée que cette complémentarité est le plus souvent peu pacifique, sinon polémique: si l'artiste fait valoir une compétence, il est aussi porteur d'un point de vue d'esprit résolument contestataire. S'attelant à sa petite entreprise, l'artiste adepte de l'*Economics Art* s'imprègne conjointement des traités sapientaux de la nouvelle économie, et ce dans une perspective militante – lecture au plus près, verset après verset, du *Nouvel esprit du capitalisme* de Luc Boltanski et Ève Chiapello. De même que Courbet lisait Proudhon; Le Bernin, *Le Prince*; ou Giotto, la Sainte Bible.

Militant pour un salaire d'artiste et proche des théories redistributives de Jean-Marc Ferry – à l'instar des initiateurs de Bureau d'études ou du Syndicat potentiel –, l'adepte de l'*Economics Art* a des idées sur ce que doit ou devrait être l'économie. En matière de débat, ses options s'ancrent, en général, à gauche, inscrites dans la grande tradition moderniste du refus: activisme pétitionnaire en faveur

de la taxe Tobin et pour l'extension du domaine de la gratuité, faveurs portées à l'économie du partage, Linux et non Windows et le copyleft plutôt que le copyright, la libre circulation Internet contre les portails d'accès payant... Pas d'économie sans éthique, plaide l'artiste « économiste », tandis qu'il n'a de cesse de fustiger la nouvelle barbarie néo-libérale et sa violence sécularisée, tant locale (la précarisation des statuts) que planétaire (l'écrasement du Sud, la marchandisation du monde).

Se donnant à la tâche d'introduire, via l'art, pensée et humanisme dans le monde des affaires, l'artiste *Economics Art* se veut plus qu'un des derniers Mohicans néo-keynésiens égarés parmi les loups de l'ultracisme libéral – figure keynésienne dorénavant à la marge qu'activerait le seul vœu pieux d'une refondation théorico-civique. Son désir, en l'occurrence, c'est aussi d'accéder au statut de « meilleur », pour reprendre un terme emprunté justement à Boltanski-Chiapello.

Au sein de la société dite « connexionniste », modèle actuellement prédominant d'organisation sociale dont le fondement est le réseau, l'exclusion est moins affaire de bas revenus que d'isolement, moins question de pauvreté au sens strict que de non-représentativité. Exister, à l'heure du *connexionnisme*, ce n'est pas tant être qu'être relié et, si possible, reliant: celui qui, mieux qu'appartenir au réseau, l'active aussi, en réunit les différents agents autour d'un projet, d'une idée, d'une hypothèse de vie ou de production. Tandis que l'on n'a de cesse de faire valoir l'art comme fabrique du lien social et l'artiste comme « opérateur » de socialité, ce souci du « maillage » propre à maintes démarches *Economics Art* explique le renouveau des esthétiques dites « relationnelles » constaté durant les années 1990, dont nombre d'entre elles veulent opérer sur le terrain de l'économie – Fabrice Hybert, avec son *Hybertmarché* installé, en 1995, au musée d'Art moderne de la ville de Paris, s'en tenant encore au stade du mime.

L'interactivité parée de toutes les vertus

Qu'il œuvre dans le champ de l'économie ou autre part, l'artiste cherche à incarner ce « maillage » que l'on veut croire légitime du fait de son apparence démocratique et de l'impression qu'il donne de favoriser, à bon compte, la fusion sociale. Cela sans toujours voir combien l'idéologie du

« maillage », derrière l'apparence séductrice, pourrait bien être un élément clé des dispositifs d'aliénation propres au « nouvel esprit » de ce capitalisme néo-libéral que l'on fustige pourtant à tout va de façon parallèle.

Après le mythe de la « participation », que défendent les libéraux des années 1970 (un moderne « Enrichissez-vous ! »), celui de la « fusion », grande lubie des patrons des années 1990-2000 (« Tous unis pour de nouveaux défis ! »), idéologie de la « fusion » voyant la société domptée consentir à son statut acritique comme à son devenir marchandise, et s'affairer de manière servile pour les consolider.

Parasitisme et découplage

Duchamp et son *Chèque Tzanck* (1919): la scène se passe chez un dentiste, un certain Daniel Tzanck. Au moment du règlement des soins, « *J'ai demandé la somme, raconte Duchamp et j'ai fait le chèque entièrement de ma main, j'ai mis longtemps à faire les petites lettres, à réaliser quelque chose qui ait l'air imprimé – ce n'était pas un petit chèque. Et j'ai racheté ce chèque, vingt ans après, beaucoup plus cher que ce qui était marqué dessus !* »

Devenant émetteur automatique de monnaie fiduciaire – un peu comme Picasso, au restaurant, payait son repas en dessinant sur la nappe –, rhabillé de surcroît en spéculateur, l'artiste exploite, pour la changer en or, la plus-value symbolique culturellement attachée à l'objet d'art. Duchamp n'en restera pas là. John Cage en fut le témoin médusé que l'on sait: après avoir tâté de la plus-value au terme d'une édition fort rémunératrice de *readymades* réalisée avec Arturo Schwarz, Duchamp, utilisant le *readymade* comme pur objet de commerce, « *signait tout ce qu'on lui demandait de signer* », raconte Cage.

Comme il le relève (pour le regretter, en bon idéaliste), cette signature n'est plus celle de l'artiste, mais celle de l'artiste devenu un véritable *businessman*. Et le mécanisme qui l'autorise, de l'ordre du reniement et du don de soi au matérialisme, la base d'une incontestable réussite en ce qui concerne l'*Economics Art*.

Duchamp, sans vergogne, abandonne un registre pour l'autre. Reste-t-il en apparence dans le champ de l'art? Il le déserte, à dire

vrai, il évacue le territoire du symbole pour se concentrer tout uniment sur la matière. Cette manière cavalière de procéder, qui paye au concret, on la retrouve aujourd'hui, à peine revisitée, chez les seuls artistes *Economics Art* qui se comportent en profiteurs, en exploitants du système: ceux pour qui ce n'est pas l'« art » qui importe, mais bien d'abord l'argent.

Au tournant des années 2000, Matthieu Laurette lance un appel au don tout en montant, avec l'agent d'art parisien Ghislain Mollet-Viéville, l'opération « Nourrissez un artiste pour moins de cent francs ». Édouard Boyer, à partir de 1999, met en place la BIO-Taxe, système de don nourri du principe de « BIO-assistance » auquel souscriront bientôt des entreprises telles que Nova ou OPA, qui s'engagent par contrat à verser à l'artiste 0,5 % de leurs revenus.

De telles prestations, qui sanctifient la figure de l'artiste parasite, ont pour elles leur clarté conceptuelle, en plus de leur efficacité. Leur principal défaut, en retour, est de ne pouvoir être longtemps multipliées, à plus forte raison si l'artiste n'a pas de pedigree. Gilles Mahé, qui échafauda diverses stratégies pour se faire entretenir, s'en rendit compte à maintes reprises. Par exemple lorsqu'il demande au ministère de la Culture de payer ses impôts directement au ministère des Finances: une requête, pourtant formulée sous les auspices de l'art conceptuel, qui restera sans effet...

Quelle que soit la « valeur » de l'*Economics Art*, force est, en somme, d'accréditer l'indéniable existence, le concernant, d'un découplage. Sauf à se faire parasite, l'artiste *Economics Art* doit admettre la précarité de sa condition d'acteur. Se colletant avec l'univers de la production, il joue un ébranlement qui n'ébranle pas grand-chose: la production continue. S'engageant en faveur de l'efficace, il génère surtout de l'efficacité réduite au minimum: quoi qu'il entreprenne, du fait de sa position isolée, il reste moins efficace que le système économique, et y demeure un acteur de second plan. De là, le découplage. Bien que marié à un système qui alimente conceptuellement son art, il lui faut endurer de ne jamais participer à plein à celui-ci. C'est là où l'artiste *Economics Art* devient l'équivalent de l'employé en milieu néo-libéral. Quelqu'un, certes, enrôlé par le système, qui s'y intègre et s'investit dans le challenge économique courant.

Mais quelqu'un, à telle enseigne, à qui son entreprise vient signifier, à chaque sursaut de la conjoncture, qu'il pourrait aussi bien n'être qu'un accessoire. Un « bouffon »? Peut-être, sachant toutefois que la bouffonnerie a toujours eu pour fonction, dans son rapport au pouvoir réel, d'ironiser sur ses défauts, ses dérives, ses anomalies, de manière communicationnelle de surcroît.

L'art prestataire

L'éclatement des pratiques artistiques et l'élasticité totale de la notion d'œuvre d'art que consacrent la fin de la modernité, puis la postmodernité expliquent l'émergence de créations artistiques hors norme, échappant aux critères de genre ou de style. On citera parmi celles-ci les formes d'art prestataires, de plus en plus courantes dans la sphère de l'*Economics Art*.

Le recours à la « prestation » donne à l'artiste un avantage immédiat, dans la mesure où il est de toute façon acteur, entrepreneur, quelle que valeur que l'on accorde à son geste: en système démocratique, la coprésence physique au réel (l'artiste est parmi les humains) se justifie d'office – l'initiative, en démocratie, est libre.

De la « prestation » (du latin *prestatio* issu de *prestare*: « fournir »), le dictionnaire dit ceci: « action de fournir ». Étymologiquement, l'artiste prestataire est un « fournisseur ». Rien d'extraordinaire à cette qualification: réaliser une peinture, une sculpture, une vidéo, puis les exposer, c'est bien « fournir » quelque chose.

Quand l'artiste devient-il « prestataire » au sens strict, celui de la fourniture de nature économique? Quand il rend un service, on l'a dit. Quand l'œuvre d'art qu'il propose à un tiers prend la forme d'une transaction, celle de la livraison ou d'un échange de compétences. Rien de subversif. L'artiste « prestataire » adopte purement et simplement les us et principes qui caractérisent l'économie des services – un modèle d'économie devenu hégémonique avec la tertiarisation de l'activité des sociétés postindustrielles, où vit, au tournant du XXI^e siècle, plus d'un terrien sur deux. Une telle inflexion pratique, au regard du monde concret, est *logique*: elle n'est pas autre que symétrique aux activités de la production telle quelle, plus complémentaire que subsidiaire.

« Fournir »

Au public, à quiconque se trouve mis au contact du monde de l'art. Mais « fournir » quoi? L'artiste qui s'adonne à l'art « prestataire » exécutera, valorisera un geste plutôt qu'une « forme ». Ce geste est dédié: il s'adresse de manière explicite au spectateur et par extension, le plus souvent, à n'importe qui, au-delà de la seule sphère restreinte du monde de l'art. Ce geste est un geste de service. L'artiste qui l'exécute rend un service qualifié, d'une nature toujours précise.

Lors de l'édition 1997 du *Skulptur Projekte Munster*, manifestation de sculpture publique en milieu urbain, Marie-Ange Guilleminot fait installer, dans une rue de la cité westphalienne, un édicule circulaire de bois conçu pour accueillir les piétons. À la base de cette construction éphémère, des trous où l'on peut s'asseoir ont été ménagés, pour que les occupants puissent y passer leurs pieds, que l'artiste masse. Voici d'autres propositions empruntées aux années 2000, à dessein choisies pour leur nature variée:

- Concept Food (Isabelle Laurent et Wolfgang Spindler) organise, à travers l'entreprise Soup' Mix, des dîners. Dans l'univers cénobitique que met en œuvre Concept Food, l'artiste se fait SJ (*Soup Jockey*). Finalité: mettre en phase une relation d'agrément.
- European Art Moral Owner (Manuel Saiz, Grande-Bretagne) met sur le marché la « propriété morale » d'œuvres d'art signées d'artistes tels que Dan Flavin, Carl Andre, Jeff Koons, Marcel Duchamp ou encore Andy Warhol. EAMO, ce faisant, génère un nouveau type de collection artistique où l'on n'acquiert plus l'œuvre, mais sa représentation « morale », « essence inaliénable, incorruptible et intangible » certifiée par l'enregistrement de la transaction d'achat auprès d'EAMO. Finalité: élargir le champ de l'accès à l'art, faire dériver le sentiment de propriété artistique vers des propriétaires requalifiés comme tels par rapport à la norme classique de la propriété artistique.
- La World Sunset Bank, comme le suggère sa raison sociale, se présente comme une banque de dépôt. L'avoir bancaire est constitué d'un matériau unique: les images – par excellence « le cliché du cliché » – de couchers de soleil apportées par les déposants. Finalité: constituer une base d'archives thématiques; susciter, par extension, une réflexion sur l'esthétique populaire, ses représentations et ses modèles fétiches.

- Ayant choisi comme fonction sociale celle de « Fournisseur des musées », Soussan Limited s'est spécialisé dans la livraison de prestations ou de mobilier adapté aux musées ou aux centres d'art. Entre autres facilités, Soussan Limited met aussi à disposition, à qui le souhaite, un service de messagerie d'un genre particulier, en recourant au coureur à pied Paul Robert: « *Artiste-coureur de fond, Paul Robert vous propose un service de messagerie par coursier à pied. À l'heure du courrier électronique trop vite expédié et trop vite lu, prenez le temps de laisser courir* ». Écologique, totalement dénué de parasitage technologique et éthiquement fiable, Porteur Spécial est un service Soussan Ltd labellisé par l'estampille « no petrol ». Finalité: le service spécialisé et personnalisé.

- Vrem Tudor, en Roumanie, crée le Club des pêcheurs, à but non lucratif. Son objectif: valoriser la pratique de la pêche. Finalité: la mise en valeur du principe associatif⁵.
- Calais-Kerbrat. On gagne au change: Jean Kerbrat, en 1999, organise à Calais un troc d'un genre particulier. Il y offre gracieusement ses compétences d'artiste. « *Prêtez-moi un de vos objets pendant un mois (une fiche de dépôt vous sera remise). Je le transformerai gratuitement. Il sera exposé parmi tous les autres à la galerie de l'ancienne poste, 13 boulevard Gambetta à Calais, où vous pourrez ensuite le récupérer signé avec sa plus-value! [...] L'objet déposé par chaque particulier dans le cadre de l'exposition de Jean Kerbrat subira une transformation et sera soumis à un acte artistique* ». Finalité: offrir de la plus-value, *artialiser* l'univers quelconque des objets courants⁶.
- Marc Horowitz, en 2007, est approché en tant qu'artiste par la Nissan Corporation, qui lui demande de concevoir une campagne nationale de publicité pour la promotion de la nouvelle Nissan Sentra – photographies, dessins, travaux écrits, performances.

Pour dépareillés qu'ils soient, les exemples listés ici montrent que l'art prestataire, s'il est inventif, se révèle aussi, le plus clair du temps, séditieux (en intention, du moins), ou en rupture avec l'usage. La prestation proposée n'est pas courante et peut légitimement étonner.

⁵ Le catalogue de BDP 2004 (« Biennale de Paris » 2004), lancée par l'artiste franco-roumain Alexandre Gurita, liste un nombre important d'activités artistiques prestataires. Version papier en autoédition, version numérique consultable (biennaledeparis.org).

⁶ L'opération Calais Kerbrat On gagne au change a eu lieu au Channel scène nationale, à Calais, du 19 novembre au 19 décembre 1999. Cf. Paul Ardenne, « Calais Kerbrat. On gagne au change: tyranniser la plus-value », *Parpaings*, novembre 1999.

Elle échappe autant que faire se peut au catalogue des activités humaines ou vient, à celui-ci, rajouter quelques entrées, en général inattendues, dans certains cas burlesques. Si l'artiste prestataire entend être un entrepreneur comme les autres, gageons que l'offre qu'il propose ne soit valide qu'à opérer en porte-à-faux, à part des pratiques professionnelles établies.

L'art prestataire a le culte du brouillage, plus que celui de la stricte intégration. Offre identifiable et attractive, oui, mais ayant vocation à être surprenante. Impératif de diverger du tout-venant de l'offre prestataire sous peine de se dissoudre dans le catalogue des activités courantes, et de se renier.

Une pratique d'engagement critique

Le recours à la prestation de services comme geste artistique est hérité de la modernité. Celle de Fluxus avant toute autre (à partir de 1961), lorsque Daniel Spoerri organise repas ou trocs collectifs; Robert Filliou, des ateliers de création ou de détente; Wolf Vostell, des *citytours* en autobus à Cologne ou à Paris; Nam June Paik, des promenades à pied dans New York – les fameux Fluxtours, sur le modèle de la randonnée urbaine situationniste.

La « prestation », dès les années 1970, est encore au cœur de l'activisme d'artistes que porte le désir de façonner une esthétique qui « ne marche pas à seul sens » (du créateur vers le spectateur seulement), et qui ménage la possibilité d'un échange immédiat. Fred Forest, que mobilise ce qu'il nomme l'« esthétique de la communication », est de ceux-là. Ses 150 cm² de papier journal prennent la forme élémentaire mais signifiante d'un encart dans un journal parisien du soir (*Le Monde*, 12 janvier 1972), avec cette invit au lecteur: « *Ceci est une expérience. Une tentative de communication. Cette surface blanche vous est offerte par le peintre FRED FOREST. Emparez-vous-en. Par l'écriture ou par le dessin. Exprimez-vous! La page entière de ce journal deviendra une œuvre. La vôtre. Vous pourrez, si vous voulez, l'encadrer.* »

Le recours à un art prestataire de services est également indissociable, entre 1960 et 1980, du désir d'engagement sociopolitique direct que manifestent alors nombre d'artistes, sur fond de contestation du principe d'autonomie

de l'art – celui-ci est alors défendu bec et ongles par les tenants de la pensée greenbergienne, et constitue souvent, pour les artistes œuvrant « en contexte réel »⁷, un repoussoir.

Artist Placement Group (APG)

À partir de 1966, l'APG, collectif anglais suscité par Barbara Steveni et John Latham, tente de faire valoir auprès d'entreprises publiques et privées du Royaume-Uni l'avantage que le monde du travail peut trouver à l'établissement d'un rapport de réciprocité avec l'artiste en matière de création *in situ* ou d'échanges de points de vue, et ce, sur le lieu même de la production – du bureau de poste à l'usine, jusqu'au carreau des mines.

Pour l'APG, l'artiste est un acteur social. Sa participation à la vie d'une entreprise en tant qu'artiste est légitime autant que souhaitable. L'esthétique au sens large n'est pas seulement affaire de cénacles isolés et ségrégués, elle est également une question sociale. Instiller l'esprit de créativité dans une entreprise, rendre harmonieux les rapports entre les producteurs: ces initiatives, un artiste peut les prendre en charge au même titre, sinon bien mieux, que n'importe quel animateur. La quête de l'harmonie n'est-elle pas une préoccupation familière au champ de l'art?

L'expérience de l'APG, qui s'achève à la fin des années 1980 dans une relative indifférence, tourne court – dans son cas, parce que le monde du travail a encore de l'artiste une vision passéiste, codifiée par la norme romantique du créateur isolé, dissident et asocial, et lui refuse tout autre statut⁸. Elle n'en contribuera pas moins à ouvrir la voie aux gestes artistiques d'implication opérés à vif, dans la chair même de l'univers concret. Gestes d'implication qui, faut-il le rappeler, ne vont pas de soi. D'abord parce que de tels gestes excèdent la norme acquise en matière de destination de l'art, qui veut que l'artiste produise un discours « autre », désocialisé et sublimateur, coupé des réalités les plus immédiates et servant à transcender le réel. Aussi, parce que le fait de médiatiser

⁷ La formule d'« art en contexte réel » est empruntée à Guy Sioui Durand, *L'Art comme alternative*, Québec, Inter éditeur, 1997. Guy Sioui Durand emploie aussi le terme d'« art parallèle », moins explicite (ch. 1, § « Qu'est-ce que l'art parallèle », p. 13.).

⁸ Les entrepreneurs ayant eu recours à des artistes intervenants issus de l'APG refuseront de les rémunérer. Au prétexte que l'artiste, du fait de son statut prétendument « à part », ne saurait être salarié, à l'instar des autres actifs.

l'art en contournant ses ordinaires vecteurs de valorisation suscite, le plus souvent, incompréhension, désintérêt, voire agacement du spectateur – l'art, en vertu du sens commun, c'est fait pour les galeries, les centres d'art et les musées⁹.

Agir en situation

Appréhendé au regard de cet horizon restrictif, l'exemple de l'APG se fait instructif. S'impliquer au concret, pour l'artiste prestataire, n'a pas pour corollaires automatiques le lien social, la solidarité ou la compréhension des « récepteurs » potentiels de son œuvre. Agir en situation, c'est devoir affronter l'homme du commun et sa conception de l'art trop souvent traditionaliste. Pour Marc Horowitz, qui se veut conjointement artiste et entrepreneur de manière indissociable (cf. sa collaboration avec Nissan ou encore *Commercials*, en 2007, une réalisation promotionnelle pour des galeries exposant à la foire d'art de Bologne, en Italie), « *Toutes les entreprises, de l'artiste, attendent un profit* », ou alors elles se passent très bien de lui¹⁰.

C'est, aussi, devoir se colleter à l'autorité sous ses formes multiples. Dans bien des cas, l'attitude artistique prestataire peut s'avérer légère, indifférente à tout esprit de contestation. Qu'elle adopte en général une posture en rupture de ban n'est en rien étonnant. Ce faisant, elle anticipe l'échec *a priori* de ses propositions, le fait que celles-ci ont toutes les chances de ne pas être prises au sérieux, prélude à leur rejet par l'univers rigide de la production.

Faute de pouvoir intégrer sa prestation au circuit de l'économie réelle, l'artiste est dès lors porté à croiser le fer avec cette dernière, en en prenant le contre-pied : il propose ce que l'économie réelle n'offre pas ni ne saurait offrir.

C'est là le sens des prestations de type renseignement spécialisé proposées par Matthieu Laurette aux « clients-consommateurs » de supermarchés. Dans les années 1990, cet artiste français leur montre comment on peut « vivre remboursé » en profitant des offres promotionnelles du marché de la consommation courante – satisfait ou remboursé, dans les supermarchés et à la télévision¹¹. Aux candidats à l'émigration vers les États-Unis, il révèle comment devenir un citoyen américain via un site Web très documenté (*Help Me to Become a U.S. Citizen!*).

Sauf exception, la raison d'être de la prestation artistique se nourrit du désir d'une correction. L'artiste prestataire de services peut sans doute s'assimiler au prestataire de services ordinaire. Bernard Brunon, par exemple, gère une entreprise de peinture en bâtiment (That's Painting Productions). Ses « prestations » de peintre en bâtiment s'assimilent en tous points à celles de n'importe quel autre entrepreneur de ce secteur, bien que Brunon se revendique artiste.

L'artiste prestataire, cela étant, sera plutôt tenté par l'exploitation d'un écart : il lui faut altérer la norme régissant l'offre utile et il s'arroge le devoir d'offrir du non-normé, de l'anti-norme, voire de l'inutile, en revivifiant le principe canonique de l'art comme subversion des valeurs, principe d'esprit moderniste. La prestation comme stratégie de dérèglement, de déphasage socioculturel, autant que faire se peut.

De l'entreprise artistique : variantes historiques

L'artiste qui sollicite la confrontation avec le réel peut, dans la foulée, désirer aller plus loin encore. Jusqu'à devenir un authentique acteur économique, au besoin un « entrepreneur ».

Intégrer l'économie via la pratique prestataire

Ainsi d'Andy Warhol déjà cité avec la Factory, atelier-magasin établi à New York, ou du fameux système de démarchage que mit en place le pape du Pop Art américain avec ses assistants (solliciter les gens argentés pour faire faire leur portrait par le Maître de la Factory, moyennant 25 000 \$). Ainsi encore, toujours à l'ère du Pop, de Claes Oldenburg, avec son magasin The Store, puis de Keith Haring, dans les années 1980, avec le sien, The Pop Shop. Plus tard, de Tadashi Murakami, artiste japonais dont les figurines post-manga aux vêtements et aux attitudes très libres, à partir des années 1990, recueillent un succès planétaire. Murakami, en véritable *businessman*, développe les produits dérivés de ses propres créations : posters, bibelots, vidéos..., et fait fortune.

9 John Walker, « Artist Placement Group, 1966-1989 » in John Latham, *The Incidental Person - His Art and Ideas*, Middlesex University Press, Londres, 1995.

10 Marc Horowitz, texte I Produce (Art & Enterprise),

2007 – aimablement communiqué par la galerie Analix Forever, Genève.

11 Ce type d'opérations vaudra à Matthieu Laurette le surnom de « *Freddie King* », le roi du gratuit.

Par le passé, dans une tout autre optique, l'artiste fut fréquemment un « entrepreneur ». L'étymologie en fait foi : né au xv^e siècle en Italie, le terme *artista* désigne « l'homme d'un métier difficile » et dérive du terme *Ars*, par lequel on désigne au Moyen-Âge le « métier » comme savoir-faire et comme pratique sociale – les *artes*, base des corporations, sont constitués sous la forme d'une structure solidaire entre les producteurs d'une même branche.

L'artiste, autant dire ici l'ouvrier doté de hautes compétences, travaille alors en atelier. Il opère rarement seul : il emploie ou fait employer des aides sur les chantiers (décoration d'églises, de palais...) et produit en fonction de la commande – tableaux pittoresques, scènes de genre, portrait aristocratique, puis bourgeois... On retrouve ce statut spécifique dans la création moderne, notamment à travers le modèle devenu emblématique de la Factory warholienne : l'artiste qui adopte ce modèle d'entreprise économique le fait en premier lieu pour conserver le contrôle sur le devenir mercantile de sa production.

L'artiste de la fin du xx^e siècle – celui, du moins, dont le propos est d'interroger la question économique – entend toutefois aller plus loin, en débordant la seule question de la gestion pratique. Son objectif, dans la foulée, sera aussi de démultiplier le rapport qu'il entretient en propre avec la notion d'« entreprise ».

S'il lui arrive de superviser sa propre production, cette production elle-même n'en constitue pas moins souvent, à l'égal, un « discours » sur l'économie, une prise de position.

Fabrice Hyber et Unlimited Responsibility (UR)

Fabrice Hybert (Hyber sans « t » à partir de 2004, par décision de l'artiste) réalise, en 1981, un monochrome (*Un mètre carré de rouge à lèvres*) d'un genre particulier, en détournant les destinations courantes du sponsoring : il fait financer la fourniture du rouge à lèvres nécessaire à sa réalisation par une firme de soins cosmétiques. On retrouve une telle sollicitation du mécénat privé lors de la réalisation, en 1991, de *Traduction*, savon de 22 tonnes moulé dans une benne de camion que l'artiste exposera à la biennale de Lyon, puis dans plusieurs supermarchés Édouard Leclerc. Pour mener à bien cette réalisation aussi

singulière que coûteuse – son savon géant, de 7 m de long sur 2,50 m de large, intégrera le *Guinness World Records* –, Hyber s'associe les services de la société marseillaise de détergence Sainte-Marthe.

Le partenariat économique constitue la suite logique d'un tel parcours, voyant l'artiste et l'entreprise collaborer à la création de produits spécifiques, à ceci près : Fabrice Hyber, en 1994, crée sa propre « structure » : UR (« Unlimited Responsibility »), unité à la fois artistique et économique à travers laquelle il commercialise bientôt une gamme de produits déclinée depuis 1990, ses POF (« Prototypes d'Objets en Fonctionnements ») : un tapis, une balançoire, un appareil électroménager, une djellaba, une peau de substitution...

Au-delà de la production, la fonction d'UR est aussi d'assurer l'information : faire connaître les prototypes des différents POF en vue de leur éventuelle industrialisation, permettre qu'ils soient testés par d'éventuels utilisateurs (opération Testoo). Autre fonction de cette authentique « entreprise » : susciter le financement de projets artistiques, organiser leur circulation et leur présentation dans des cadres aussi divers et élargis que possible.

Corporate Attitude et ambiguïtés

S'il existe donc bien un *economics art* postmoderne spécifique, reste que celui-ci enregistre maintes variantes, sinon de vraies différences internes. Il convient bien de les distinguer. D'un bord, artistes entrepreneurs qui s'investissent économiquement dans la gestion de leur œuvre, mais dont l'économie n'est pas le propos artistique. De l'autre bord, artistes entrepreneurs pour qui créer égale prendre pour sujet ou pour modalité d'action l'univers de l'économie, de manière spéculaire. Pour ces derniers, qui nous intéresseront ici, l'option prise se résume dans une formule : l'art met en perspective l'économie¹².

Un art qui met l'économie en perspective

Les années 1990, plus que les précédentes, s'y emploient, précipitant une véritable *Corporate Attitude*. Nombre d'artistes, souvent réunis en collectifs, créent alors des entreprises aux fonctions variées. La vocation de ces

12 Marc-Olivier Wahler, « Rapports d'entreprises », *Art press*, n°230, décembre 1997, pp. 38 sqq

entreprises d'artistes n'est pas homogène en matière d'objectifs.

Dans certains cas (objectif pratique prédominant), l'artiste crée bel et bien sa « petite entreprise » : il produit et commercialise ses travaux, insérés dans le grand circuit de la marchandise – de la maison d'édition de Damien Hirst au catalogue d'achat d'œuvres d'art par correspondance Le Colette. Dans d'autres cas, il opère en partenariat avec d'autres entreprises, en général prestigieuses, pour lesquelles il produit de l'« image » (la collaboration comme but). Ou dans une perspective critique, pour en changer la représentation publique.

Sur l'impulsion de Christiane Zentgraf à la tête de l'unité de communication culturelle de BMW, Swetlana Heger et Plamen Dejanov collaborent, des années durant, avec l'entreprise bavaroise, dont ils survalorisent la production automobile en termes symboliques en recyclant l'esthétique dans le milieu de l'art – série *Quite Normal Luxury*, 2000. L'artiste suédoise Aleksandra Mir, entre autres collaborations, dirige, au début des années 2000, le projet Plane Landing (un avion gonflable) avec des ingénieurs en aéronautique de Bristol¹³. Liliane Viala, avec l'accord de leurs dirigeants, prend en charge le décor d'entreprises, qu'elle reconfigure à sa guise selon une direction inattendue : bouquets que l'artiste laisse faner sans les remplacer, par exemple.

Encore (surtout), l'artiste va singer l'économie, « jouer » avec le mythe entrepreneurial en vertu de la règle simulationniste présidant au post-modernisme. Faux entrepreneur, il « expose » néanmoins les règles et coutumes de l'économie d'entreprise, qu'il recycle à son profit tout en développant un discours, en général, persifleur sur le matérialisme ou le capitalisme : adoption ironique de la posture du manager, livraison de l'œuvre sous l'espèce d'un faux produit de marché, adoption d'une phraséologie décalée empruntée à l'univers des affaires...

Joe Scanlan commercialise des œuvres « sculpture-mobilier » aux fonctions réversibles. Celles-ci peuvent, tout aussi bien, servir au quotidien, et se révéler des objets d'exposition. Cet artiste américain s'est fait connaître, dans les années 1990, par une création néo-conceptuelle exploitant les registres du *display*

(expositions présentées comme un chalandage de magasin) et du DIY (« Do It Yourself »), en référence à l'artisanat, au bricolage, à la culture de la « touche perso ».

Yann Toma « crée », en 1991, la société Ouest-Lumière, dont il s'intronise PDG : il se réapproprie nom et archives d'une ancienne compagnie parisienne de production d'électricité, qu'il enregistre auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI)¹⁴. But de l'opération fixé dans les statuts de Ouest-Lumière ressuscitée : « *La société a pour objet l'exploitation des applications de l'énergie artistique sous toutes ses formes, la distribution à distance, la vente et la localisation du courant artistique pour l'éclairage et la force motrice et toutes autres applications de l'artisticité* »¹⁵.

Structure mi-sérieuse mi-imaginaire dont on se demande si elle est ou non fictive, l'entreprise que gèrent Yann Toma et ses associés (tous se réunissent régulièrement, en conseil d'administration) possède un organigramme précis codifiant activités et responsables, et de vrais actionnaires. Elle s'affaire, notamment, à travers la diffusion, de nuit, de messages lumineux en morse, ou organise des campagnes d'éclairage nocturnes clandestines, toujours sous l'étiquette Production Ouest-Lumière. Elle rayonne de surcroît jusqu'en Inde ou jusqu'en Asie du Sud-Est, au travers de campagnes d'art public siglées Ouest-Lumière...

Entreprendre et faire croire que c'est de l'art, et vice versa

La passion du négatif qui anime bien des artistes dans leur rapport à l'économie réelle est logique. Logique et salutaire. L'art ne saurait constamment affirmer : il doit aussi infirmer, contester, faire part d'une position irréconciliable. On sait depuis Hegel et *Phénoménologie de l'Esprit* combien « regarder le négatif droit dans les yeux » et « s'attarder chez lui » est une des conditions nécessaires à l'avènement de l'« être » : « *L'esprit n'acquiert*

¹³ Aleksandra Mir a également supervisé (avec John Kelsey) un intéressant recueil d'entretiens, dont le thème est l'artiste et ses liens avec l'univers économique : *Corporate Mentality*. New York, Lukas & Sternberg Inc., 2003.
¹⁴ Organisme qui gère l'appellation et le sigle des

entreprises.
¹⁵ Statuts datés du 13 août 1999 adoptés lors de l'assemblée constitutive d'Ouest-Lumière. Sur Ouest-Lumière, voir notamment : P. Ardenne. *Ouest-Lumière. Sous le signe de la conduction*, Paris, éditions Michel Baverey, 2003.

sa vérité qu'en se trouvant lui-même dans la déchirure absolue », argue le philosophe allemand¹⁶.

On retrouve dans cette passion du négatif quelques accents de la théorie de la « destruction créatrice » soutenue par l'économiste Schumpeter. La création est un phénix aussi : elle peut naître ou renaître sur les décombres du monde, des restes calcinés d'un univers détruit, ou razzîé.

Le comble de l'art entrepreneurial, pour autant, résidera non plus dans la pratique négatrice, mais dans cette attitude finalement pertinente, de l'ordre du renversement et du décalque à la fois : ne plus choisir entre art et passion d'entreprendre, mais faire de l'art comme si cela équivalait à entreprendre (et inversement), sans choisir, trancher ou exclure.

Parfait exemple de cette position *no choice*, O.S.T.S.A. se constitue sur le modèle de la « petite entreprise », en l'occurrence à personnel unique, l'artiste lui-même : « O.S.T.S.A. », autrement dit « Olivier Stévenart, Technicien de Surface et Ambassadeur ». Surtout signalée à ce jour en Belgique, l'activité de Stévenard est des plus ordinaires : pose de papier peint, peinture d'appartement, tonte d'espaces publics, le tout dûment rémunéré (c'est bien le moins), mais aussi documenté comme s'il s'agissait d'une authentique performance artistique.

Officiant en habit de travail flanqué dans le dos du sigle « O.S.T.S.A. », l'artiste se confond avec le travailleur qu'il est. L'« œuvre », outre l'activité proprement dite considérée comme « performance », c'est aussi, dans la foulée, l'exposition publique des prestations laborieuses de Stévenart. Sur un grand cartel récapitulatif sont simplement consignés les travaux effectués dans leur détail par l'artiste, plus des remerciements : aux constructeurs du matériel utilisé pour mener à bien la tâche, au photographe qui a « documenté » celle-ci, à tous ceux qui ont soutenu l'artiste durant son labeur...

Esthétisation du travail en tant que tel, valorisation aussi du prolétaire, sur un mode décalé. Au fier travailleur musclé brisant ses chaînes hérité de l'iconographie communiste succède la représentation de l'exploité de base en milieu libéral. Travaillant pour son propre compte, cet être « sans qualité économique » est devenu aujourd'hui pléthorique, sur fond

de crise permanente de l'emploi et de panne pérennisée de l'ascenseur social. Un prolétaire libéral, relevons-le, qui est à la fois un entrepreneur et un artiste, indéfectiblement. Parfaite confusion des genres, abolition de toutes les hiérarchies. Car ne reste ici, dans l'indifférence au sens comme au symbole, que l'activité comme entreprise.

L'économie humanisée par l'art ?

Question ultime à poser au terme de ce tour de piste : en quoi les pratiques, pour scabreuses que soient certaines d'entre elles, de l'*Economics Art* humanisent-elles l'économie ? Sachant qu'« aucune des propositions [qui en émanent] ne pourrait réellement fonctionner de manière autonome », relève Marc-Olivier Wahler pointant qu'il s'agit là d'une authentique limite. Objet d'intérêt des galeries d'art et de quelques musées, l'*Economics Art* reste, le plus souvent, une formule d'exposition. L'artiste y fait couramment l'enfant, gentil bébé brandissant *Le Capital*. Il joue à Bill Gates, à Alan Greenspan ou à José Bové, comme on joue aux cow-boys et aux Indiens. Quoi qu'il risque et nous propose, il n'accédera jamais, on le pressent, au statut d'acteur majeur du monde des affaires.

C'est entendu : *Guernica*, le fameux tableau de Picasso consacré à vilipender la barbarie guerrière, n'a pas arrêté la guerre d'Espagne. Cela admis, il reste aux artistes praticiens de l'*Economics Art* cette force non négligeable, celle de l'évocation mariée à une représentation avertie, celle de la vigilance. Le « système » économique peut bien se développer pour le pire, broyer hommes et conditions sociales, produire ou renforcer nos statuts de *stupid consumers* rendus esclaves par le clinquant de la marchandise déifiée, rien n'échappe en conscience à cette « phalange *concerned* » jamais indifférente au sort de l'humanité, et sans cesse prompte à en dresser tous les portraits. Humaniser l'humain, dans ce cas, c'est rappeler qu'il ne peut y avoir d'économie sans conscience de sa destination naturelle : la satisfaction équitable, partagée, solidaire des besoins et des désirs. Et que l'économie n'est pas un monde à part, un monde qui

¹⁶ Friedrich Hegel, Préface de *La Phénoménologie de l'Esprit* (1807), trad. Jean-Pierre Lefebvre. Paris, Flammarion, 1996.

échapperait, parce que comptable d'abord, à ce qui fait tout le sel de la culture humaine.

« *L'économie humaine est l'économie d'un être humain complet, d'un être humain qui inscrit son action dans le temps (et donc l'histoire), sur un territoire, dans un environnement familial, social, culturel et politique; l'économie d'une personne animée par des valeurs et qui ne résout pas tout par le calcul ou l'échange, mais aussi par l'habitude, le don, la coopération, les règles morales, les conventions sociales, le droit, les institutions politiques* », souligne Jacques Généreux. « *Au lieu d'évacuer la complexité des sociétés humaines (qui ne se met pas toujours en équations), poursuit-il, l'économie humaine s'efforce de tenir un discours rigoureux intégrant la complexité, les Individus* »¹⁷.

L'économie souhaitable, en vérité, ne se résume pas dans la seule quantification et intègre aussi bien des valeurs symboliques : l'échange, mais aussi le partage ; le profit, mais aussi la solidarité ; la productivité, mais aussi l'utilité ; l'atteinte aux ressources, mais aussi le recyclage... Elle est en conséquence l'affaire de tous, artistes y compris, des artistes qui travaillent, à leur manière propre, à la consolider.

17 « Pour une vision humaine de l'économie. Conversation avec Jacques Généreux », 8 mai 2007, entretien avec Antonio Torrenzano (bit.ly/HEC_ECONOMIEHUMAINE).

Ce texte s'inspire librement, en les complétant, d'écrits antérieurs relatifs à la question « art et économie ». Notamment les ouvrages *Un art contextuel*, Flammarion, 2002 (rééd. 2004 et 2007) et *Art, le présent*, Regard, 2009. Nous invitons le lecteur curieux de plus amples développements à les consulter.

Barbara Polla avec Manuel de Santaren, Agah Ugur, Viviane de Witt

L'art en entreprise : à quoi ça sert ?

Sur la page « entreprises » du site Web de HEC, on peut lire que : « *Les entreprises trouvent à HEC les compétences dont elles ont besoin : stagiaires, jeunes diplômés, participants MBA, programmes de formation pour leurs collaborateurs, professeurs avec qui construire des projets (recherche ou pédagogie). Fortes de ces expériences, certaines s'associent au développement de HEC et choisissent d'en devenir partenaires.* »

Le mot *art* en revanche n'apparaît point sur cette même page, quand bien même HEC possède un Espace d'art contemporain qui œuvre, depuis longtemps, au sein du campus pour y faire vivre l'art contemporain. Malgré ses réalisations étonnantes, il nous semble encore entendre cette question lancinante : « À quoi ça sert ? »

Le but ici sera d'éclairer, à la lumière tout d'abord des travaux du philosophe John Dewey¹ (1859-1952), héritier de l'approche pragmatique américaine et grand spécialiste de la pédagogie, pourquoi et comment l'art est, selon lui, une expérience indispensable à la démocratie, à l'épanouissement individuel, à la vie en société et à la créativité. À la lumière ensuite de l'*Everyday Aesthetics* (l'esthétique du quotidien), concept développé par une autre philosophe, Yuriko Saito², experte, notamment, de John Dewey, et qui apporte des doutes salutaires quant aux conditions de cette « expérience ». À la lumière enfin de trois entretiens avec trois chefs d'entreprises très diverses, mais qui tous trois collectionnent de l'art, convaincus que « cela sert », au minimum leur qualité de vie personnelle et leurs rêves, au mieux celle de leur entreprise.

Trois exemples qui soulignent l'empirisme qui règne encore dans le domaine « art et entreprise » ou « art en entreprise » et qui appellent de nouvelles études, expérimentales et statistiques, après celles de John Dewey et de Yuriko Saito.

De l'art comme « expérience »

*L'Art comme expérience*³ : c'est le titre de l'un des plus célèbres ouvrages de John Dewey. Au-delà des concepts philosophiques qu'il contient, ce livre nous dit que l'expérience de l'art porte avec elle une inestimable valeur ajoutée. Les entreprises qui en sont convaincues utilisent cette valeur, dans l'allégresse, pour leur succès durable, quand bien même les bases de l'efficacité concrète des pratiques artistiques en entreprise reposent encore, comme nous le verrons, sur le plus grand empirisme.

En tant qu'héritier de l'approche pragmatique américaine, John Dewey insiste sur le rôle actif de l'intelligence et sa capacité à guider l'action, ainsi que sur l'importance pédagogique de l'apprentissage par la pratique (« *learning by doing* »). Tout à la fois défenseur de l'humanisme et du naturalisme, partisan de la théorie de l'évolution et proche du vitalisme, Dewey a imprégné ses travaux de sa vision de notre appartenance au monde naturel, de la continuité entre l'activité humaine et celle de la nature : l'humain est être de culture, inscrit dans une histoire, soumis à des exigences morales et intellectuelles, mais il est également capable, par l'art et la science, de transformer et de créer son monde⁴. L'art, pour Dewey, est une expérience fondatrice, et c'est bien pour cette raison qu'il prône activement l'éducation à l'art. Pas de recettes dans la pédagogie de Dewey : place à l'expérimentation artistique et globale. « À quoi ça sert ? » Rien de mieux, selon le philosophe, que le contact avec la création artistique pour stimuler l'imaginaire⁵,

1 fr.wikipedia.org/wiki/John_Dewey

2 en.wikipedia.org/wiki/Yuriko_Saito (en anglais).

3 John Dewey. *L'Art comme expérience*. Folio essais, 2010.

4 Pour en savoir plus sur John Dewey, lire l'excellente

exégèse de Stéphane Bastien : *Poétique de l'expérience, variations sur l'esthétique, l'éthique et la qualité de vie*. Liber Québec Ed., 2013.

5 « *L'expérience esthétique est une expérience imaginative* », écrit Dewey. « *L'expérience esthétique est expérience dans sa totalité.* »

cet imaginaire indispensable à l'intégration de l'homme entre nature et culture et à l'existence même de la démocratie.

Il faut ici d'emblée insister sur le fait que la conception de Dewey de l'art comme expérience n'a rien à voir avec la décoration : il ne s'agit pas de « faire joli », de rendre l'entreprise agréable, voire esthétique. Il s'agit bien plus de se laisser « secouer le cœur »⁶ par l'expérience artistique, une expérience qui, selon Dewey, doit être comprise en termes de relation, d'interactions et de transactions. Interface entre nature et culture dans laquelle nous nous situons, l'expérience artistique – ou esthétique – est, selon le philosophe, organique, dynamique et globale, transactionnelle, contextuelle (situationnelle), spatio-temporelle, qualitative, narrative... L'être humain, lui, est un « être-en-relation » et l'expérience concerne très précisément l'interaction de l'être (« *the live creature* ») avec son environnement, « lequel est tout à la fois humain et physique, et inclut les matériaux de la tradition et des institutions aussi bien que du cadre de vie local ». À cette aune, le cadre entrepreneurial n'est qu'un exemple, parmi d'autres, de cadres de vie locale ou institutionnelle et il se devrait donc constamment de faire profiter ses « êtres », et donc l'entreprise elle-même, de l'expérience artistique.

Art et démocratie : le lien par l'imaginaire

Pour Dewey, la démocratie authentique est une démocratie « *créatrice, où les hommes et les femmes sont libres de poursuivre la vérité (la science, la logique) et d'inventer, par le biais de l'imagination, des manières originales et enrichissantes (l'art, l'éthique) d'interagir les uns avec les autres et avec le monde qui les entoure.* » Si tant est que l'imagination soit le lieu de la formation et de l'intégration de soi, il est donc essentiel de stimuler cet imaginaire pour faire vivre la démocratie. La démocratie repose, du moins en partie, sur la capacité de l'individu à s'imaginer et à se projeter dans divers cours d'actions possibles. Si l'on n'est pas en mesure d'imaginer pouvoir changer le monde, pourquoi, individuellement, aller voter ? De l'entreprise aussi, on pourrait dire qu'elle repose, du moins en partie, sur la capacité de l'individu à s'imaginer et à se projeter dans divers cours d'actions possibles. Si l'on n'est pas en mesure d'imaginer pouvoir changer le monde (ne serait-ce que le monde

de l'entreprise, de sa propre entreprise, celle où l'on travaille ou celle qui nous appartient), pourquoi s'engager ?

Le discours sur le rôle fondamental du « capital humain » dans l'entreprise est omniprésent, mais, le plus souvent, il reste à l'état de discours. Ce « capital humain », pour donner le meilleur de lui-même, a besoin de mille attentions – l'une d'entre elles, *capitale*, est de voir son cœur, et son esprit, secoués par l'expérience artistique. L'imagination par là même stimulée est conçue par Dewey comme le lieu idéal de la formation et de l'intégration de l'être. À ce titre, Dewey n'hésite pas à aller jusqu'à affirmer que « *L'imagination est le principal instrument du bien.* » « *De même qu'il revient à l'art d'être unificateur, de frayer un passage à travers les distinctions conventionnelles, de même il revient à l'art (en sa qualité d'expérience imaginative), de faire concorder les différences au sein de la personne individuelle, de supprimer l'atomisation et les conflits entre les éléments qui la composent, et de tirer parti de leurs oppositions pour construire une personnalité riche.* ».

Insistons encore sur le fait que Dewey est parfaitement conscient du fait que l'activité artistique évolue, le plus souvent, par à-coups de transgressions de l'acquis et des idées reçues. En ce sens, « l'art » ne se limite jamais aux œuvres d'art considérées comme « reconnues », ou à des objets « extatiques » hors de l'ordinaire. L'immense potentiel de « perfectionnisme » et « réformation » de l'activité artistique que décrit Dewey se niche ailleurs : dans l'expérimentation, et c'est seulement dans ce cas que l'art peut devenir l'un des « *moyens par lesquels nous entrons, par l'imagination et les émotions, dans d'autres formes de relations et de participations que les nôtres.* ». L'expérience artistique alors ? Un levier fondateur de la participation et du renouvellement des entreprises comme des démocraties.

Art et entreprise : le modèle Borusan

Borusan⁷ est l'une des entreprises turques les plus florissantes, ainsi qu'une entreprise extraordinairement engagée sur le plan social, culturel et artistique⁸. Au-delà de ses engagements remarquables pour la musique, pour l'environnement et pour l'éducation,

6 Selon l'expression célèbre du photographe William Eugène Smith : « *Je veux secouer le cœur de l'homme parce qu'il adore ça.* »
7 www.borusan.com.tr

Borusan possède également une très importante collection d'entreprise qui repose avant tout sur l'utilisation par les artistes des nouvelles technologies les plus innovantes et les plus pointues dans les domaines dits des nouveaux médias.

Mais, plus intéressant encore, Borusan s'attache au quotidien, avec cette collection, à secouer les habitudes de ses cadres. En effet, les sièges sociaux de l'entreprise, installés en bordure du Bosphore, se transforment, chaque week-end, en musée. Le vendredi soir, tous les collaborateurs laissent leurs bureaux parfaitement vides : place à l'expérience artistique, y compris dans les espaces réservés à la présidence de l'entreprise. Un défi hebdomadaire de confrontation à l'art, et un message fort : l'art et la table rase qu'il convoque, le « dérangement » dans les habitudes des collaborateurs appellent au déséquilibre, au repositionnement, à un imaginaire propice au renouveau des positions, à une plus grande efficacité, à l'innovation. Quelle entreprise ne rêve pas de susciter ces désirs d'amélioration chez ses collaborateurs ?

Les bienfaits de l'art : une différence

Agah Ugur⁹, le PDG de Borusan, également collectionneur actif¹⁰, à titre personnel, d'œuvres « engagées » dans les domaines social, politique et de genre, nous explique « à quoi ça sert ».

Agah Ugur Au début des années 1980, après avoir été diplômé de l'université, j'ai passé quelques années à Londres et je me suis confronté, pour la première fois, à l'avant-garde de l'art contemporain. Ce fut un séjour extrêmement éducatif pour mes yeux et pour mon cœur. Au milieu des années 2000, j'ai commencé à constituer une collection. L'art est l'une des manières les plus efficaces et agréables de se laisser surprendre, perturber, et mettre au défi nos propres habitudes. L'art nous oblige à penser plus loin et à développer notre imagination, et cela est vrai même pour les personnes qui ne sont pas très créatives spontanément. J'admire sincèrement les artistes courageux et imaginatifs qui créent un impact, petit ou grand, sur l'Histoire, tout en nous faisant voyager.

Barbara Polla Pourquoi collectionner – personnellement – et pourquoi collectionner dans l'entreprise ?

Agah Ugur Être un collectionneur est un état d'esprit, voire une obsession, qui fait voyager les collectionneurs, dans leur tête et dans le monde, qui induit une appartenance, l'acquisition de nouvelles connaissances, un désir constant de découverte, l'élargissement des espaces mentaux. Mais l'essentiel de la collection repose sur deux piliers : la fierté et le sens du partage. Cela est le cas tant pour Borusan que pour moi-même. Cette notion du partage est très forte pour Borusan – par l'intermédiaire des expositions et du musée transitoire, notamment. Et bien que le groupe Borusan fonctionne essentiellement en B to B (d'entreprise à entreprise), ce qui limite ses possibilités de toucher un large public, il est constamment classé comme l'une des entreprises les plus admirées de Turquie. Nous sommes fiers d'être des découvreurs, des pionniers, et d'acquiescer des œuvres avant la confirmation de leur qualité par d'éminentes institutions. Cet ensemble de faits et de sentiments est essentiel à notre culture d'entreprise : nous représentons ainsi un visage démocratique et libéral, innovant et créatif, florissant et généreux de la Turquie. La présence de l'art au cœur même de l'entreprise crée une différence : nos collaborateurs comprennent que Borusan est résolument « moderne ». De plus, les œuvres exposées dans nos différents bureaux et dans nos locaux de production sensibilisent notre personnel au besoin d'être plus ouvert et créatif. L'art élargit les liens et diminue les zones de confort au sein de ce contexte.

Barbara Polla Comment voyez-vous les liens entre économie et art ?

Agah Ugur Économie et art sont intimement intriqués. L'économie libre et une mentalité capitaliste contribuent à une pensée progressiste tout comme l'art contemporain. Je ne pense pas que le « vrai artiste » soit forcément à gauche, même si, en général, commissaires et critiques ne voient pas d'un bon œil le capitalisme côtoyer l'art contemporain. Je pars du principe que

8 www.linkedin.com/company/borusan?trk=extra_biz_viewers_viewed
9 www.profilinternational.com/web/25-189-1-1/profil_international_en/our_experience/client_testimonials/agah_ugur
10 burak-arikan.com/artist-collector-network-phase-iii-borusan-contemporary

si nous voulons un futur meilleur, il nous faut de l'énergie – de l'énergie au sens large – et l'argent fait tout simplement partie de cette énergie-là. Le libéralisme, que je définis comme la liberté de penser d'une part et la liberté de faire de l'autre – la liberté, notamment de conduire l'entreprise de manière indépendante –, vise à créer le futur et à être différent demain. Risqué? Certes, mais toujours moins que de rester dans les zones de confort que beaucoup de libéraux, qui ne devraient alors plus être considérés comme tels, finissent par apprécier beaucoup trop.

Barbara Polla Quel est le bénéfice, pour vous, d'être un collectionneur, et pour votre position en tant que président de Borusan?

Agah Ugur En ce qui me concerne, je suis d'abord un *business man* et je veux être connu et reconnu en tant que tel, grâce au succès que je génère avec mon entreprise. Je me concentre principalement sur le fait de vivre et de construire sur la base d'un héritage fort et positif dans ma vie professionnelle. D'un autre côté, mon engagement personnel en art dévoile une autre partie de moi et j'ai le sentiment que mon voyage parmi les arts m'aide à approfondir ma vie en général et à considérer les problématiques en affaires de points de vue multiples, contrairement à d'autres chefs d'entreprise autour de moi. Je le ressens comme un avantage compétitif – que je ne mets pas forcément en avant – qui agit discrètement mais très efficacement, et cela n'a pas de prix. Je veux aussi être « un homme bien » et l'art m'aide à réaliser cet objectif. Je suis très engagé dans l'intégration des femmes à tous les niveaux, y compris aux plus pointus, chez Borusan. L'une des orientations clés de ma collection personnelle concerne les femmes, leurs œuvres: leurs représentations du monde, leur sexe même. Mon double engagement, ma double approche, conceptuelle et concrète, et ma double passion pour l'art et pour l'entreprise augmentent ma crédibilité dans les deux domaines.

L'esthétique du quotidien

Professeure de philosophie à la Rhode Island School of Design à Providence (États-Unis), Yuriko Saito est spécialiste d'esthétique environnementale et auteure de *Everyday*

*Aesthetics*¹¹, un livre qui n'est pas encore traduit en français. Elle est passionnée par l'influence que l'esthétique exerce sur notre vie de tous les jours et par tous les « pour » (*pros*) et les « contre » (*cons*) de l'introduction de l'art dans l'organisation des entreprises¹². Elle met en évidence l'importance de ce qu'elle appelle « l'esthétique du quotidien » ou encore « l'esthétique de l'ordinaire » dans notre qualité de vie présente et future et dans notre approche de l'écologie et de la durabilité. Elle souligne également combien l'écologie, pour percer dans les esprits et dans la réalité, a besoin de la dimension esthétique.

Revenons un instant à John Dewey: selon lui, de quoi exactement faisons-nous l'expérience lorsque nous sommes dans un « état » esthétique? Dewey suggère que cette expérience n'est ni uniforme ni homogène, mais nous place d'emblée dans l'hétérogénéité et la diversité. L'expérience esthétique, selon lui, ne serait rien de moins que l'expérience de la vie, au cours de laquelle le sujet humain, à la fois actif et contemplatif, s'éprouve lui-même en tant qu'« être vivant ». Devant ces assertions, on peut se demander si John Dewey est vraiment un héritier des pragmatiques: ne serait-il pas plutôt un incorrigible idéaliste?

Admiratrice et critique de John Dewey, Yuriko Saito, en tout cas, nous met en garde contre une application sans nuances de ses concepts et, en particulier, de l'apport nécessairement positif de l'expérience artistique dans l'innovation, l'intelligence créative et l'adaptation de l'entreprise aux évolutions rapides du monde qui est le nôtre. S'il est vrai que nous avons besoin, pour affronter avec succès les changements de l'époque, de nouvelles manières de penser, de créer et de produire, il n'est pas certain que l'incorporation de pratiques artistiques

11 Yuriko Saito. *Everyday Aesthetics*. Oxford Press, 2010.
12 « The supporters of artification, écrit très précisément Yuriko Saito dans *Contemporary Aesthetics* (volume spécial, n°4, 2012), believe that in order to keep up with this accelerated pace of change and still succeed, we need a new way of thinking and operating. They claim that rather than conducting business as usual, with incremental modifications, what we need today is something radically different that promotes creativity, imagination, spontaneity,

inspiration, passion, improvisation, experimentation, and constant innovation. They believe that the best practitioners of this new way of thinking and doing are artists, and that it behooves today's businesses and organizations to incorporate artistic skills and practices through programs such as artist-in-residence, member participation in art-making, communal experience of art, and artist collaboration on projects. This strategy is based upon the understanding and appreciation of the power of the aesthetics... »

dans la gestion des projets d'une entreprise soit une stratégie toujours gagnante: selon Saito, cette stratégie d'« utilisation » de l'art par l'entreprise ne peut atteindre son but que si l'entreprise accepte le bouleversement qui peut s'ensuivre, la remise en question de ses pratiques et la nécessité d'entrer de plain-pied dans le discours et dans les débats que l'art et sa présence peuvent générer.

Dans cette veine, lorsque Sean Hart expose ses affiches, qu'il colle dans le parc de HEC (plus généralement dans le métro) pour nous dire que « L'argent est pauvre », seule une étude approfondie de cette affirmation et de ses implications peut conduire potentiellement à une modification des pratiques et des enseignements de l'école. Dans le cas contraire (un sourire et on passe à autre chose!), la présence d'une telle affiche ne servira à rien d'autre qu'à confronter étudiants et professeurs à leur ouverture d'esprit.

Si la stratégie d'« artification » se veut efficace, Saito y insiste, elle se doit d'inclure le discours critique et le débat public générés automatiquement par l'art d'avant-garde – celui donc qui est supposé avoir la capacité de bouleverser les habitudes et d'anticiper les changements. Mais le plus souvent, dans l'économie capitaliste, le but de l'entreprise, en utilisant l'art en son sein, est de promouvoir une plus grande efficacité entrepreneuriale et économique – un but que l'on ne saurait évidemment reprocher aux entrepreneurs – et non d'encourager le débat public autour de cet art d'avant-garde. Mais sans une authentique ouverture à la controverse, l'adjonction de l'art dans l'entreprise risque fort de rester une stratégie certes élégante, mais non porteuse des valeurs fondamentales de changement qu'appellent pourtant de leurs vœux nombre d'entrepreneurs lorsqu'ils introduisent, ou pensent à introduire, l'art dans leurs stratégies de succès.

Les bienfaits de l'art? Une croyance

Viviane de Witt codirige, avec Jérôme de Witt, la Manufacture DeWitt Haute Horlogerie¹³, une entreprise horlogère de grand luxe d'une soixantaine de collaborateurs. Première femme commissaire-priseur en France, collectionneuse experte et amante de l'art, cette femme d'exception travaille parallèlement à l'ouverture, en Seine-et-Marne, d'un futur

musée de la Vie d'autrefois, de 1800-1950, projet pour lequel elle a d'ores et déjà réuni 60 000 objets qui seront présentés, scénographiés, sur 3 500 m².

Viviane de Witt Les objets façonnés de main d'homme et usés par la patine du temps et l'usage sont extrêmement touchants, et j'ai eu envie de les sauver de l'oubli, de la décharge et de la revisitation, et de leur garder leur statut et leur authenticité. Je recherche cette authenticité.

Lorsque l'on entre dans la manufacture Montres DeWitt située en Suisse, incontournable berceau de l'horlogerie, on commence l'exploration du lieu par un vrai parcours muséal au sein de fleurons de machines et d'instruments ayant servi et servant encore à la fabrication des montres. Et pourtant, à la question de savoir « À quoi ça sert? », Viviane de Witt répond que si l'on examine cette question d'un point de vue strictement utilitariste, eh bien la réponse est claire: pour l'entreprise, cela ne sert à rien. À rien d'immédiat ou de précis.

Viviane de Witt Bien sûr, il faut d'abord s'entendre sur le mot *art*. L'art me donne la possibilité, la capacité de voir le monde à travers le prisme des artistes, c'est-à-dire de gens qui ont une sensibilité supérieure à la mienne, des gens qui mettent sans coup férir leurs tripes sur la table et qui, chacun avec leurs moyens naturels ou acquis, essaient d'atteindre le regard et le cœur du commun des mortels dont je fais partie. Et malgré – ou grâce à – tout ce que j'ai appris en ma qualité de commissaire-priseur, sur les œuvres de ces artistes, je reste toujours émerveillée devant le mystère profond qui les a générées.

Barbara Polla Et pourtant, il y a bien des œuvres d'art, ici à la Manufacture! En sortant de l'ascenseur, j'ai vu...

Viviane de Witt L'entreprise est un petit monde qui s'organise autour d'un service ou d'un produit. Elle doit être centrée sur son activité et les moyens de la rendre rentable pour les gens qui y travaillent. Évidemment, l'un des risques pour l'entreprise, c'est d'avoir le nez dans le guidon. Le guidon est nécessaire! Mais l'art permet d'avoir un

13 www.dewitt.ch

horizon au-dessus du guidon. Alors oui, j'ai placé quelques œuvres dans la Manufacture. Le cube doré de Martine Bedin¹⁴, qui fait partie des membres fondateurs du groupe Memphis (1981). Un immense cube avec des tiroirs qui ouvrent sur rien et qui, eux aussi, ne « servent à rien », si ce n'est à rêver. Et comme nous travaillons beaucoup avec la Chine et que je profite de mes séjours à Pékin pour visiter des ateliers de jeunes artistes encore inconnus, j'ai ramené un tableau, oui, qui est à côté de l'ascenseur. On peut le regarder, ou pas. Le peintre, que j'ai rencontré, habitait, lorsqu'il était enfant, près du fleuve Jaune et il a voulu traduire, à sa façon, les nuages qui se reflétaient dans l'eau du fleuve. Moi, quand je le regarde, je suis sur les ailes du rêve. Mais je ne recherche pas de retours spécifiques de la part de mes collaborateurs quant à la présence de ces œuvres. J'aime à partager l'art, c'est un monde que j'aime et que je peux offrir, mais je ne m'autorise pas à faire du prosélytisme. L'art fait partie de mes croyances : alors un partage, oui, mais ce partage ne saurait être une obligation ni servir un but entrepreneurial précis.

Viviane de Witt – aussi grande que soit sa passion pour l'art, une passion qui n'a rien à envier à celle d'Agah Ugur – voit l'art comme croyance personnelle, mais ni comme expérience fondatrice (Dewey) ni comme instrument de renouveau, d'innovation, d'évolution, tel qu'il peut l'être aux conditions définies, notamment, par Saito. Il est vrai que de faire appel aux processus artistiques, en les considérant comme des techniques de créativité au profit de l'entreprise, est sujet à controverse. Les stratégies des artistes qui se veulent indépendants et celles des employés, confrontés à des exigences croissantes, ne sont pas, et de loin, nécessairement similaires. La démarche artistique peut développer des processus et des effets qui n'ont pas d'équivalent dans la logique entrepreneuriale – par exemple, le déni du devoir, le questionnement systématique des règles, le besoin d'isolement ou le désir de ralentissement comme dans le cas de Jean-Baptiste Farkas. Sans oublier que la pratique artistique peut également consister à refuser de produire quelque effet, produit ou « chose » que ce soit!

Les bienfaits de l'art? Toute une histoire

Manuel de Santaren, lui, gère, à Boston, une entreprise d'une dizaine de personnes, opérant dans le domaine de l'architecture et du design d'intérieur « *from floor to ceiling* »¹⁵. Il dirige lui-même tous les projets de l'entreprise et recherche et revendique, à chaque fois, une esthétique qui reflète la personnalité propre à chacun de ses clients.

Manuel de Santaren est aussi un collectionneur passionné pour qui l'inclusion des œuvres d'art dans un intérieur est un *must*, d'autant plus que ce sont ces œuvres d'art qui vont inspirer le style singulier de ses réalisations. Membre du conseil du Cisneros Fontanals Foundation (CIFO), une fondation qui attribue bourses et commandes à des artistes sud-américains, il conseille le Guggenheim pour les acquisitions de photographies et le Museum of Fine Arts à Boston pour celles de vidéos.

Manuel de Santaren Je suis un *work in progress*, et ainsi est ma vie. Je me pose chaque jour la question de savoir où je veux aller. Et chaque jour, c'est ma vie imaginaire qui semble prendre le dessus. L'amour de l'art et la curiosité m'ont été très tôt instillés : j'allais déjà au musée, alors que je savais à peine marcher. Les musées ont été mes premiers terrains de jeu, c'est là que mes sens se sont éveillés, que ma curiosité et mes désirs de découvertes ont grandi.

Manuel de Santaren, vivant exemple de la pédagogie de John Dewey. Apprenez l'art aux petits enfants! À Boston, il visitait probablement, enfant, l'Isabella Stewart Gardner Museum, qui applique activement les thèses pédagogiques de John Dewey¹⁶.

Manuel de Santaren Après sont arrivés les livres. Ils ne m'ont plus jamais quitté. Les premiers et les plus importants : Albert Camus, le Japonais Haruki Murakami (*Autoportrait de l'auteur en coureur de fond*) ; puis toute une bibliothèque de livres d'art et d'histoire. Il me faudrait une vie en plus pour apprendre et pour lire, une vie entière. Et après, la vidéo.

¹⁴ martinebedin.com
www.via.fr/agora-createur-139
¹⁵ manuedesantaren.com
¹⁶ George E. Hein
*Progressive Museum Practice :
John Dewey and Democracy.*

Left Coast Print Inc, 2012.
Voir aussi, Ada S. Polla, *John
Dewey. The Gardner Museum
and the Democratic Deal.*
BA Thesis, Harvard University,
1999.

Elle est pour moi essentielle parce qu'elle est en lien intime avec le temps. L'art vidéo repose sur la question du temps : la vidéo sculpte le temps, elle en est un miroir, alors que la photographie, elle, gèle le temps.

Barbara Polla Quelle est la première vidéo que vous avez acquise ?

Manuel de Santaren *Téléphone* (1995) de Christian Marclay. Je me souviens d'être resté sidéré, le souffle coupé. À mes yeux vierges alors de ce type de travail, cette appropriation de moments iconiques de l'histoire de Hollywood – de moments de films que nous connaissions et aimions tous déjà – pour en faire une œuvre originale m'est apparue comme un concept révolutionnaire. Ce fut un moment décisif pour moi : le moment où j'ai découvert la vidéo, l'image qui bouge et qui dit une histoire¹⁷.

Barbara Polla Et... à quoi ça sert – à part raconter une histoire ?

Manuel de Santaren Je tire indubitablement bénéfice de ma position de collectionneur dans ma pratique entrepreneuriale : les gens savent désormais que je collectionne, et ceux qui sont intéressés eux aussi par l'art vont s'adresser à moi plutôt qu'à tout autre architecte d'intérieur, au vu de ma crédibilité dans ce domaine. Quand ils me demandent d'inclure l'art dans leurs intérieurs, je le fais sur la base d'un concept narratif, en essayant de raconter à chacun, avec les œuvres d'art sélectionnées, l'histoire de sa propre vie, une histoire que je dois comprendre d'abord, respecter ensuite. Parfois, mes clients me disent : « *Nous ne savons pas ce que nous aimerions, comme œuvres d'art...* » Mais je trouve toujours des indices : je regarde leurs bibliothèques, car les livres donnent des indications précieuses sur la vie intérieure de qui les lit. Ou je regarde les objets, les bibelots : eux aussi vont me donner des pistes pour trouver les œuvres d'art que mes clients vont aimer. Cela devient une formidable course au trésor, aussi excitante pour eux que pour moi. Et au bout du chemin, les maisons de mes clients deviennent une partie de leur biographie, et la reflètent profondément.

Barbara Polla Que vous a apporté le fait d'être un collectionneur reconnu ?

Manuel de Santaren Le fait d'être un collectionneur reconnu dans le monde institutionnel m'a ouvert les portes d'une clientèle différente, qui apprécie mon engagement pour l'art. Même si je n'ai pas d'attentes particulières en termes de bénéfices immédiats, ma passion m'apporte, en réalité, un bonus très important dans ma vie professionnelle, car cette passion présélectionne autour de moi des clients spécifiques, auprès desquels je bénéficie, du fait de nos affinités préétablies, d'un avantage concurrentiel important.

L'art n'est pas une solution

Les différences importantes d'appréciation de ces trois chefs d'entreprise sur le rôle de l'art en entreprise soulignent l'aspect encore très empirique de l'approche artistique en entreprise. Il eut été intéressant d'interviewer les plus grands entrepreneurs français qui sont aussi des collectionneurs majeurs, des stars du double système art et entreprise – à défaut d'art en entreprise. Certains, comme Jacques-Antoine Granjon, fondateur de vente-privée.com, collectionnent et s'engagent pour l'art, mais à l'extérieur de leur propre entreprise. D'autres, comme Antoine de Galbert, se donnent entièrement à l'art.

Expérience, croyance, narration de soi-même et de l'autre, rêve de solution parfaite de gestion entrepreneuriale ? L'art ne se laisse pas « utiliser » aisément. Le développement de la notion de créativité et de son importance dans les entreprises les plus diverses incite certes celles-ci à s'intéresser davantage au potentiel que représentent les processus artistiques pour leur propre développement. Il paraît logique que les entreprises tentent d'encourager, à l'intérieur d'elles-mêmes, certains traits de personnalité communément attribués aux artistes ou aux effets d'une confrontation avec l'art, telle une attitude positive face aux processus ouverts et aux démarches de recherche, la capacité à changer de perspective ou encore une approche autonome et inventive dans la manière de poser les problèmes. Il apparaît cependant

¹⁷ La vidéo cite toujours une autre image, confirme Françoise Parfait, spécialiste de la vidéo. Elle est un espace de mémoire qui « *accueille naturellement l'histoire des images.* » « *Forme hybride par excellence, la vidéo nourrit le*

paradoxe de ne pouvoir se donner que dans le présent tout en déployant les temporalités de la mémoire individuelle et collective. » Le concept narratif se déroule physiquement dans la vidéo, comme il se déroulait aussi sur les parchemins d'époque...

que les bienfaits de l'art sont avant tout l'art lui-même. Alors, en attendant de pouvoir faire de l'art la panacée de la démocratie ou de l'entreprise créative – ce qui n'est d'ailleurs pas nécessairement un objectif à poursuivre –, nous ne pouvons que souhaiter que l'expérience la plus authentique de l'art, telle que décrite par John Dewey, se poursuive, s'approfondisse, s'intensifie et se développe dans toutes les sphères possibles, y compris au sein de HEC et de ses entreprises partenaires. Que l'art encore « secoue » – partout où il réussit à s'infiltrer – les esprits comme les cœurs.

Alors, à quoi ça sert? Et si cela ne « servait » à rien? À chacun finalement de répondre pour lui-même, dans cette sphère qui reste encore empirique, en fonction de la qualité de sa propre « expérience ».

**Burak Arikan, Conrad Bakker,
Yann Dumoget, Jean-Baptiste
Farkas, Hervé Fischer, Sean Hart,
Marc Horowitz, Joël Hubaut,
Pierre Huyghe, Ali Kazma, Florent
Lamouroux, Tuomo Manninen,
Adrian Melis, Deimantas
Narkevicius, Lucy+Jorge Orta,
Jean Revillard, Camille Roux,
Édith Roux, Benjamin Sabatier,
Julien Serve, Zoë Sheehan Saldaña,
Paul Souviron.**

Chacun des artistes plasticiens invités dans *Économie humaine* développe, à sa manière propre, un rapport spécifique à l'économie. Qu'il en épingle les turpitudes en usant du reportage, qu'il se fasse entrepreneur ou qu'il convie les populations à voir d'un autre œil la réalité matérielle du monde où elles vivent, l'intention est invariablement la même : rendre compte d'une approche analytique, critique ou encore caustique mettant en perspective le monde de la « marchandise » selon un angle inédit. Au-delà de l'esthétisation des faits, l'objectif recherché est la prise de conscience. Se profilant comme une alerte, chaque œuvre présentée dans *Économie humaine* se fait forte de cette qualité communicationnelle. Une invitation à voir tous les sens en éveil, à approfondir une culture du réel et à mieux comprendre ses appareils de fonctionnement et de domination.

The visual artists invited to participate in *Human Economy* all have a specific relationship with the economy, each in their own way. Whether criticizing its depravity in journalistic style, acting as an entrepreneur, or inviting people to see the material reality of the world they live in with new eyes, the intention is always the same: to take an analytical approach that is critical or even caustic, casting light on the world of the “commodity” from a new angle. Beyond aestheticizing the facts, the objective is to raise awareness. Looming like as many warning signs, each work presented in *Human Economy* boasts a communicational quality. An invitation to activate all the senses, deepen a reality-based culture, and better understand its operating apparatus and control devices.

Œuvres exposées

Burak Arikian

Artiste collector network, projet en cours depuis 2011, ordinateur avec un écran tactile, logiciel personnalisé, dimensions variables.

Conrad Bakker

Untitled Project: Any Thing You Want, projet en cours 2010, posters 60×80 cm, brochures de présentation de 8 pages, 10,5×15 cm.

Yann Dumoget

Superadditum, 2011, installations dimensions variables, technique mixte sur papiers libres, impressions laser sur papier machine A4, photographies numériques 60×40 cm sur papier baryté.
© Yann Dumoget, Adagp 2015.

Jean-Baptiste Farkas

IKHÉA@SERVICES, 1998 – *Glitch*, 2002, photocopies d'une sélection de modes d'emploi. Extraits du manuel *Des modes d'emploi et des passages à l'acte*, éditions MIX, Paris, 2010.

Hervé Fischer

Le monde comme il va, 1999, 91×122 cm, acrylique sur toile. *Spéculation, passion et anxiété, Nasdaq*, 2000, 91×122 cm, acrylique sur toile. *Dans une abondance de Choix*, 2007, 114×162 cm, acrylique sur toile.

Sean Hart

Ne pas jeter sur la voie publique, 2014, installation in situ, 400×300 cm, bois, peinture.

Marc Horowitz

Signature Series, 2008, 3 vidéos sur moniteurs, 3×2,30 min, un tirage photographique encadré, 73×108 cm.

Joël Hubaut

CLOM (Contre L'Ordre Moral): SUSHI CHAOS SUB-MARINE, Barbaste, 2000, 120×160 cm, techniques mixte. *CHANTIER LUMINEUX, Hérouville Saint-Clair*, 2001, 120×160 cm, techniques mixtes.

© Joël Hubaut / Atelier Fun Fungus 47 – Assistance technique Soktha Tang.

Pierre Huyghe

Dévoler, 1995, Betacam SP, couleurs, sonore, 2×10 s. Collection Frac Languedoc-Roussillon. © Adagp, Paris 2015.

Ali Kazma

Obstructions Series: Automobile Factory, 2012; *Taxidermist*, 2010, vidéos, 2×10 min.

Florent Lamouroux

Le sens de la vie – Les ouvriers, 2014, impression numérique 3 D, peinture bleue, installation 12 000 figurines (6,5 cm×3 cm×2 cm), dimension variable, plastique injecté dans trois moules. Courtesy Galerie Isabelle Gounod. Cette œuvre a bénéficié du soutien de la Région Centre et de la DRAC Centre et de l'entreprise Plastivaloire.

Tuomo Manninen

We: Deplanche Lauberye, grossiste en produits carnés, Marché de Rungis, 2006. *Construction Workers, YIT Site 46214, Helsinki*, 2000. *Crew Members, Silja Serenade, Helsinki*, 2000. *Board, Sparkasse Vest, Recklinghausen*, 2009. *Interferrum, St. Petersburg*, 2002. *Hang Xanh Barbershop, Saigon*, 2006. *Balloon salespersons, Ilmapallo Express, Helsinki*, 2000. 7 photos vinyle adhésif sur verre, 100×100 cm.

© Analix forever

Adrian Melis

Factory, 2008, vidéo projetée, 5 min. Production: Adrian Melis, édition: Adrian Melis, distributed by Adn Galeria.

Deimantas Narkevicius

Energy Lithuania, 2000, film super 8 transféré sur DVD, vidéo projetée couleur, son, 17 min.
© Courtesy the artist and gb agency, Paris.

Lucy + Jorge Orta

The Gift Life Nexus, 1996-2004. Installation, caisses en bois et cœurs, techniques diverses.

Jean Revillard

Voyage de Sarah, 2010, 14 photographies et une carte, impression vinyle adhésif sur verre, 70×50 cm.

Camille Roux

Ne vous inquiétez pas, 2010, vidéo couleur, son, 35 min.

Édith Roux

Euroland, 2000, 6 photographies, impression vinyle blanc sur verre, 175×140 cm.

Benjamin Sabatier

International Benjamin's Kit (IBK), 2014, installation in situ, peinture en kit, punaises, patron.
© Courtesy Jousse Entreprise, Paris.

Julien Serve

Les bons comptes font les bons amis – Accounting & Management, 2014, stylo feutre sur cahiers de comptabilité, 19,5×21 cm, 209 dessins.

Zoë Sheehan Saldaña

Homegrown, 2007, timelapse animation, 18 min, DVD. *Rooster Five-pocket Nail and Tool Apron*, 2008, ceinture, photographie, 30×50 cm. *Jordache Sheer Camp Shirt (Lucky Lime)*, 2005, vêtement, cintre, photographie, 30×48 cm.

Paul Souviron

Survival Form S.I.G (Structure Intrusive Gonflable), 2012, performance vidéo, 46 min.
© Paul Souviron, courtesy XPO Gallery



N°30 (variante 2)

Exposer/Casser : « Malaise assuré ! »

À VOUS DE LE RÉALISER

Mode d'emploi : pendant un vernissage, altérez la ou les œuvres que vous exposez pour manifester un différend.

Remarques : on vous convie à participer à une exposition collective. Mais « à l'usage » (échanges de mails, amorces de collaborations), vous réalisez que vous êtes en désaccord avec la vision de vos hôtes. Pourtant, vous décidez d'acquiescer malgré tout votre dette (toute place publique est potentiellement une chambre d'écho) : à l'occasion du vernissage, vous altérez la ou les pièces que vous exposez. Plus ce que vous aurez originellement fourni aura suscité d'intérêt auprès des personnes vous ayant invité, et plus la perte et donc votre « message » seront signifiants à leurs yeux. Et ce n'est bien sûr pas à titre d'œuvre que vous ferez figurer votre épave pendant toute la durée de l'exposition !

Contre-parenté : l'esthétique de la ruine.

Indispensable : en être encore à participer à des expositions collectives.

Glitch 2009

Glitch

IKHÉA@SERVICES 2009

N°31*

Au nom de l'art

À VOUS DE LE RÉALISER

Mode d'emploi : user du prétexte de l'art pour enfreindre un ordre, une loi, ou une obligation. Par extension, s'autoriser tout et n'importe quoi au nom de l'art.

IKHÉA@SERVICES 2007

















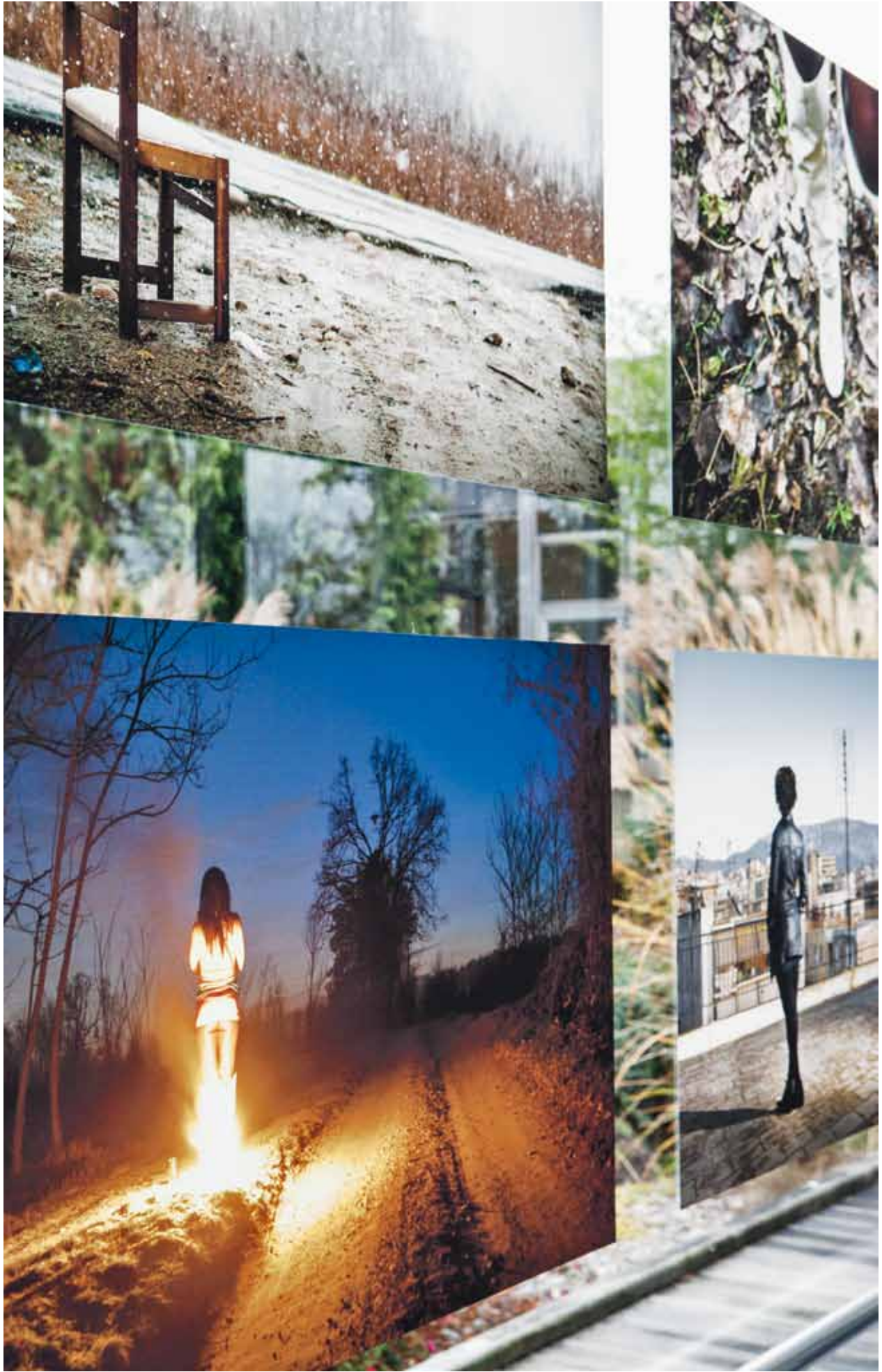




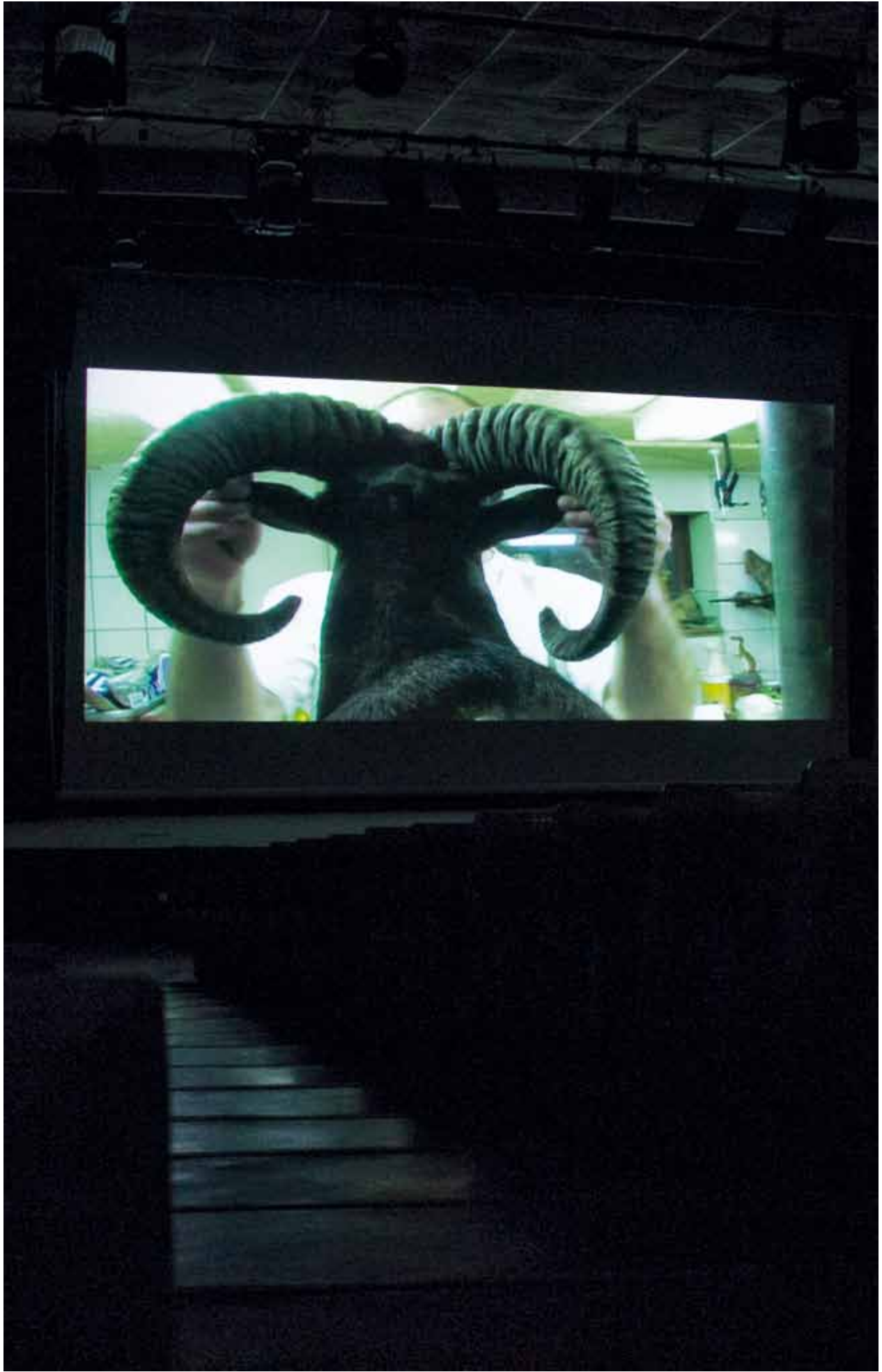


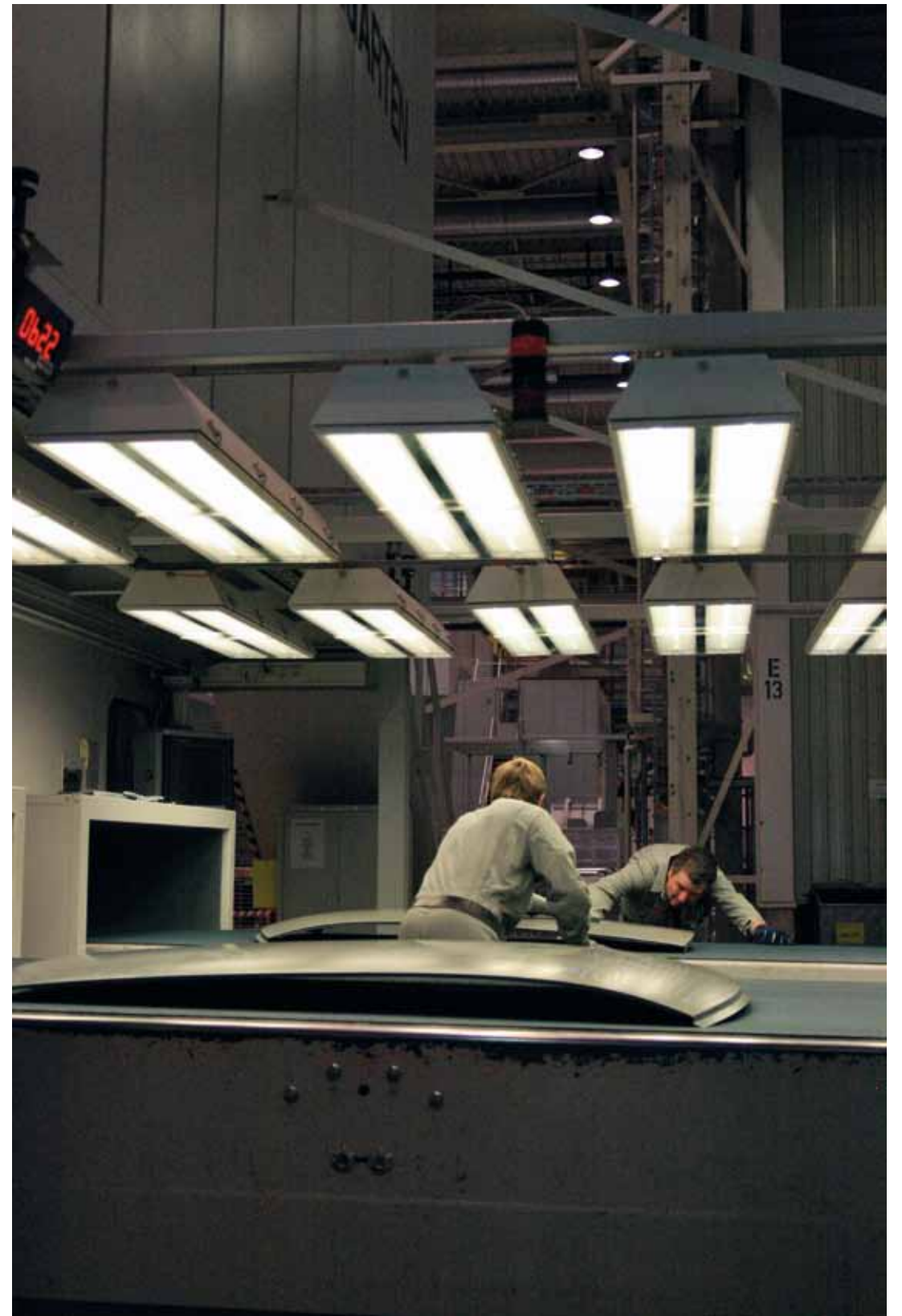




























**L'ARGENT
EST PPAUVRE.**

NE PAS NE PAS JETER SUR LA VOIE PUBLIQUE











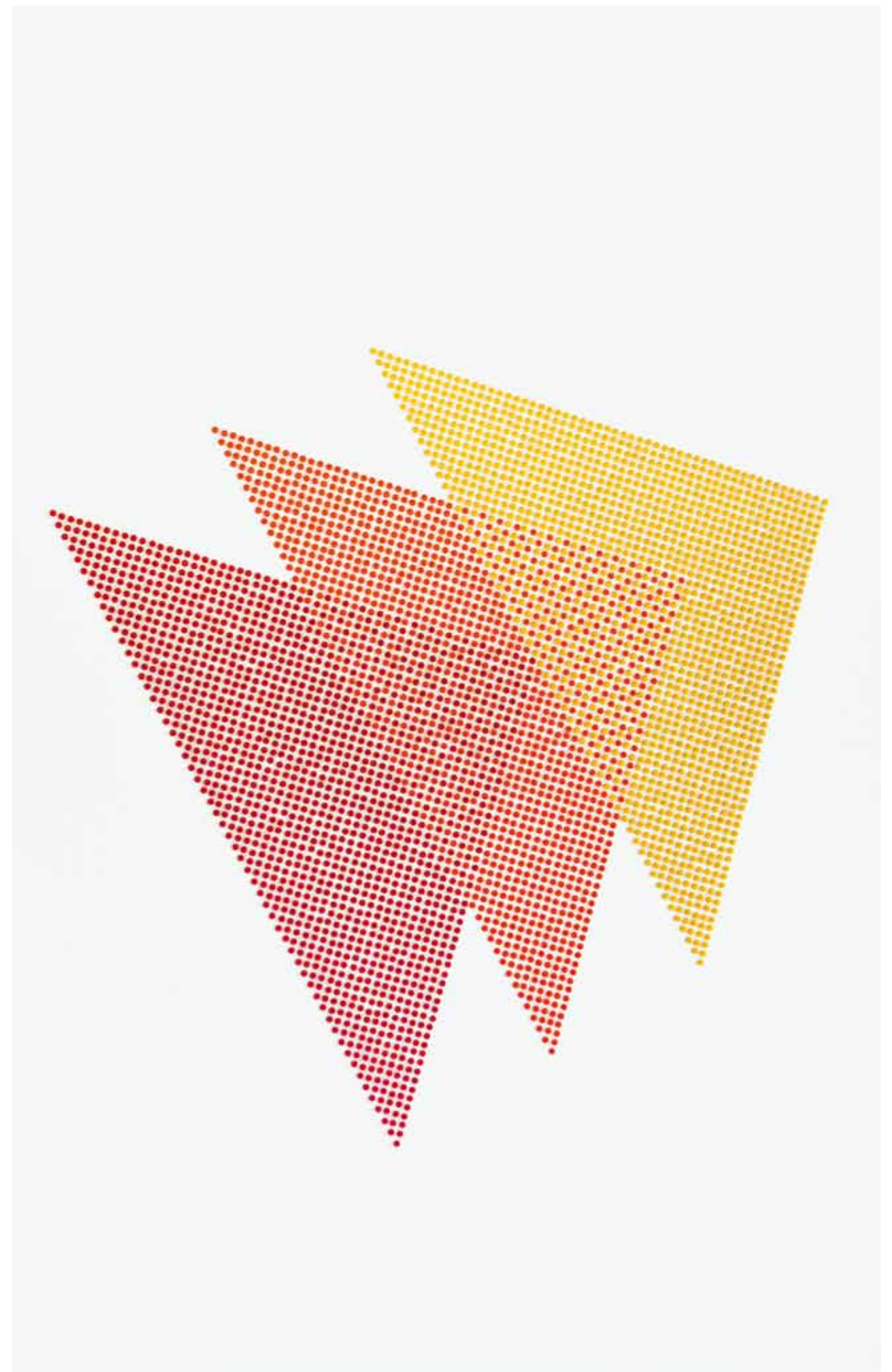
Hervé Fischer Dans une abondance de Choix
→ Le monde comme il va
Spéculation, passion et anxiété, Nasdaq

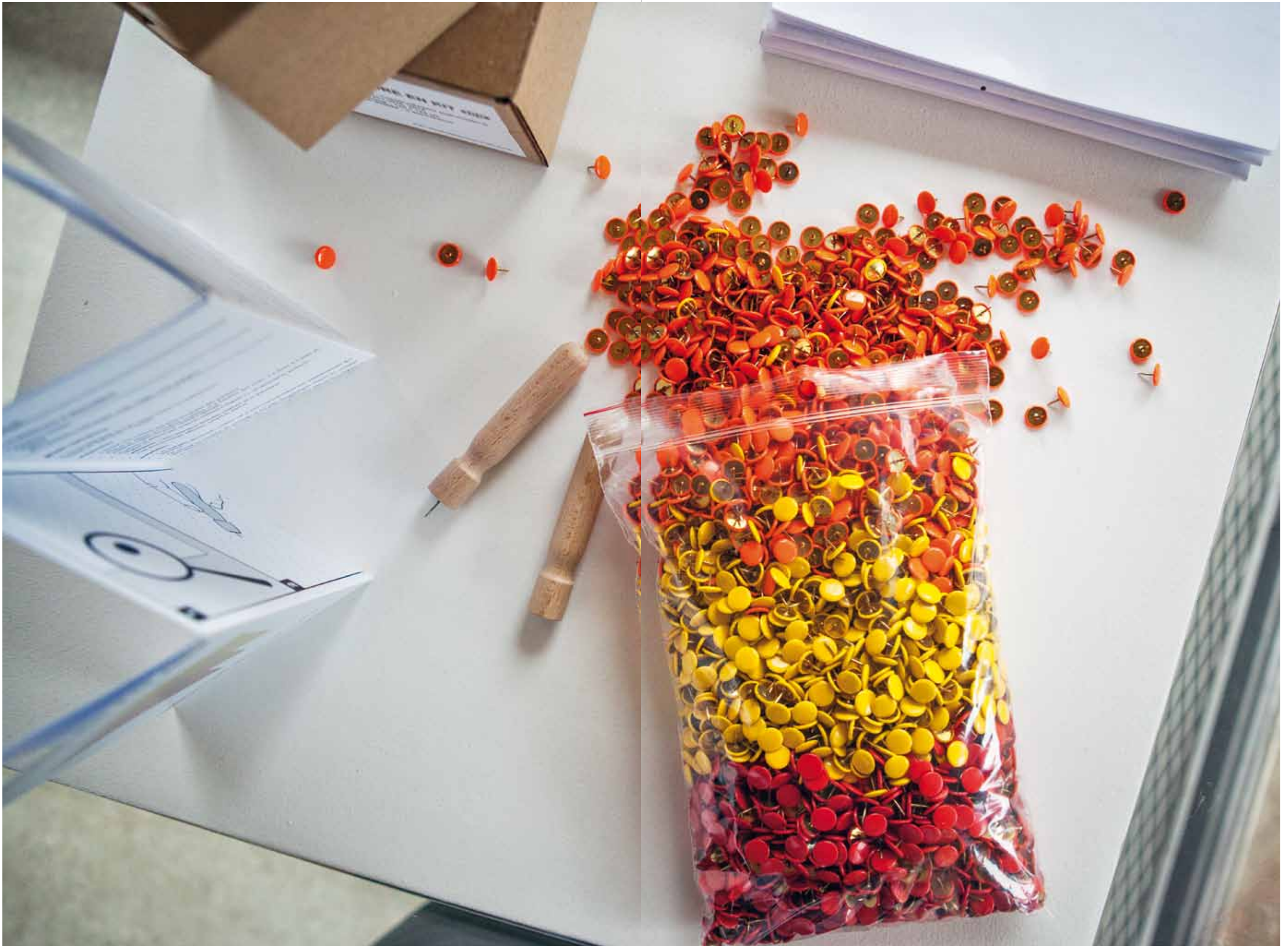




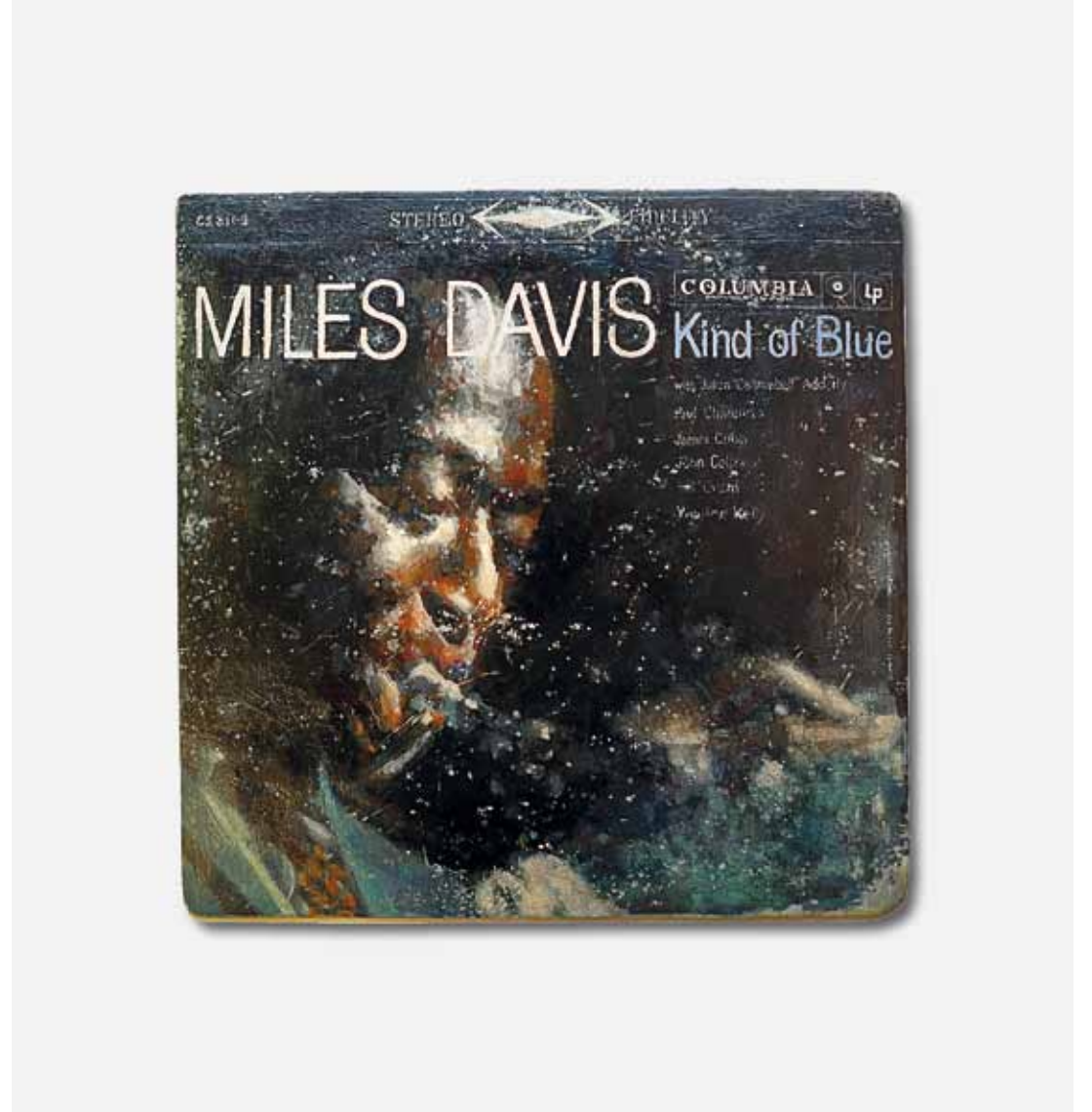














Burak Arikan

→ 142-144

Né en 1976 à Istanbul (Turquie).

Vit et travaille à New York (États-Unis).

Formé au MIT et élève de John Maeda, Burak Arikan est l'un des plus étonnants créateurs d'images numériques. Pour les produire, Burak Arikan crée des programmes, à la différence de nombreux prédécesseurs pionniers de l'art *new media* qui utilisent les ordinateurs et Internet comme source d'inspiration et ont recours à une technique ou à un lieu d'exposition. Ses programmes lui servent aussi bien à explorer le monde – les relations sociales, les réalités politiques et économiques, les liens entre ces différents systèmes et ceux qui se jouent à l'intérieur d'eux-mêmes – qu'à créer des images, fascinantes, vertigineuses, mouvantes, esthétiques et poétiques. Les représentations des réseaux sociaux, artistiques, institutionnels, conceptuels deviennent de mystérieuses constellations. Présentées à la dernière Biennale d'Istanbul, en pleine période des manifestations de rue « Resist Gezi », ses explorations des réseaux économiques – notamment des liens entre les grands médias (dont la presse) et les sociétés turques de construction – ont alimenté la révolte qui grondait alors à Istanbul.

Pour *Économie humaine*, Burak Arikan présente un travail orienté vers l'analyse de la politique et du commerce de l'art. Concrètement, il s'agit d'un travail interactif permettant aux spectateurs d'étudier, dans les moindres détails, certains réseaux d'artistes, de collectionneurs, de mécènes, d'institutions artistiques afin d'entraîner le fonctionnement et le financement de ce que l'on appelle « le monde de l'art ».

Artist Collector Network : Phase III est la troisième phase de ce projet, au cours duquel chaque collectionneur contacté était invité à fournir une liste d'artistes présents dans sa collection privée. Les listes ainsi collectées, une fois insérées dans un diagramme modulé par des simulations automatiques, permettent de créer des liens. Les noms dans leur ensemble trouvent alors naturellement leur place sur l'écran, nous révélant certains « acteurs centraux », ainsi que les liens directs ou indirects qui relient l'ensemble des acteurs. Dans ce projet, la carte réseau est une interface algorithmique. Gérée par analyse computationnelle, elle met en lumière certaines interactions tout en filtrant d'autres. Burak Arikan nous livre ainsi un véritable système de

prévision algorithmique qui permet d'établir les futurs liens entre artistes et collectionneurs et d'analyser jusqu'à la probabilité qu'un collectionneur acquière une œuvre d'un nouvel artiste.

Born 1976 in Istanbul (Turkey).

Lives and works in New York (USA).

Burak Arikan is one of the most surprising creators of digital images working today. Unlike many of his elders, the pioneers of new media art for whom computers and the internet represent a source of inspiration, a medium or exhibition space, this MIT graduate who trained with John Maeda creates his own programmes. He also uses these programmes to explore the world, social relations, and political and economic realities, as well as the links between these different systems and those that are acted out within them, but also to create his fascinating, vertiginous, shifting, aesthetic and poetic images. The representations of social, artistic, institutional and conceptual networks turn into mysterious constellations. Arikan's explorations of economic circuits and, in particular, the connections between the visual and the print media and Turkish construction companies were presented at the last Istanbul Biennale, right in the middle of the "Resist Gezi" demonstrations, where they fed the spirit of rebellion running through the city.

For *Économie humaine* Arikan is showing a work relating to the analysis of politics and the art trade. This interactive piece enables visitors to examine the slightest details of networks of artists, collectors, patrons and artistic institutions, and thus to glimpse at the functioning and the financing of what we know as "the art world." *Artist Collector Network : Phase III* represents, then, the third part of his project, when each collector was asked to provide the list of artists in his private collection. These lists were then put into a diagram modulated by automatic simulations, making it possible to create links. The names then appear together on the screen revealing the "central players", as well as the direct and indirect connections between all the players. In this project, the network map is an algorithmic interface. Managed by computational analysis, it highlights some interactions while filtering out others. Burak Arikan thus offers a real algorithmic prediction system that makes it possible to establish future links between artists and collectors, and even to analyse the probability of a collector acquiring a work by a new artist.



Conrad Bakker

→ 138–141

**Né en 1970 dans l’Ontario (Canada).
Vit et travaille à Urbana (États-Unis).**

Conrad Bakker appartient à cette époque que l’on appelle parfois « de l’objet proliférant », dans laquelle la société industrielle a précipité l’homme occidental. L’objet proliférant, en termes symboliques, c’est la ruine de l’objet lui-même au profit du multiple : d’objet, il devient produit. Dans ce contexte, l’une des vocations de l’artiste est tracée : se réapproprier la production à la mesure et au rythme de l’homme, et ouvrager, en homme de l’art, les objets qui envahissent le quotidien. Bakker rend compte de l’état de concurrence entre le monde de l’art et celui de la production, l’artiste se donnant comme mission de critiquer certes, mais aussi de réhumaniser ce dernier et de doter ses « objets » (ses œuvres) d’un supplément d’âme et de symbolique artistique.

Conrad Bakker reproduit ainsi des objets à la fois ordinaires et signifiants : des livres, des pochettes de disques, des tableaux *Do It Yourself*, des objets divers en vente sur eBay : reproductions de bois que l’artiste, peintre de formation, peint pour leur donner une illusion de vérité, tout en soulignant leur nature artisanale. Pour le musée Automobile de Detroit, Bakker va, en toute logique, s’intéresser à l’économie de l’automobile, et réaliser une automobile en bois, presque grandeur nature. Pour l’exposition *Motopoétique* (musée d’Art contemporain, Lyon, 2014), il reproduit, de même, la célèbre motocyclette de l’écrivain John Pirsig, auteur du mythique *Traité du Zen et de l’entretien des motocyclettes*. Inspiré par *Le Capital* de Marx, il réalise une copie de cet ouvrage, encore et toujours en bois peint, qu’il met en vente sur eBay, à un prix qui est celui de l’édition courante de cette publication.

Pour l’exposition *Économie humaine*, Conrad Bakker présente *Any Thing You Want* (Toute chose que vous voulez). Un travail qui est à la fois un concept, une œuvre unique à chaque fois, un multiple de promotion et une vraie consolation : voici un système économico-artistique qui vend des objets – certes, mais empathiques – et du savoir-être comme surplus du savoir-faire. Vous avez perdu votre Jeff Koons ? Le couteau suisse de votre grand-père, auquel il tenait tant et qu’il vous avait transmis ? Votre platine sur laquelle tournait un vinyle de Miles Davis ? Vous aimeriez tant retrouver ces objets qui sont, pour vous,

bien plus qu’un objet : une relique, une icône, un souvenir, un double ? Conrad Bakker reproduira pour vous, toujours en bois peint, l’objet manquant au tableau de vos rêves. Un jour ou l’autre, vous en aurez besoin : vous aurez besoin de Conrad Bakker pour réanimer, pour réactiver et faire revivre un vieux rêve oublié ou un doudou de l’enfance.

**Born 1970 in Ontario (Canada).
Lives and works in Urbana (United States).**

Conrad Bakker makes art for the age of what is sometimes called “the proliferating object,” the age initiated by industrialisation. In symbolic terms, this proliferation means the ruin of the object itself in favour of the multiple: the object becomes a product. Hence one of the roles that falls to the artist: to reappropriate production and place it on a human scale and a human rhythm, and to work on these objects that invade everyday life as a man of art. Bakker is aware of the competition between the world of art and the world of production, and, as an artist, sets out to criticise but also to re-humanise the latter, and to bestow an extra dimension of “soulfulness” and artistic symbolism on its “objects.”

He does so by reproducing objects that are at once ordinary and significant: books, record covers, paintings by numbers, and various objects for sale on eBay. He makes these objects in wood and then paints them to make them look lifelike (his artistic training was as a painter) while underscoring their artisanal nature. For the automobile museum in Detroit, Bakker very logically looked at the economy of the car and made a wooden vehicle, close to the real size. For the exhibition “Motopoétique” at the Musée d’Art Contemporain in Lyon (2014), he reproduced the famous bike ridden by John Pirsig, the author of the cult classic *Zen and the Art of Motorcycle Maintenance*. Inspired by Karl Marx’s famous book *Das Kapital*, he even made a copy of the book, again in painted wood, and put it up for sale on eBay at the regular price of the common paperback.

For *Économie humaine* Bakker is presenting *Any Thing You Want*, a piece of work that is at once a concept, a unique work each time, a promotional multiple, and a genuine consolation: here is an economico-artistice system that sells objects, yes, but sympathetic ones, and sells knowing-how-to-be as the surplus of know-how. You have lost your Jeff Koons ? Your grandfather’s treasured Swiss army knife, the one he left you ? The turntable on which you played Miles Davis ?

You would dearly love to get back these objects which are so much more than objects to you, that are relics, icons, memories, doubles ? Well, Bakker will reproduce for you the object that is missing from the picture of your dreams. In painted wood, as ever. For there will surely come a time when you need them, when you need Conrad Bakker to revive, to reactivate or to bring back to life a forgotten dream or a childhood comforter.

Yann Dumoget

→ 72–75

**Né en 1970 à Calais (France).
Vit et travaille à Montpellier (France).**

Yann Dumoget est fondamentalement un artiste de la participation, un artiste pour qui la relation, le contact direct avec l’autre sont essentiels. Son attention à la dimension sociale de l’art lui inspire, notamment, *Le Chant des pistes* (2008-2010), un long voyage ulysséen, une action relationnelle et participative autour du monde. Tout au long d’un circuit dont le maître mot est le lien, Dumoget se déplace au hasard des rencontres, un hasard tout relatif, puisque chaque nouvelle étape aura été recommandée par les personnes rencontrées lors de l’étape précédente. À l’arrivée, une carte géante et divers menus souvenirs témoigneront du périple de l’artiste.

De voyage humaniste en économie humaine, du *Chant des pistes* à l’Islande en crise, Yann Dumoget conçoit *Superadditum*, en référence au terme théologique *Donum superadditum*, grâce divine accordée à l’être humain déchu et qui lui permet de se transcender en créant. Dumoget définit son projet comme une action invitant chaque Islandais à devenir sa propre banque et à dessiner sa propre monnaie – ou comment transformer un désastre économique en jeu créatif. Le *Superadditum* de Yann Dumoget ? Une tentative artistique de désendettement de l’Islande grâce aux économies personnelles de son auteur, lui-même affecté par la crise : en effet, les concepteurs de billets sont invités, s’ils le souhaitent, à changer ensuite leurs « billets créatifs » contre des couronnes islandaises à un cours « flottant » négocié avec l’artiste. Ils peuvent aussi choisir de recevoir ultérieurement un pourcentage sur la vente des billets de banque devenus œuvres d’art.

« À la manière décalée qu’emploient toujours ceux qui se piquent de traiter d’un sujet qui les

dépasse, j’ai voulu tenter l’expérience en poussant le raisonnement jusqu’à l’absurde : imaginons que chacun de nous crée sa propre banque, batte sa propre monnaie et décide de l’illustration de ses billets. Imaginons que cette monnaie soit convertible en couronnes islandaises et que l’on puisse spéculer sur son taux de change en misant sur la faculté de l’artiste initiateur du projet (moi) à faire monter sa cote. Petit clin d’œil aux traders qui investissent dans l’art, placement contracyclique à fort rendement ou machine à créer un supplément d’âme ? », conclut l’artiste, aussi modeste qu’engagé.

**Born 1970 in Calais (France).
Lives and works in Montpellier (France).**

Yann Dumoget is essentially an artist of participation, an artist to whom participation and the relation to the other are essential. His attention to the social dimension of art lies behind a work such as *Le Chant des pistes* (2008–10), which is a form of odyssey, a relational and participatory action carried out around the world. Throughout a circuit where connectivity is the key, Dumoget goes from encounter to encounter, proceeding by chance but only to a degree, in that each new stage results from the recommendations made by the people met in the previous phase. Upon arrival, a giant map and various modest souvenirs bear witness to the artist’s journey.

From a humanist journey to the human economy, from the *Chant des pistes* in a crisis-ridden Iceland, Dumoget conceived *Superadditum*, in reference to the theological term *Donum superadditum*, the divine grace granted to the fallen human being, the grace that enables him to attain transcendence by creating. Dumoget defines his project as an action inviting each Icelander to become their own bank and to design their own currency, thus an action transforming an economic disaster into a creative game. His *Superadditum* is an artistic attempt to dis-indebt Iceland thanks to the personal savings of the artist, who is himself affected by the crisis: the designers of the notes are invited, if they wish, to exchange their “creative notes” against Icelandic króna at a “floating” rate negotiated with the artist. The alternative is to receive later a percentage on the sale of the banknotes that have become works of art.

“In the offbeat way always used by those who take it upon themselves to deal with a subject beyond their reach, I wanted to try this experiment by pushing the logic to absurd lengths: imagine

that we could all create our own bank, mint our own currency, and decide on the illustration of its notes. Imagine that this currency could be converted into Icelandic króna, and that we could speculate on its exchange rate by wagering on the ability of the artist initiating the project (me) to raise its value. Could it be a little nod to the traders who invest in art, a counter-cyclical high-yield investment or a machine for adding extra soul?" Thus concludes the artist, who is as modest as he is engaged.

Jean-Baptiste Farkas

→ 65–67

Né en 1968 à Paris (France).

Vit et travaille à Paris et sur l'île de la Réunion (France).

Le projet de Jean-Baptiste Farkas est d'offrir ses services : « *Exposer revient pour moi à faire partager au spectateur les étapes d'un processus. Je m'oppose en cela à l'exposition d'objets finis pour faire prédominer la notion d'activité sur celle de contemplation. J'envisage l'art comme une pratique rattachée à la vie. Travailler techniquement à une utopie est une forme d'engagement [...]* ».

Jean-Baptiste Farkas a ainsi créé deux entreprises utopiques qui relaient cette volonté et correspondent à deux types de gestes que l'artiste affectionne : contrarier (IKHÉA@SERVICES) et soustraire (Glitch). Il n'y a pas ici de dénigrement frontal de l'entreprise classique, celle-ci est plutôt utilisée, détournée, « contrefaite » avec dérision et dans l'intention de « dé-ranger ». « *Contrefaçon d'une des plus riches entreprises mondiales (IKEA), IKHÉA@SERVICES trouve son origine dans un geste d'usurpation symbolique* », explique encore l'artiste créateur d'entreprises. IKHÉA@SERVICES se présente ainsi comme un négatif inspiré du mythe moderne de la production : par contrat (avec une personne privée, une galerie d'art...), l'artiste s'engage à accomplir un travail dont le principe d'efficacité est inversé : démolir un fragment d'habitat ; passer à la broyeuse des documents indispensables ; faire servir avec une lenteur extrême, lors d'un vernissage, les boissons proposées aux personnes présentes... L'artiste nous invite très concrètement à nous libérer des objets auxquels nous tenons, telles les œuvres d'art. Il nous propose par là une critique en acte de ce monde dit « de l'art ».

Glitch, pour sa part, vante les qualités négatives des articles et des prestations offerts en son nom, tel un « inventaire des moins », car « *Glitch, c'est beaucoup plus de moins.* » Que l'artiste pratique le dérangement productif, l'élimination du « trop » ou diverses perturbations symboliques, son mode opératoire sera toujours le même : il n'agit pas en principe lui-même, mais met à disposition « d'autres » ses modes d'emploi, qui font l'objet d'une prise en charge. L'utopie est accompagnée !

Dans *Économie humaine*, Jean-Baptiste Farkas propose dix posters tirés *Des modes d'emploi et des passages à l'acte*, un manuel qui condense dix années d'activité d'IKHÉA@SERVICES et de Glitch : *Perdre son temps (variante)* ; *Donner / Casser* ; *Au nom de l'art* ; *Soustraire* ; *La Voie de l'incompétent* ; *L'Inventaire des moins* ; *Substituts* ; *Glitchrécolte* ; *Délestage* ; *Surévalué*.

Born 1968 in Paris (France).

Lives and works in Paris and in Réunion Island (France).

Jean-Baptiste Farkas's artistic project involves offering his services. "For me, exhibiting is a way of sharing the stages in a process with the viewer. In this sense I go against the exhibition of finished objects and emphasise, instead, the notion of activity rather than that of contemplation. I see art as a practice linked to life. Working technically on a utopia is a form of engagement."

Farkas has thus created two utopian enterprises that enact this concern and correspond to two types of actions favoured by the artist: countering ("IKHÉA@SERVICES") and subtracting ("Glitch"). There is no frontal denigration of mainstream business; rather, it is used, appropriated and "faked" with a mixture of mockery and the will to upset a little the applecart. "An imitation of one of the world's richest businesses (IKEA), 'IKHEA@Services' originated in an act of symbolic usurpation," explains the artist as an entrepreneur. "IKHEA@Services" comes across as a negative inspired by the modern myth of production: in a contract signed with a private individual or an art gallery, the artist carries out a piece of work in which the principle of efficiency is reversed: demolishing a fragment of a dwelling; putting vital documents through the shredder; serving the drinks at a gallery's private view with maddening slowness, etc. As for "Glitch," it touts the negative qualities of the items and services offered in its name, like a "list of minuses" – because "*Glitch, c'est beaucoup plus de moins.*"

Whether the artist is deranging production, eliminating what is "too much" or engaging in other symbolic perturbations, his *modus operandi* never varies: he does not act himself, but makes his methods available to others, who then take them up. Utopia is accompanied!

At *Économie humaine* Farkas is presenting ten posters from *Des modes d'emploi et des passages à l'acte* (From Instructions to Actions), a manual summing up ten years of activity of "IKHÉA@SERVICES" and "Glitch": *Perdre son temps (variante)* [Wasting Time (Variant)]; *Donner / Casser* [Giving/Breaking]; *Au nom de l'art* [In the Name of Art]; *Soustraire* [Subtracting]; *La voie de l'incompétent* [The Way of the Incompetent]; *L'inventaire des moins* [The Inventory of Minuses]; *Substituts* [Substitutes]; *Glitchrécolte* [Glitch-harvest]; *Délestage* [Unballasting] and *Surévalué* [Overrated].

Hervé Fischer

→ 124–127

Né en 1941 à Paris (France).

Vit et travaille à Montréal (Canada).

Artiste et philosophe, écrivain et plasticien, penseur et bricoleur, sérieux et ludique, Hervé Fischer est un pionnier infatigable de l'art sociologique et de l'utilisation des nouveaux médias dans l'art. Il est également le fondateur et directeur de l'Observatoire international du numérique de Montréal et, à tous ces titres, un inventeur perpétuel de nouvelles approches poétiques et de leur partage. Cofondateur de Science pour tous, cet homme convaincu de la supériorité de l'intelligence partagée (qu'il distingue de l'intelligence collective) sur l'individuelle est aussi un laïc résolu, qui appelle à la révolte contre toute forme d'intégrisme religieux. À Jérusalem, il préfère Athènes et à « l'homme à genoux » qui attend la révélation, « l'homme debout », le Grec qui fait face aux dieux par l'expérience, la raison et la philosophie (*Nous serons des dieux*, 2006).

Hervé Fischer est convaincu du potentiel humain. Pour lui, l'économie est telle que nous la faisons : foncièrement humaine. Une économie qu'il n'a de cesse d'humaniser encore en la représentant, par exemple en donnant aux graphiques d'apparence mathématique et statistique qui la quantifient une forme artistique, en conséquence humanisée – comme les exemplaires de graphiques et de codes-barres

peints présentés dans l'exposition *Économie humaine*. Et qu'il rejoue volontiers et sans relâche sur de nouveaux territoires. Ainsi, en 2011, lance-t-il « Tuitart » et la « Tweet philosophie » sur Twitter, concrétisant le concept d'« esthétique de la communication » au plus près des habitudes d'aujourd'hui.

En 2014, Hervé Fischer crée également le concept de « Kickstarter » dans la lignée de son « Art Postal », un projet inédit de peinture performative collective sur le thème de l'engagement social dans la création culturelle : « *Chacun de nous*, indique-t-il, est *potentiellement un artiste. Je vous invite à vous associer à cette peinture collective en lui imprimant votre marque personnelle (et en versant ne serait-ce qu'un dollar). Je serai votre exécutant pendant trente jours en peignant le nombre [de participants] et le montant cumulé des contributions de tous, à la manière des tableaux de variation économique et de spéculation financière de la bourse.* » La culture peut être plus importante que l'économie, affirme l'artiste dans cet appel à la participation et à « montrer ensemble ». Avec « Kickstarter », Hervé Fischer se donne pour objectif de créer une nouvelle œuvre partagée, emblématique de l'époque qui est la nôtre. L'occasion d'affirmer, une fois encore, la force humaine d'une création intégrée dans une économie qui, finalement, ne l'est pas moins.

Born 1941 in Paris (France).

Lives and works in Montreal (Canada).

Artist and philosopher, writer and *plasticien*, thinker and *bricoleur*, serious and playful, Hervé Fischer is an indefatigable pioneer of sociological art and of the use of new media in art. He is also the founder and director of the International Digital Observatory in Montreal and, in all these ways, a perpetual inventor of new poetic approaches and ways of sharing them. This man, convinced of the superiority of shared intelligence (which he distinguishes from collective intelligence) over its individual form, co-founder of *Science pour tous* (Science for All), is also an ardent secularist, who urges revolt against all forms of religious fundamentalism. To Jerusalem he prefers Athens, and to the "kneeling man" awaiting revelation, the "upright man," the Greek who stands up to the gods with experience, reason and philosophy (*Nous serons des dieux* [We Shall Be Gods] 2006).

Hervé Fischer is an ardent believer in human potential. For him, the economy is what we make

of it: fundamentally human. An economy that he is constantly humanising even further by representing it, for example by giving an artistic form to the mathematical and statistical graphs and diagrams used to quantify it, and thereby humanising them. Have a look at the painted graphs and bar codes seen in the exhibition “Économie humaine.” These he has readily and tirelessly revisited in new territories. In 2011, for example, he launched “Tuitart” and “Tweet philosophie” on Twitter, thereby giving concrete form to the concept of the “communications aesthetic” in a way that could not be closer to contemporary habits. In 2014 Fischer also created the “KickstARter” concept in the line of his “Art Postal,” a new project involving collective performative painting on the theme of social engagement in cultural creation. “We are all,” he says, “potentially artists”. I invite you to join in with this collective painting by giving it your personal imprint (and by paying just a dollar). I shall be your executant over a period of thirty days, I shall paint day, after day during the project, the variation line (diagram) of the number of contributors and amount of your donations, in the manner of tables of economic variations and stock market financial speculation.”

Culture can be more important than the economy, says the artist in this invitation to participate and to “show together.” In “KickstARter,” Fischer sets out to create a new shared work, emblematic of our times. Here is another chance to affirm the human power of integrated creation in an economy that, in the end, is similarly integrated.

Sean Hart

→ 112–115

Né en 1981 à Lyon (France).

Vit et travaille dans le monde entier au rythme de ses résidences.

Sean Hart est arrivé à l’art créé à même l’espace public par insomnie plus que par la lecture de Guy Debord. Ce post-post-situationniste est inspiré d’abord par les graffitis des autres et c’est pas à pas qu’il va concevoir son vocabulaire propre et ses collections de slogans. Son intention ? « *Mettre en place la surprise, le dérangement, les perturbations, la poésie en milieu urbain* ». Il interviendra ainsi, avec la série *Night’s Almost Gone*, sur des matelas laissés

à l’abandon dans Paris. Plus récemment avec la série *Ne pas jeter sur la voie publique*, ses slogans écrits sur des tracts distribués aux passants font appel à leur responsabilité citoyenne : « *ne jetez pas mes mots, lisez-les, gardez-les, pensez-y* »... Dernièrement, Sean Hart a investi les panneaux publicitaires de la RATP pour leur faire dire que le métro est en passe de prêter refuge au *street art*, qui ne se « retrouve » plus dans la rue.

En 2012, Hart fonde la société multinationale fictive *Mydrisis Entertainment*, un titre qui souligne, non sans dérision, l’ambiguïté de la démarche. La mydriase (élargissement de la pupille) est aussi bien un signe de sevrage chez les toxicomanes qu’un appel à la rencontre (confer les pupilles hyper-dilatées des personnages de manga). Et l’*entertainment* est probablement à l’opposé même de ce que l’artiste souhaite susciter : la réflexion du sujet, plus que sa distraction. Les réflexions de Sean Hart sont largement reprises et relayées par *All City* et le Web en général : ses slogans y font mouche, largement partagés sur les réseaux sociaux. L’un des plus beaux résonne comme une naissance en un cri d’effroi et de joie conjugués : « La liberté se prend comme se donne la vie. Avec violence et dans le bruit. »

Pour l’exposition *Économie humaine*, Sean Hart investit la pelouse de HEC. Dans cette institution où l’on enseigne les savoirs et la sagesse de la gestion et du commerce, il interpelle étudiants, professeurs et visiteurs d’un autre cri : « L’argent est pauvre ». Curieuse affirmation. Car si l’argent est pauvre, comment alors devient-on riche ? Si l’argent est pauvre, encore, pourquoi le rechercher ? Pourquoi le partager ? Un autre slogan de Sean Hart nous invite à « Questionner les questions ». Et c’est bien ce que l’artiste nous incite à faire, dans le métro comme à HEC : à déplacer notre regard, notre pensée et nos désirs.

Born 1981 in Lyon (France).

Lives and works around the world, wherever his residencies take him.

It was sleepless nights more than the writings of Guy Debord that brought Sean Hart to art in the public space. This post-Situationist was inspired first of all by other people’s graffiti, gradually building up his own vocabulary and collections of slogans with a view to “creating surprise, derangement, derangement. Poetry in the city.” In his *Night’s Almost Gone* series, for example,

he intervened on abandoned mattresses left around the streets of Paris. More recently, the series *Ne pas jeter sur la voie publique* (Do Not Litter) involved slogans written on leaflets handed out to citizens, appealing to their sense of civic responsibility: don’t throw my words away, read them, keep them, think about them. Not long ago, Hart invaded to the billboards in the metro of Paris, getting them to say that the underground was becoming a refuge for street art, which could no longer find a place above ground. In 2012 he founded the fictive multinational corporation *Mydrisis Entertainment*, a name that rather mockingly underscores the ambiguity of his approach. For “mydrisis is a dilation of the pupils that may relate both to drug use or sexual invitation (hence the hyper-dilated pupils of manga characters). Meanwhile, “entertainment” is probably the last thing the artist wishes to provide here, since he is more concerned with getting the individual to think rather than to enjoy a bit of escapism. Hart’s thoughts are abundantly repeated and communicated by “All Cities” and by the web in general, where their pertinence is reflected in their popularity on social media. One of the finest examples like a birth, in a mixed cry of dread and joy: “You take your freedom the way you give life. With violence, and noisily.”

For *Économie humaine* Hart is taking over the lawn at HEC Paris and in this prestigious setting where the science and the sapience of management and business are taught, he challenges the students, the teachers and the visitors with another cry: “Money is poor.” Strange. If money is poor, then how do you become rich? And if money is poor, why try to get hold of it? Why share it? Another of Hart’s slogans enjoins us to “Question the questions.” And that is what this artist gets us to do, in the metro and at HEC: to displace our gaze, our thoughts and our desires.

Marc Horowitz

→ 80–83, 116–117

Né en 1976 à Westerville (Ohio, États-Unis).

Vit et travaille à Los Angeles (États-Unis).

Marc Horowitz est un artiste du collectif et du contexte, qui se donne comme mission, pour survivre, d’améliorer le monde à ses propres frais. Premier épisode, le *National Dinner Tour* naît

d’un acte de dérision : Horowitz travaille comme photographe chez Crate & Barrell et s’ennuie... Sur le pan blanc d’une photo, il écrit alors *Dinner with Marc* et son numéro de téléphone portable. Le catalogue est envoyé à des millions de ménages avec cette mention désormais imprimée. L’artiste, dès le lendemain, reçoit des dizaines de milliers d’invitations à dîner, affrète un camping-car et se met en route. Cent quatre-vingts dîners plus tard naît le *National Dinner Tour*, recension de cette expérience hors norme. Marc Horowitz devient l’un des *Bachelors* les plus célèbres des États-Unis.

Ce type de médiatisation est nécessaire à Marc Horowitz pour réaliser sa volonté d’interagir avec l’autre – avec *tous les autres*. En novembre 2010, sponsorisé par Creative Time, deuxième épisode de sa saga : l’artiste passe un mois à suivre « The Advice of Strangers », l’avis d’inconnus. Pour *Signature Series*, troisième épisode, présenté dans le contexte d’*Économie humaine*, l’artiste dessine son prénom – « Marc » – sur une carte des États-Unis, puis il en suit le tracé obtenu par la route et traverse 19 villes ou villages. En passant par ceux-ci, l’artiste « améliore » ces agglomérations aussi loufoques qu’irrésistibles, voire émouvantes. À Walsenburg dans l’État du Colorado, Horowitz imite le Junkyard Viking, célèbre danseur des parades techno, et invite les gens de ce coin perdu à danser avec lui. Ailleurs, Horowitz va « réanimer » des personnes âgées dans une maison de retraite. Déguisé en clown, l’artiste réveille, en chacun des vieillards présents, le *power animal* qui l’habite. La vie réapparaît, née de la relation, en même temps que le sourire.

Marc Horowitz, à sa manière à la fois convaincue et incrédule, engage le dialogue coûte que coûte. Il crée encore, dans cette perspective, un « Center for Improved Living » itinérant dans lequel il convie tout un chacun à venir expérimenter tout et n’importe quoi (qui n’est jamais, en vérité, n’importe quoi), à y apporter, sur un mode ludique et décontracté, ses idées pour un échange, une discussion ou une relance réflexive. Tel que l’envisage Marc Horowitz, l’art est toujours participatif. L’homme n’est-il pas un animal social ? Pour l’artiste, parce qu’il est un homme au service des hommes, de leur soif de réalisation et de leur appétit de transcendance, l’action collective est de rigueur : elle constitue le partage créatif comme une forme déviante de l’économie solidaire.

Born 1976 in Westerville (Ohio, USA).
Lives and works in Los Angeles (USA).

Marc Horowitz is an artist of the collective and the contextual whose self-given mission is, a means of survival, to take it upon himself to improve the world. The first episode, the *National Dinner Tour*, began with an act of mockery. Horowitz was working as a photographer’s assistant for Crate & Barrel and was bored. So he wrote “dinner w/marc” and his real phone number on a whiteboard placed in the middle of the set for a home office photo shoot. The picture made it into the catalogue and was sent to millions of homes. The next day, the artist started receiving thousands of invitations to dinner. A hundred and twenty meals later, he had the *National Dinner Tour*, a recording of this most unusual experience. Horowitz had now become one of the “hottest bachelors” in the US.

This kind of media reach is necessary for Horowitz in his efforts to interact with others – with *all others*. In November 2010, the artist was sponsored by *Creative Times* for the second episode of his saga, when he spent a month taking *The Advice of Strangers*. For the *Signature Series*, the third episode, presented in “Économie humaine,” the artist signed his given name, Marc, on a map of the United States, and then followed the resulting route transposed onto the actual terrain. In the course of the absurd, irresistible and moving results, the artist “improved” nineteen towns and villages, including Walsenburg Colorado, a lost spot out in the boondocks where, imitating the famous techno parade dancer, the Junkyard Viking, Horowitz invited people to come and dance with him. Dressed up as a clown, the artist reawakened the “power animal” slumbering in every old person in a retirement home. Life revives, sparked by these impromptu relations, and revives with a smile.

Full of conviction yet incredulous, Horowitz will do anything to start up a dialogue. One initiative being his travelling “Center for Improved Living,” where he invites people to experiment something, anything (though it is always quite something), to bring ideas for exchanges and discussion, or new ideas, in a playful and relaxed manner. As Horowitz conceives it, art is always participative. Is not man a social animal? For the artist, a man who is here to serve other men, to serve their desire to achieve and their hunger for transcendence, and collective action is a must; it constitutes creative sharing as a deviant form of the solidarity economy.

Joël Hubaut

→ 120–123

Né en 1947 à Amiens (France).
Vit et travaille en Normandie (France).

Joël Hubaut, qui se dit « grossiste en art », est généralement rangé dans les « artistes inclassables ». Il est en réalité un éminent représentant de l’art compris comme agglutination désordonnée de signes variés, un militant de la propension épidémique et de la désacralisation tous azimuts. Nourri des expériences de Fluxus, il développe une création « transgenre », dont les deux critères éminents sont l’emballage (toujours plus) et la décontraction (marier l’art et le défouloir). Et impliquer l’autre, les autres, tous les autres, à entrer dans son jeu.

À Deauville, avec *La Place rouge à Deauville, installation vive* (1996), Joël Hubaut invite la population locale à une opération, à la fois fête et œuvre « rouge », conviant chacun à se vêtir de rouge, à boire du vin rouge, à le rejoindre avec son véhicule ou son drapeau rouges. Bienvenue donc, notamment, aux pompiers, à la Croix-Rouge, aux peaux rouges, aux pères Noël, aux Brigades rouges, à l’Armée rouge, aux rouges-gorges, aux fourmis rouges, aux haricots rouges, à tous les communistes et aux garçons bouchers.

Mais si l’année 1996 était rouge, le XXI^e siècle, pour Joël Hubaut, sera aussi vert, orange, bleu... Ainsi, depuis 1985, ses *CLOM* (Contre L’Ordre Moral), quatre lettres qui incitent à la révolution, démarche activiste et colorée elle aussi. Les *CLOM* suscités par Joël Hubaut réunissent néophytes, curieux et résistants dans un décor ludique pour aboutir *in fine* à des photographies monochromes. La confusion devient l’ordre et l’ordre un souvenir culturel que l’on s’empresse d’oublier. Pandémie générale : tout contamine tout, dans une ambiance « épidémik » irréductible.

Dans *Économie humaine*, les *CLOM* vont à l’encontre de toute économie, à laquelle ces œuvres opposent – dans un délire contagieux du plaisir de faire et de joie d’être en vie – le *faire*, essentiel chez Hubaut : faire à tout prix, envers et contre toute logique artistique comme économique. Le plaisir, avant toute chose. Le plaisir partagé, qui plus est. Joël Hubaut est humain, profondément humain. Dans le désir, le désordre et la dispersion. En regard de la vie, l’économie pâlit, sauf si elle s’y intègre complètement. Joël Hubaut nous suggérerait-il que, si l’économie est désordre – et surtout si elle est désordre moral, amoral, immoral, antimoral.

Born 1947 in Amiens (France).
Lives and works in Normandy (France).

Joël Hubaut, who styles himself an “art wholesaler,” is generally put in the category of artists you cannot categorize. In fact, he is an eminent representative of art understood as the agglutination of various signs, a militant of epidemic form and desacralisation of everything. Stimulated by the experiments of Fluxus, he develops “trans-genre” creativity whose two eminent criteria are onward impetus (more will have more) and relaxation (letting in art so as to let off steam). And always getting others, all the others, to join the game. For example, with *La Place Rouge à Deauville, Installation vive* (1996), Hubaut invited the local population of this Normandy resort to take part in this artwork-cum-festivity, inviting everyone to dress in red, drink red wine and come along in a red vehicle or carrying red flags. “Welcome, then, among others, are the Red Cross, the redskins, Father Xmas, the Red Brigades, the Red Army, robin redbreasts, red ants, red beans, all communists and butcher’s boys.” But if for Hubaut 1996 was red, then the 21st century will also be green, orange or blue. Witness his *CLOM* (since 1985), four letters that invite revolution against the moralist order (Contre L’Ordre Moral) in another activist, colourful campaign. The *CLOM* events initiated by Hubaut bring together neophytes, the curious and the reluctant in a playful setting, ending up with monochrome photographs. Confusion becomes order, and order, a cultural memory that is hastily forgotten. In a pandemic, everything contaminates everything, in an irreducible “epidemic” atmosphere.

In this “Human Economy”, the *CLOMs* are, precisely, un-economic, opposing any kind of economy in a contagious upsurge of joy in living and doing. Doing is the key thing for Hubaut: doing, whatever the cost, whatever the artistic or the economic logic that may bar the route. Pleasure has primacy. And shared pleasure, boot. Hubaut is humane, deeply humane. In desire, disorder and dispersion. When life is at stake, the economy pales into insignificance, unless it espouses it completely. Might Hubaut be suggesting that, if the economy is disorder, and above all, if it is moral, amoral, immoral and anti-moral disorder, then it is by the same token resolutely human?

Pierre Huyghe

→ 108–109

Né en 1962 à Paris (France).
Vit et travaille à Paris.

Pierre Huyghe a fasciné les spectateurs comme la critique par sa récente exposition personnelle au Centre Pompidou Paris, en 2013. Une exposition dans laquelle les œuvres laissaient libre champ aux situations qu’elles créaient et aux réactions qu’elles suscitaient. Une exposition qui, comme l’ensemble de l’œuvre de Pierre Huyghe, se situe là où fiction et réel se contaminent et s’enrichissent à la fois. On allait alors à Pompidou, selon Emmanuelle Lequeux, non pas tant pour visiter une exposition que « pour écouter un éloge de la paresse et du temps libéré, traquer Blanche-Neige et chanter sous la pluie. Bref, désobéir à la société comme à l’institution. » Ce que l’artiste comme le spectateur ne peuvent réaliser qu’en étant là, de tout leur corps. Pierre Huyghe le dit d’ailleurs avec ses propres mots : « *Je produis des situations. J’intensifie ce qui est là. C’est tout mon travail : intensifier la présence de ce qui est. Ça a toujours été là chez moi.* » Ce *statement* est repris par Tristan Garcia : « *L’œuvre de Pierre Huyghe est l’hôte de cet esprit contemporain nébuleux, par les images, par les dispositifs d’exposition, par les célébrations, par la sexualité, par les corps animaux et humains, qui demande : qui suis-je vraiment ? Et auquel l’écho de sa propre voix répond : neutralisé tu n’es rien ; tu n’es qu’intensité.* » Le souci de Pierre Huyghe de laisser sa place à chacun dans ses œuvres donne à ses pratiques, selon Nicolas Bourriaud, un caractère « *foncièrement démocratique* ».

C’est dans cet espace de liberté, de « démocratie intense », que se situe l’œuvre *Dévoler* présentée dans *Économie humaine*. L’artiste entre dans un magasin, y glisse un objet sur un présentoir, puis marche « innocemment » vers la sortie. Sur une étagère de librairie par exemple, il dépose un livre tiré, d’un geste furtif, d’une poche de sa veste. Ce comportement rappelle celui du voleur à l’étalage et nous interroge sur la légalité d’une action totalement étrangère à la logique marchande. La vidéo, dépourvue de titrage ou de générique (et que l’artiste veut voir présentée « en boucle » avec des vidéos d’autres artistes), restitue un seul geste, aussi simple que subversif : l’inverse du vol. Le don, habituellement considéré comme un acte positif, apparaît ici comme potentiellement

répréhensible. L'échange normatif classique entre produit et monnaie se voit détourné au profit d'une autre dimension, le trouble poétique. En ajoutant un élément, intense comme un cadeau, à une réalité *a priori* équilibrée, Huyghe ne vient-il pas « dévoler » l'ordre même des choses ?

Born 1962 in Paris (France).
Lives and works in Paris.

Pierre Huyghe fascinated visitors and critics alike with his recent exhibition at the Pompidou Centre in Paris (2013), a show in which the exhibits allowed the situations they created and the reactions they provoked to develop freely; a show that, like all of Huyghe's work, existed at the interface where fiction and reality contaminate and enrich each other. In the words of Emmanuelle Lequeux, people went to the Pompidou Centre, indeed, not so much to visit an exhibition as “to listen to a hymn to idleness and freed time, to follow Snow White and sing in the rain. In a nutshell, to disobey both society and the institutions.” Which is something that the artist, like the viewer, can do only by being there, with their whole body.

As Huyghe himself says, “I produce situations. I intensify what is there. That’s the essence of my work.” This statement is echoed by Tristan Garcia: “The work of Pierre Huyghe is home to that nebulous contemporary spirit that, through images, through exhibitions, through celebrations, through sexuality, through animal and human bodies, asks: who am I, really? And to which the echo of his own voice answers: neutralised, you are nothing: you are nothing but intensity.” Huyghe’s concern to give each person their own space in his works endows these with a character that, as Nicolas Bourriaud puts it, is “fundamentally democratic.”

This is the space of freedom, of “intense democracy,” occupied by the work shown in “Économie humaine,” *Dévoler* (De-Stealing). In this piece the artist enters a store, places an object on a presentation stand, and then walks “innocently” towards the exit. For example, he may furtively pluck a book from his jacket pocket and place it on a shelf in a bookstore. The behaviour recalls that of an ordinary shoplifter and makes us question the legality of an action that is quite alien to commercial logic. The video, which has neither titles nor credits (the artist asks that it be shown in a loop, alongside other artists' videos), captures in a single gesture something as simple as it is subversive: the converse of theft. Giving, which

is usually considered a positive action, appears here as potentially reprehensible. The classic, normative exchange between the product and money is subverted so as to open up another dimension: poetic unease. By adding an element, as intense as a gift, to a reality that seems on the surface already balanced, does not Huyghe “steal up on” the very order of things?

Ali Kazma

→ 96–99

Né en 1971 à Istanbul (Turquie).
Vit et travaille à Istanbul.

Ali Kazma, vidéaste et photographe, se consacre, depuis une dizaine d’années, à enregistrer l’activité humaine, la production et la création, dans une intention quasi encyclopédique, mais aussi avec cette question en tête : « How to film a poet ? » (Comment filmer un poète ?), titre d’une de ses expositions de 2011. Car si la machine, l’usine, la production, l’artisanat, voire le travail du corps et la création plasticienne peuvent être représentés par l’image, il n’est pas simple de filmer le travail mental.

Les vidéos d’Ali Kazma – à la fois analytiques et créatives, rigoureuses, minutieuses, mais aussi poétiques – soulèvent des questions fondamentales sur le sens du travail et de l’activité humaine. En pointant sa caméra constamment du côté de la production, et non de la consommation, Kazma élit la position du travailleur. Il rend hommage à son geste, à sa compétence, à sa précision : le travail nous est proposé par l’artiste comme un savoir-faire, comme une des formes constructives de la société. Dans le même temps, l’artiste construit son propre travail : une archéologie poétique de la manière dont l’homme intervient sur lui-même, sur le vivant, sur son environnement, et sur les objets multiples qu’il crée et utilise.

Pour *Économie humaine*, Kazma propose deux vidéos de la série *Obstructions : Automobile Factory* et *Taxidermist*. Dans l’immense usine de construction automobile, les bras articulés des machines semblent humains et leur esthétique dégage une formidable sensualité. Dans *Taxidermist*, le travail de l’artisan expert nous offre, un instant, l’illusion d’une recreation de la vie, suggérant une vision du travail qui refonde les choses, remet de la vie, du sens, là où il n’y en a pas, où il n’y en a plus. Une illusion que l’artiste démonte, mais avec un *timing* très

particulier, puisque l’image la plus crue – celle où l’on voit le taxidermiste dépecer le renard et lui retirer les viscères, écartant par là même toute possibilité de retour à la vie – est présentée à la fin de la vidéo, et non pas au début, dans une inversion de temporalité qui fonde l’ensemble de la série *Obstructions*. Car les *Obstructions*, au sens d’Ali Kazma, sont celles que l’homme essaie d’opposer au temps qui passe et à la mort de toute chose : c’est sa manière de résister, d’exister, d’être au monde, *In It*.

Born 1971 in Istanbul (Turkey).
Lives and works in Istanbul.

Using video and photography, Ali Kazma has spent the last ten years or so recording human activity, production and creation, in an almost encyclopaedic undertaking that is also in part an attempt to answer the question – as the title of his 2011 show demonstrates – of “How to film a poet?” For if the machine, the factory, production, craftsmanship and even the work of the body and visual art can be represented in photographic images, mental work is much harder to film.

At once analytical and creative, rigorous and meticulous but also poetic, Kazma’s videos raise fundamental questions about the meaning of work and human activity. By constantly pointing his camera at production and not at consumption, Kazma adopts the position of the workers, paying homage to their actions, their skills, their precision. He shows us work as know-how, as one of the forms that construct society, while at the same time, as an artist, he is constructing his own work: a poetic archaeology of the way in which man acts on himself, on life forms, on his environment, and on the many different objects he creates and uses.

For *Économie humaine* Kazma is presenting two videos from his *Obstructions* series: *Automobile Factory* and *Taxidermist*. In the huge car construction factory, the articulated arms of the machines seem almost human and their aesthetics exudes a strong sensuality. In *Taxidermist*, the craftsman’s work momentarily offers the illusion of recreated life, suggesting a vision of work as something that re-founds things, that puts life and meaning back where it has disappeared. The artist dismantles this illusion, but with a very particular sense of timing because the rawest sequence here, the one in which we see the taxidermist cutting open a fox and removing its guts, definitively showing the impossibility of resuscitation, occurs at the end of the video and not the beginning, in an inversion

of temporality that is at the heart of the *Obstructions* series. What Kazma understands by this term is man’s attempt to stand up to passing time and death: it is his way of resisting, of existing. Of being *In It*.

Florent Lamouroux

→ 118–119

Né en 1980 à Decize (France).
Vit et travaille à Chinon (France).

Quarante ans après le pop art et l’hyperréalisme américain, Florent Lamouroux renouvelle le genre et rejoue, avec ironie, les stéréotypes que notre société contribue à produire. L’artiste, essentiellement, interroge la représentation de « l’Autre » par le biais de sa propre identité, en privilégiant l’autonomie de création, l’économie de moyens et l’ironie. Pour réaliser ses sculptures, il enveloppe ce qui pourrait être le réel dans des feuilles de plastique et de ruban adhésif de couleurs vives, créant des corps (le sien propre) ou encore des *remakes* en grand ou en tout petit des jouets de plastique de son enfance, dont Lamouroux adulte continue à s’inspirer. Le plastique devient comme la seconde peau du réel, « *un cache-misère de polypropylène* », selon les termes mêmes de l’artiste. Sa pratique, active et réactive, répond d’une certaine manière à l’absurdité du monde par des parodies grotesques de lui-même, ce personnage qu’il considère avec la plus grande modestie.

Ainsi, les ouvriers de la pièce *Le Sens de la vie* montrée dans l’exposition *Économie humaine* procèdent de la créativité de Lamouroux, alors qu’ils semblent évoquer ce qu’a été ou aurait pu être son environnement, fait de dépossession, de désespoir tranquille, d’uniformisation et d’oubli. Car l’artiste, ici, transforme tout en jeu : le bleu ouvrier, par exemple, en bleu rappelant celui d’Yves Klein. Et s’il dépossède les ouvriers de leurs outils, il leur offre, peut-être, la possibilité d’une nouvelle vie : celle de la manifestation, celle du « tous ensemble », celle de la fraîcheur d’un regard certes critique, mais surtout tendre sur le monde. Et c’est une foule compacte qui nous attend, nous observe, peut-être même va-t-elle nous bousculer ? Car voici, à HEC, 12 000 ouvriers en marche. « *Tous sont amputés de leur outil de travail : balai, marteau, pioche ou machine à levier* , note Cindy Daguenet, chargée de programmation au musée de Chinon. *Si on leur enlève leur outil, que leur reste-t-il ?*

Des postures qui revendiquent le droit au travail. Ici, les ouvriers sont en révolte, ils forment un cortège, ils sont tous camarades. Nos ouvriers sont-ils en passe de devenir les derniers vestiges de la révolution industrielle, la prochaine armée de terre cuite ?»

Born 1980 in Decize (France).
Lives and works in Chinon (France).

Forty years after American Pop Art and hyperrealism, Florent Lamouroux is renewing the genre, ironically replaying the stereotypes that our society helps to produce. Essentially, the artist questions the representation of the “Other” via his own identity, by emphasising artistic autonomy, economy of means and irony. To make his sculptures, he wraps up bits of what could be reality in sheets of plastic and brightly coloured adhesive tape, thereby creating bodies – his own – or remakes, actual size or tinier, of the plastic toys of his childhood, which continue to inspire Lamouroux as an adult today. Plastic becomes the second skin of the real, a “polypropylene hider of poverty,” as the artist himself puts it. His active, reactive practice is a kind of response to the absurdity of the world through grotesque parodies of himself, this figure that he considers with the greatest modesty. Thus, the workers in the piece shown in *Économie humaine, Le sens de la vie* (The Meaning of Life) evoke what was or what could have been the artist’s environment, made up of dispossession, quiet despair, uniformisation and neglect – were it not for Lamouroux’s creativity. For the artist transforms everything here into a game – the blue workers’ overalls, for example, recall the blue of Yves Klein. If the workers here are dispossessed of their tools, he may also offer them the possibility of a new life: that of the demonstration, of “being all together,” the freshness of a vision of the world that is critical, certainly, but also tender. Waiting and watching us here is a dense crowd. Perhaps it will even challenge us: for here at HEC are 12,000 marching workers. “All have been deprived of their working tools: broom, hammer, pick or lever machine. If you take away their working tool, what does that leave them? Postures claiming the right to work. Here, the workers are rebelling, forming a procession: all comrades. Are our workers becoming the last vestiges of the industrial revolution, the next terracotta army?” asks Cindy Daguenet.

Tuomo Manninen

→ 68–71

Né en 1962 à Jyväskylä (Finlande).
Vit et travaille à Helsinki (Finlande).

Depuis le tournant du XXI^e siècle, Tuomo Manninen photographie des groupes d’hommes et de femmes qualifiés par leur activité et liés par leur profession : bouchers ou hommes d’affaires, marchands de ballons ou Pères Noël, d’ici ou d’ailleurs, et cela avec une universalité qui a conduit le photographe, en 2001, sur le *Plateau of Humankind*, grande exposition d’Harald Szeemann à la Biennale d’art de Venise.

On peut qualifier le portrait selon Tuomo Manninen de représentation du temps suspendu : le geste professionnel est interrompu le temps de la pose – d’une pause, donc – et les individus « pris » entre deux gestes, suspendus entre deux temporalités, pas encore au repos, mais déjà plus dans l’action. Dans les portraits de Manninen, trois composantes essentielles : le portrait de groupe en pied, la construction frontale et perspectiviste de l’image, le format carré. Il existe donc incontestablement une « marque de fabrique Manninen », dont la rigueur constructiviste renvoie à la fois à la plus ancienne tradition de la peinture Renaissance (la perspective) et à la tradition moderniste de la forme visuelle architecturée (la dynamique). Mais à l’intérieur de cette forme normée, à chaque fois, le photographe nous montre avant tout des individus. Il le fait avec le respect dû à la personne autant qu’à la fonction sociale occupée, dans une approche sensible et incarnée ménageant la singularité au sein de la représentation collective. Dans l’objectif de Tuomo Manninen, les travailleurs semblent vivre avec intensité et l’on sent une réelle complicité entre eux et le photographe. Après tout, n’est-il pas, lui aussi, un « travailleur » ?

L’œuvre de Manninen constitue une illustration fascinante des rapports complexes entre art, économie, société et politique. Manninen, photographe de groupes sociaux liés par leur travail, est nécessairement « politique ». Tenant d’une photographie sociale de notre temps, d’une photographie de toutes les utopies – celle de l’individualisme comme celle, plus anachronique, du socialisme –, Tuomo Manninen est en réalité le représentant de la photographie sociale d’une ère individualiste. En une même image, il sait concilier une représentation du social et de

l’individuel, un miracle possible qui nous parle bel et bien de cet oxymore que semble être l’économie humaine.

Born 1962 in Jyväskylä (Finland).
Lives and works in Helsinki (Finland).

Since the turn of the 21st century, Tuomo Manninen has been photographing groups of men and women defined and given a communal identity by their profession: butchers and businessmen, balloon vendors and Father Christmases, from everywhere and nowhere. The universality of the photographer’s vision gained him inclusion in *Plateau of Humankind*, Harald Szeemann’s keynote exhibition at the 2001 Venice Biennale.

The portrait as practised by Manninen can be defined as a representation of suspended time: the professional act is interrupted during the pause for posing and the individuals “taken” between two actions exist between two time frames: not yet at rest but no longer in action. Manninen’s group portraits are defined by three essential traits: they are full length, the image is frontally constructed in perspective, and the format is square. This undeniable Manninen trademark evokes both the venerable Renaissance tradition of painting (perspective) and the modernist tradition of structured visual form (dynamics). But within this standardised form, what the photographer shows us are always individuals first and foremost. He has respect both for the persons and for the social function they embody, taking a sensitive and materialist approach in which singularity is expressed within collective representation. Through Manninen’s lens, these workers seem to have an intense life, and we can sense a real bond between them and the photographer. After all, is not Manninen himself also a “worker”?

Manninen’s work constitutes a fascinating illustration of the complex relations between art, the economy, society and politics. Manninen, a photographer of social groups united by their work, is necessarily “political” in what he does: this is the social photography of our times, the photography of all utopias, both the utopia of individualism and the more anachronistic one of socialism. He is a proponent of the social photography of the individualist age by virtue of his ability to reconcile, within the same image, the representation of the social and the individual, a possible miracle that really does speak to us of the oxymoron that is the Human Economy.

Adrian Melis

→ 102–103

Né en 1985 à La Havane (Cuba).
Vit et travaille à Barcelone (Espagne).

Adrian Melis se considère comme un médiateur des comportements sociaux et de leurs formes d’expression. « *Mon travail, dit-il, explore les relations entre les cadres imposés par les structures sociopolitiques, légales et économiques, et les stratégies générées par les personnes qui essaient de s’évader de ces règles rigides, ou de les subvertir. Mon intention est de mettre en évidence les tensions qui existent entre la productivité et son absence, entre les forces de travail et leur pacification. J’explore les besoins, les vrais besoins, les nécessités. Pour cela, je m’intéresse aux comportements sociaux : je m’insère dans les processus qui conduisent à ces comportements tout en les modifiant par mon geste même.* »

Issu d’un univers communiste, où le travail est une valeur omniprésente, Adrian Melis interroge les liens multiples qui se tissent entre les cadres imposés – qu’ils soient d’ordre social, politique, légal ou économique – et les stratégies mises en place par les individus « dissidents » qui cherchent à s’extirper des structures et des règles existantes, parfois à rebours du bon sens, souvent de manière paradoxale. Ainsi, les glissements, les déplacements, les absurdités intéressent-ils davantage l’artiste que les oppositions frontales. Dans ses vidéos, les fréquents décalages entre le son et l’image sont une des métaphores utilisées pour signifier d’autres décalages – entre, cette fois, le travail réalisé, le travail conceptualisé et le travail idéalisé.

Pour *Économie humaine*, Adrian Melis propose sa vidéo *Factory*. Dans une usine désaffectée et abandonnée, les ouvriers qui y travaillaient autrefois viennent reproduire, comme une musique d’antan remontant du fond de leur mémoire de travailleurs démunis, les bruits des machines qu’ils ont entendus pendant tant d’années. L’absence de travail laisse ainsi place à la créativité, au plaisir, à une drôlerie poignante qui ramènent l’activité à la vie, à la « vraie » vie. La superposition quasi surréaliste de l’image obsolète des instruments du travail (des machines désormais désuètes) et de la création ludique de ceux qui autrefois trimaient éclairer l’objectif avoué de Melis : la mise en place de nouveaux mécanismes de production impliquant des moments uniquement dédiés à l’oisiveté,

car il estime – il le constate abondamment, dira-t-il – que les environnements de travail classiques sont *a priori* contre-productifs. Comme si seul l’artiste devait rester à son poste de travail. Une ode, non au *farniente*, mais au faire dans la joie, une joie en l’occurrence gorgée de nostalgie.

**Born 1985 in Havana (Cuba).
Lives and works in Barcelona (Spain).**

Adrian Melis sees himself as a mediator between social behaviours and their forms of expression. “My work,” he says, “explores the relations between the frameworks imposed by socio-political, legal and economic structures and the strategies generated by persons trying to escape or subvert these rigid rules. My intention is to show up the tensions between productivity and its absence, between the forces of labour and their pacification. I am interested in exploring needs, true needs, necessities. To this end, I study social behaviours. I insinuate myself into the processes that lead to these behaviours while changing them simply by the fact of my action.” Having grown up in a communist society where work is a ubiquitous value, Melis is interested in the multiple links between the social, political, legal and economic frameworks imposed from outside, and the strategies put in place by “dissidents” seeking to free themselves of the existing structures and rules, sometimes flying in the face of common sense to do so, and often proceeding paradoxically. He is consequently more interested in shifts, displacements and absurdities than in frontal oppositions. The frequent discrepancies between sound and image in his videos are one of the metaphors he uses to signify other discrepancies – this time, between work done, work conceptualised, and idealised work.

For *Économie humaine* Adrian Melis offers us his video *Factory*, in which former workers return to the disused old factory where they were once employed, and reproduce the sounds of the machines that they heard for all those years, like an ancient music welling up from the bottom of their memory. The absence of work thus gives way to creativity, to pleasure, to a poignant drollery that brings activity back into life, back into “real” life. The almost surreal juxtaposition of the obsolete image of working instruments, machines that are now outdated, with the playful creation of those who once slaved over them, shed light on Melis’s aim: to the degree that he considers – and, he would say, finds abundant

confirmation – that classic working environments are likely to be counter-productive, he proposes the inception of new mechanisms of production implying moments dedicated to idleness. As if only the artist could be expected to stay at his workplace. An ode, not to idleness, but to joyous activity, a joy that in this case is bursting with nostalgia.

Deimantas Narkevicius

→ 100–101

**Né en 1964 à Utena (Lituanie).
Vit et travaille à Vilnius (Lituanie).**

Actif à partir du début des années 1990, qui voient, avec l’effondrement de l’URSS, la renaissance d’une nouvelle Lituanie, nourrie de son passé mais immergée dans son présent, créative et indépendante, Deimantas Narkevicius explore à la fois les objets et l’image mobile, la narration et les images trouvées, l’Histoire et l’histoire intime, et développe une analyse très personnelle des images passées et de leur résurgence. L’une des questions que se pose constamment Narkevicius dans son œuvre est de comprendre si l’on peut dégager certains mécanismes de la construction historique en observant les différentes idéologies et utopies qui structurent un espace et un temps donnés. Ainsi, la plupart de ses films témoignent, d’un point de vue à la fois critique et subjectif, créatif et poétique, des changements survenus lors du passage d’une société de type soviétique à une société de type démocratique. L’artiste réinvestit le passé complexe de son pays, engoncé entre Occident et Russie, durablement soumis aussi, entre 1940 et 1991, à l’idéologie soviétique.

La vidéo *Energy Lithuania* (2000) se situe dans cette veine. Il s’agit d’une relecture d’images de propagande datant de l’ère soviétique et produites alors par la télévision officielle, images consacrées à la ville ouvrière d’Elektrėnai, construite entre 1950 et 1960 autour d’une centrale électrique. Des images, «*avec lesquelles j’ai grandi*», souligne Deimantas Narkevicius. En creux, au travers d’entretiens avec différentes personnes liées d’une manière ou d’une autre à la centrale électrique, c’est l’univers même du travail, mais par extension celui de la vie aussi, qui fait l’objet d’une recension fantomatique.

Le travail, présenté en son temps par la propagande du régime communiste comme libérateur, nous apparaît dans *Energy Lithuania* – dans la réalité aussi – comme structurant l’ensemble de l’existence et de ce fait même, facteur d’une sourde aliénation. Un travail dont les acteurs disparaissent peu à peu avec l’affirmation du monde post-industriel, lequel ouvre le tombeau de l’utopie ouvriériste ayant, en large part, dirigé l’idéal communiste. Mais malgré la critique sous-jacente, le regard de Narkevicius, qui emmène avec lui celui du spectateur, s’intéresse avant tout à la vie des gens : *Energy Lithuania* nous parle de la nostalgie de ce qui disparaît, de la déprivation d’un modèle de travail qui reste porteur de rêve malgré son obsolescence.

**Born 1964 in Utena (Lithuania).
Lives and works in Vilnius (Lithuania).**

Deimantas Narkevicius began his career in the early 1990s, a time when, in the aftermath of the collapse of the USSR, a new Lithuania was coming into existence, nourished by its past but creatively and independently engaged with its present. His work explores the possibilities of objects and moving images, of narrative and found images, and history on both the grand and intimate scales. In his very personal analysis of images from the past and their resurgence, Narkevicius is constantly asking if and how it is possible to isolate mechanisms of historical construction by observing the different ideologies and utopias that structure a given space and time. Critically and subjectively, creatively and poetically, most of his films track the changes that occurred in the transition from a Soviet-type society to a democratic-type one. The artist probes the complex past of his country, wedged between Russia and the West, and subjected to Soviet ideology for the long years between 1940 and 1991.

The video *Energy Lithuania* (2000) mines this vein. It is a rereading of propaganda images dating from the Soviet era. Made for the official television, they chronicle the life of Elektrėnai, a town built between 1950 and 1960 for the workers at a power station. They are, says Narkevicius, images “I grew up with.” Through the interviews with various individuals connected to the station in one way or another, we get a glimpse of the world of work itself, but also life as it was lived, in a kind of spectral survey. Where the Communist regime presented it as liberating, in *Energy Lithuania* – and indeed in reality – work

comes across as something that structures existence as a whole and, consequently, it is seen as the agent of a subtle alienation. Such work has gradually disappeared with the coming of the post-industrial world, consigning to the tomb the “workers’ utopia that, to a large extent, guided the communist ideal.” But for all the underlying criticism, Narkevicius also takes us, through *Energy Lithuania* into the daily lives of men and women, into their nostalgia for what is disappearing, revealing the loss of a model of work that, however obsolete, can still inspire dreams.

Lucy+Jorge Orta

→ 128–133

**Lucy : née en 1966 à Sutton Coldfield, (Royaume-Uni).
Jorge : né en 1953 à Rosario (Argentine).
Lucy+Jorge Orta vivent et travaillent à Paris (France).**

On dit de Lucy et Jorge Orta qu’ils travaillent en duo. Mais plus qu’en duo, c’est en partage que les deux artistes travaillent : non seulement entre eux, mais aussi avec les populations les plus diverses, des étudiants en art d’Adélaïde aux habitants d’Ushuaïa. Le partage des biens les plus précieux – ceux de la nature (l’eau en particulier), mais aussi la beauté, le mouvement, la liberté, l’habitat, la nourriture... – est au centre de leurs pratiques. Ils explorent les questions sociales, économiques et écologiques avec un regard et un savoir-faire à la fois artistiques et scientifiques. Ils sont partout, des terrains les plus ardues aux musées les plus prestigieux, et y multiplient les collaborations, les types d’intervention et les médias utilisés avec un appétit créatif dopé par des décennies de travail. Ils parcourent le monde et, à travers lui, font art de thèmes cruciaux telle la menace de pénurie d’eau, la nécessité des habitats d’urgence ou encore la chaîne alimentaire et le rituel du repas...

En réalisant des œuvres souvent monumentales dont les messages d’alerte deviennent perceptibles par tous, les deux artistes souhaitent contribuer aux liens sociaux et sensibiliser les communautés les plus diverses aux questions relevant de l’«*anthropocène*». Souvent rattaché à leurs pratiques, ce terme définit à la fois une nouvelle ère géologique et un concept philosophique, anthropologique et politique : celui des effets décisifs que l’homme exerce sur son environnement. L’art anthropocène

se propose comme une solution à la décadence des idéaux de la modernité et souligne l'importance décisive de l'homme dans la création de son environnement présent et futur, et pas seulement dans son maintien. «*La meilleure façon de prédire l'avenir, c'est encore de le créer*» (Peter Drucker), et c'est bien là l'ambition considérable des deux artistes.

Lucy+Jorge Orta créent ainsi, au quotidien, leur propre « économie humaine », une économie du don, une économie du cœur. Du cœur au propre comme au figuré : leur intérêt pour l'organe, que la plupart des humains reconnaissent comme l'épicentre de la vie et de l'amour, s'est précisé lorsque l'un de leurs amis est décédé, alors qu'il était en attente d'une greffe cardiaque. Les Orta ont alors créé des *Heart-making Workshops* à Adélaïde lors du festival consacré au cœur, en Colombie, en Grèce. Les cœurs des Orta battent à l'unisson des cœurs de ceux qui les ont réalisés. Voilà un battement que chaque humain connaît, et reconnaît.

Lucy: born 1966 in Sutton Coldfield (United Kingdom).
Jorge: born 1953 in Rosario (Argentina).
Lucy+Jorge Orta live and work in Paris (France).

It is said that Lucy and Jorge Orta work as a duo. But more than a duo, they work as sharers, sharing not only between themselves but with the most diverse groups of people: from art students in Adelaide to the inhabitants of Ushuaïa. The sharing of their most precious goods – those of nature and of water in particular, but also beauty, movement, freedom, the shelter, and food – are at the centre of their practices. They explore social, economic and ecological questions with a vision and a know-how that are at once artistic and scientific. They are everywhere, from the toughest terrain to the most prestigious museums, and extend their collaborations, their types of interventions and the range of media used with a creative appetite boosted by decades of work. They travel the world and wherever they go they make art out of crucial issues such as water shortages, the need for emergency shelters, the food chain and meal rituals.

By making works that are often material, broadcasting alerts that can be read by all, the artists hope to build social ties and make the most diverse communities aware of the issues arising in our “anthropocene” age. Often associated with their work, this term defines both a new geological era and a philosophical, anthropological and political concept, reflecting

man’s decisive influence on his environment. Anthropocene art is offered as an alternative to the decadence of the ideals of modernity and underlines man’s decisive importance in creating his present and future environment, and not only in maintaining it: “The best way to predict the future is to create it” (Peter Drucker): such, indeed, is the sizeable ambition of these two artists.

Every day, therefore, Lucy+Jorge Orta create their own “économie humaine,” an economy of giving, an economy of the heart. The heart both literally and figuratively, that is: their interest in the organ that most humans recognise as the epicentre of life and love gained in intensity when one of their friends died while waiting for a heart graft. That was when the Ortas created their “Heart-making Workshops” in Adelaide, during the festival of the heart, but also in Colombia and Greece. The Ortas’ Hearts beat in unison with the hearts of those who made them. Here is a beat that every human knows and recognises.

Jean Revillard

→ 92–95

Né en 1967 à Genève (Suisse).
Vit et travaille à Genève.

Photographe depuis toujours, à l'origine de la plus grande agence photographique suisse, Jean Revillard est, avant tout, à la recherche de l'autre. Que ce soit en photographiant la solitude des politiciens de son canton – d'étranges personnages qui semblent d'un autre temps – ou chaque personne de sa commune d'enfance sans en oublier aucune, ou encore, pendant trois ans, les migrants de Calais et désormais les « électro-sensibles » établis dans la Drôme, Jean Revillard ouvre ses yeux. Comme il l'explique lui-même : «*Toujours tenir compte de la troisième dimension. Je me déplace dans l'espace : je ne vais jamais de A à Z sans dévier, donc d'une certaine manière, je ne réussis jamais rien, en tout cas pas par rapport à mon objectif de départ, mais j'ai, en revanche, un vrai espace d'existence.*» La disponibilité d'esprit est la valeur prépondérante de Jean Revillard. Il s'agit pour lui d'oublier le calcul.

Dans les environs de Turin, Revillard, au détour d'une promenade forestière, rencontre Sarah. Il la suit, la photographie, l'écoute. Le résultat est ce saisissant *Voyage de Sarah*, raconté avec une sobriété et un respect absolus. Sans oublier l'admiration et la prise de connaissance des détails intimes de l'économie internationale

rodée de la prostitution, dont tous les rouages sont connus et dont tous les effets restent cachés.

Le voyage de Sarah commence à Accra, au Ghana, en août 2009. Avec quelques économies, Sarah décide de partir pour l'Europe et suit un groupe de migrants en faisant la cuisine et la lessive. Sarah passe par Casablanca, arrive en Turquie, puis entre en Europe par la Grèce. Un passeur lui offre la possibilité de travailler à Turin. En attendant, il la loge trois semaines dans un hôtel d'Athènes. Elle obtient de faux papiers pour migrer en Italie. Arrivée à Turin, elle apprend qu'elle doit rembourser 50 000 euros pour les frais de voyage, d'hébergement et pour ses papiers. Sarah est piégée. Se faisant prostituée au bord d'une route, à l'orée d'une forêt, Sarah s'offre pour 30 euros – elle doit payer 600 euros par mois ce coin de route juste assez grand pour poser une chaise et attendre le client. Il lui faudra se vendre plus de 4 000 fois pour s'acquitter de sa dette.

Après une année à attendre sur sa chaise en bord de forêt, Sarah décide de s'évader. Nous sommes en 2011. Aujourd'hui, elle vit à Athènes. Elle cherche un travail dans la restauration. Elle vient de fêter ses vingt ans.

Born 1967 in Geneva (Switzerland).
Lives and works in Geneva.

Always a photographer, but also the founder of Switzerland’s biggest photography agency, Jean Revillard’s great passion is other human beings. Whether photographing the solitude of the politicians in his canton – strange figures who seem to come from another era – or every single member (literally) of his childhood village, or, over a three-year span, the migrants of Calais, and, now the “electrosensitive” refugees of the Drôme, Revillard keeps his eyes wide open. As he puts it, “I am always aware of the third dimension. I move in space: I never go from A to Z without a detour, and so, in a way, I never really complete anything – not, in any case, in relation to my initial objective. But I do, however, have a real space to exist in.” For Revillard, having an open mind is the cardinal virtue; calculation, out of the question.

When out in the woods near Turin, Revillard met Sarah. He walked with her, photographed her, listened to her. The result is this striking *Voyage de Sarah*, related with total restraint and respect. Not to mention admiration. And a familiarity with the intimate details of the well-rehearsed international economy of prostitution, the workings of which are known while its effects remain hidden.

Sarah’s journey began in Accra, Ghana, in August 2009. With her modest savings, she decided to leave for Europe and travelled with a group of migrants, doing their cooking and cleaning. She travelled via Casablanca then came to Turkey, entering Europe via Greece. A trafficker offered her the chance to work in Turin. In the meantime he kept her in a hotel room in Athens for three weeks. She was given fake papers to get into Italy. On reaching Turin, she was informed that she had to pay back 50,000 euros for the costs of the travel, accommodation and the papers. Sarah was trapped. She became a roadside prostitute, on a patch of land outside the forest just wide enough to put down a chair and wait for clients – a patch of soil for which she had to pay 600 euros a month. Sarah offered her services for 30 euros. She would need to sell herself more than 4,000 times to pay off her debt.

After a year waiting on her chair by the forest, Sarah decided to escape. This was in 2011. Today, she lives in Athens. She is looking for a job in the restaurant business. She has just celebrated her twentieth birthday.

Camille Roux

→ 104–107

Née en 1982 à Paris (France).
Vit et travaille à Strasbourg (France).

Photographe et vidéaste, Camille Roux récolte des images, des histoires, des sons pour nous parler des transformations du monde qui l'entoure et de la manière dont ces transformations affectent les hommes et les femmes dans leur individualité, dans leurs perceptions et leur vie personnelle. Les projets de la jeune Camille Roux sont fondamentalement et intimement liés aux questions de la mémoire, de l'histoire et à sa transmission d'un point de vue individuel. Ils s'intéressent au monde global et aux échos qu'il émet et qu'elle recherche dans une province, un village, une région. Comment fonctionne, par exemple, l'élevage des rennes ? Comment cette pratique d'une population nomade (les Lapons) s'est-elle modifiée pour devenir une activité de sédentaires ? Comment fonctionne ce type d'agriculture à petite échelle ? On retrouve toujours, chez Camille Roux, le traitement individuel d'un fait, d'une transformation, d'une mutation qui concernent un groupe, une population. L'artiste se pose constamment la question de savoir comment traiter un événement

global d'un point de vue humain et se plaît à tester l'hypothèse que regarder, filmer, puis montrer une personne particulière pour faire partager son vécu individuel – instant singulier d'un phénomène de groupe – nous dit et nous apprend autre chose de cet événement.

Dans la vidéo *Ne vous inquiétez pas* (2010), on voit les derniers gestes d'ouvriers (un par un ou par petits groupes) avant la fermeture définitive d'une usine de tabac. L'œil est saisi par la beauté des machines et l'émotion captée par ce « dernier moment » irréversible. Documentaire et création, nostalgie et résignation, passé et présent immédiat se confrontent, tout comme les gestes et la mécanique, avec une douceur poétique qui rend compte de la disparition, certes, mais aussi de la résilience des individus. La symbolique du dernier geste, identique à des milliers d'autres réalisés précédemment en ce même lieu, a une charge visuelle riche de sens. Selon le désir même de l'artiste, elle « permet de mettre en perspective le passé (*l'histoire de l'usine et celle des ouvriers qui y ont travaillé*) et leur futur incertain. » L'attention – voire l'affection – portée à chaque personne et à chaque personnage de l'histoire (et de l'Histoire) combinée avec un intérêt aigu pour l'économie, l'exploration des liens entre les sons du monde (ceux des voix comme ceux des machines dans *Ne vous inquiétez pas*) et la volonté constante de l'artiste de montrer la dimension proprement humaine du travail font de son œuvre un authentique paradigme de l'économie humaine proprement dite.

Born 1982 in Paris (France).

Lives and works in Strasbourg (France).

Photographer and video artist Camille Roux collects images and sounds that speak to us of the transformations in the world around her and the way these transformations are affecting men and women as individuals, in their perceptions and their personal lives. Young Roux's projects are fundamentally and intimately linked to with questions of memory and its reception by individuals, with the globalized world and its echoes, which the artist tracks in a given province, a village or a region. For example, how does reindeer breeding work, and how has this practice of a nomadic population (the Laps) changed as they have become sedentary? How does this kind of agriculture work on a small scale? In Roux's work we always find a fact, a transformation, a mutation concerning a group or a population, treated at the level of the individual. The artist is constantly asking the question of how

to treat a global event from a human viewpoint, and likes to test the hypothesis that watching, filming and then showing an individual person so as to share her experience, as the singular instance of a group phenomenon, can tell us and teach us something new about this event.

In the video *Ne vous inquiétez pas* (2010) we see the final actions of workers (one by one or in small groups) before the final closure of a tobacco factory. The eye is held by the beauty of the machines and the emotion captured by this irreversible “last moment.” Documentary and creation, nostalgia and resignation, past and immediate present come together, as do human actions and mechanical ones, with a poetic gentleness that captures disappearance, certainly, but also the resilience of individuals. The symbolism of the final act, identical to the thousands of actions performed in this same place in the past, is visually rich in meaning. As the artist intends, it “makes it possible to put into perspective the past (the history of the factory and that of the workers who worked there) and their uncertain future.” The attention, and even the affection lavished on each person, on each character in the story (and in history), combined with a keen interest in the economy, the exploration of the links between sounds in the world (those of voices and those of machines in *Ne vous inquiétez pas*), and, finally, the artist's constant determination to show the truly human dimension of work, make her art an authentic paradigm of the human economy as such.

Édith Roux

→ 76–79

Née en 1963 à Paris (France).

Vit et travaille à Paris.

À travers les fenêtres de la galerie nord de HEC, on peut voir quelques bâtiments essaimés dans une campagne qui n'en est pas une. C'est exactement ce type de « friche » qui accroche le regard aigu d'Édith Roux, photographe des mutations urbaines, créatrice de documentaires conceptuels troublants, arpenteuse curieuse et infatigable des régions les plus lointaines du globe, mais aussi de celles qui nous sont si proches que nous ne les voyons même plus. À la périphérie de nos villes d'Europe – au-delà des périphériques –, on trouve en effet des non-lieux dont Édith Roux accentue la ressemblance et la vacuité en les photographiant tous selon

un protocole identique : dans sa série *Euroland*, le ciel est toujours bleu, les bâtiments sont tous en lien avec notre mode de consommation, la végétation est partout celle qui survit au labourage à la pelle mécanique – une végétation spécifique décrite par Gabriel Bauret comme « *une mer disparate d'herbes folles née de pollens semés à tous vents* ». On perçoit partout la frontière, le mur, la ligne d'horizon qui sépare le « vrai monde » de ce monde de la périurbanité que traque la photographe, un monde dans lequel l'architecture préfabriquée préfigure un imaginaire préfabriqué lui aussi, à moins que ce ne soit le contraire.

Entreprise en 2000, la série *Euroland* culmine, en 2005, avec la publication d'un livre. Mais le travail ne s'épuise pas tant il est juste, précis, quasi scientifique, avec sa charge d'angoisse, mais avec aussi le bonheur de la découverte d'une nouvelle « *poétique de la zone* » (Gilles Clément), d'une nouvelle écologie plus forte que l'abandon, plus vivace que l'oubli. Dans les zones périurbaines comme au bord des autoroutes ou sur les tarmacs de nos immenses aéroports se développent en effet de nouveaux écosystèmes, bouleversés certes, mais bien réels. En montrant l'uniformisation des zones périurbaines, Édith Roux nous révèle aussi, en sous-main, la résistance de la nature. Une recherche obstinée d'une autre réalité « au-delà des murs », malgré la dénonciation de la réalité première : une recherche toute de rigueur et de sévérité, mais aussi de tendresse, étouffée, qui évoque parfois la périphérie de Rome vue par Pasolini.

Une série qui s'inscrit donc bien dans *Économie humaine*. Certes, mais économie naturelle, surtout, celle d'une ignorance moins nuisible qu'il n'y paraît de prime abord et d'une nature, qui si elle se voit dénaturée, est toujours *renaturante*, envers et contre tout. L'espoir que nous offre Édith Roux réside dans cette équation, de l'ordre du possible : l'humain, en détruisant un équilibre naturel, en génère d'autres.

Born 1963 in Paris (France).

Lives and works in Paris.

Through the windows of HEC's north gallery, we can see a few buildings scattered across a countryside that is not really one. It is exactly this kind of “fallow” land that draws the keen gaze of Édith Roux, a photographer of urban mutations, a creator of troubling conceptual documentaries, and a curious and indefatigable explorer both of the world's most far-flung corners and of those so close to home we have stopped noticing them. On the edges of our

European cities, beyond the ring roads, are the non-places whose similarities and commons emptiness Roux highlights by photographing them according to the same unvarying protocol each time. In her *Euroland* series, the sky is always blue, the buildings are always related to our forms of consumption, the plants are always the kind that survive the churning of the mechanical digger – a specific form of vegetation described by Gabriel Bauret as “a disparate sea of weeds arising from pollen sown by the winds.” Everywhere we see the frontier, the wall, the horizon line that separates the “true world” from this world of peri-urbanity recorded by the photographer, a world in which prefabricated architecture prefigures an imaginary that is similarly prefabricated, unless it is the other way round.

Begun in 2000, the *Euroland* series culminated in a book of the same name in 2005. But the work is without limits, such is its exactitude, its quasi-scientific precision, with its charge of anxiety but also the happiness of discovering a new “poetics of the zone” (Gilles Clément), a new ecology that is stronger than abandonment, more alive than forgetting. In these zones on the city's edge and on the edges of motorways or on the aprons of our huge airports, new ecosystems are developing, turbulent and challenged but very real. By showing the uniformisation of peri-urban zones, Édith Roux is also subtly showing us the resistance of nature: a dogged search for another reality “beyond the walls,” a denunciation of the basic reality notwithstanding: a rigorous quest whose severity, but also muted tenderness, sometimes evoke Pasolini's vision of Rome's outskirts.

“Économie humaine”? Certainly, a human economy, but above all a natural one, that of an ignorance less harmful than it initially seems, and of a nature that, while “denatured,” always “renatures,” whatever else may happen. The hope offered us by Edith Roux lies in this equation, in the realm of the possible: in destroying a natural equilibrium, the human generates others.

Benjamin Sabatier

→ 134–137

Né en 1977 au Mans (France).

Vit et travaille à Paris (France).

Benjamin Sabatier se positionne comme un « artiste de l'action ». L'ensemble de son travail renvoie le spectateur aux concepts fondateurs

de l'entreprise et de l'économie. Qu'il s'agisse de *Peinture en kit*, *SAV*, *2PackAge* ou de *Chantier*, chacune de ces approches voit Sabatier – en chef d'entreprise utopique, maître du recyclage et de la répétition – interroger, de manière récurrente, le monde du travail.

Sa vision sociale et économique de l'art se concentre, tout particulièrement, sur l'implication du spectateur et ses interactions avec les œuvres, et sur l'importance de la matière. Dans son ouvrage récent intitulé *Do it Yourself* (2013) – un titre issu de l'utopie hippie des années 1960 –, l'artiste développe un concept qui place l'œuvre d'art au cœur de la réalité socio-économique. Il y aborde des notions que les consommateurs-spectateurs, eux aussi, vont progressivement remettre en cause, potentiellement accompagnés par l'artiste : la standardisation, le consumérisme, l'aliénation résultant de certains types de travaux, la répétition infinie des gestes. Pour Benjamin Sabatier, ces réflexions culturelles et sociologiques occupent une place essentielle dans l'art en général et dans son art en particulier. Les échanges formels, intellectuels – conférences, conversations ou échanges par exemple – sont ainsi pour l'artiste une forme quasi « plastique », dans laquelle il excelle.

Créé en 2001, « International Benjamin's Kit (IBK) » est conçu à la fois comme œuvre et comme structure. Il se réfère au monde des affaires (IKEA) mais aussi à l'histoire de l'art (International Klein's Blue breveté par l'artiste Yves Klein), tandis que le prénom de l'artiste renvoie à Walter Benjamin et à ses théories de l'art à l'ère de la reproductibilité technique de l'œuvre. « *Face aux enjeux économiques actuels qui engagent le devenir de nos sociétés*, note Violaine Boutet de Monvel, *IBK propose le < devenir artiste > de chacun dans la fusion de l'expérience esthétique et créatrice.* » Benjamin Sabatier propose des œuvres en kit, à réaliser soi-même. Il suffit de poser le patron sur le mur, de mettre 2000 punaises sur les points et l'image apparaît peu à peu. À HEC, pour l'exposition *Économie humaine*, l'artiste réalise certes une œuvre *in situ*. N'en reste pas moins que pour profiter pleinement d'une œuvre IBK, il y a lieu, avant tout, de la réaliser soi-même.

Born 1977 in Le Mans (France).

Lives and works in Paris (France).

Benjamin Sabatier positions himself as an “artist of action.” His work generally points viewers towards the founding concepts of business and the economy. Whether it be *Peinture en kit*, *SAV*,

2PackAge or *Chantier*, his different artistic tacks show Sabatier as a utopian business leader, a master of recycling and repetition, constantly questioning the world of work.

Benjamin Sabatier's social and economic vision of art concentrates, for one thing, on viewer involvement and interaction with the works, and, for another, on the importance of the material. In his recent work *Do it Yourself* (2013) – a title taken from the hippie utopias of the 1960s – the artist develops a concept that places the work of art at the heart of socioeconomic reality. In it he addresses notions that consumers/spectators, too, will gradually call into question, their reasoning potentially accompanied by the artist: standardisation, consumerism, the alienation resulting from certain kinds of work, the endless repetition of the same actions. For Sabatier, these cultural and sociological reflections occupy an essential position in art in general and in his art in particular. Formal and intellectual exchanges, notably in the form of talks, conversations or discussions, almost have their own plasticity for this artist, and indeed he excels at them.

Created in 2001, his “International Benjamin's Kit (IBK)” is conceived at once as a work of art and a structure. It refers to the world of business but also to the history of art (International Klein Blue, patented by the eponymous artist Yves Klein), while the artist's first name refers to Walter Benjamin and his theories about art in the age of mechanical reproduction of the artwork. “Responding to the economic issues currently shaping the future of our societies,” writes Violaine Boutet de Monvel, IBK proposes that everyone “becomes an artist” in a fusion of aesthetic and creative experience. Sabatier offers artworks in kit form, for viewers to make them themselves. It is enough to place the pattern on the wall, to put two thousand drawing pins on the dots so that the image gradually appears. While at HEC, for the exhibition *Économie humaine*, the artist is making a work *in situ*, the fact remains that to get the full benefit of an IBK work, you should really want to make it yourself.

Julien Serve

→ 84–87

Né en 1976 à Paris (France).

Vit et travaille à Paris.

Julien Serve dessine le monde. Même si la main est l'un de ses sujets de prédilection – la main

qui dessine, qui produit, qui crée, qui invente, qui indique, qui narre et dont les gestes parlent si fort que l'on peut se passer de mots –, rien de ce qui est humain ne lui est étranger et tout, pour lui, est sujet à dessin : des motos aux oiseaux, des films de son enfance aux plages d'Israël, des dépêches des agences de presse aux hôtels parisiens. Jusqu'à HEC, dont il suit désormais assidûment les cours d'économie. Julien Serve dessine, pendant les cours, comme il l'a toujours fait : mauvais élève, excellent dessinateur.

Julien Serve travaille les images en un constant dialogue avec elles. Il cherche à révéler des points d'impact souvent ignorés entre l'individu, l'intime, le souvenir et la société, entre l'actualité et l'histoire. Il se situe dans un perpétuel mouvement de balancier entre d'une part le désespoir qui le saisit souvent face au monde et son impuissance à l'infléchir, et de l'autre l'attachement qu'il éprouve pour ce même monde. Seule la création, souvent compulsive (une vingtaine de dessins par session de travail et parfois, comme à HEC, l'utilisation de « carnets de notes », en l'occurrence des cahiers de relevés de compte achetés dans un office *ad hoc*), lui permet de structurer ses doutes, tandis que le dessin, selon ses propres termes, « *prend forme dans le vide* ». Et c'est précisément de cette position de doute, de cette horreur du vide qu'émergent les dessins de Julien Serve. Le dessin, pour lui, est une arme pacifique contre le vide : « *Certaines réalités que je dessine, je ne puis ni les vivre ni les admettre. Les dessiner, c'est me permettre à moi-même d'assumer ma place au milieu de ce monde inconcevable.* » Dessiner donc, coûte que coûte.

La question est posée, et reste ouverte, de savoir si, en dessinant en cours d'économie plutôt qu'étudier cette discipline, l'artiste rend cette dernière plus humaine. Rien n'est moins sûr : il pourrait en réalité, tout aussi bien, fournir à celui qui feuillette ses cahiers, qui s'y plonge, qui s'y reflète, matière à distanciation, à critique, voire à détestation. Pour Julien Serve, en réalité, il ne s'agit pas tant de représenter l'économie que de laisser affleurer des sensations qui deviennent nôtres et qui prennent forme au cœur du vide, dans un grouillement d'idées qui foisonnent en liberté. Alors le crayon posé sur la feuille se met à se mouvoir, guidé par la main, à la fois dessinée et *dessinante*, devenue un rassurant mécanisme du corps.

Born 1976 in Paris (France).

Lives and works in Paris.

Julien Serve draws the world. Even if the hand is one of his favourite subjects – the hand that draws, that produces, that creates, that invents, that signals, that narrates, the hand that speaks so clearly it has no need of words – nothing human is alien to him, and for him anything can become a drawing: from motorbikes to birds, from the films of his childhood to the beaches of Israel, from press agency releases to Parisian hotels. And even HEC, whose economics courses he is now conscientiously attending. But of course, Julien Serve draws during lessons, as he has always done: bad pupil, excellent drawer.

Serve works in a constant dialogue with his images. He seeks to reveal the often ignored points of impact between the individual, the intimate, memory and society, the present day and history. He places himself in a perpetual seesaw movement between the despair that often grips him at the state of the world and his inability to change it, and his feelings of affection for this very world. Art-making, sometimes compulsive art-making (a score of drawings per work session, and sometimes, as at HEC, the use of a “notebook,” in an actual accounting book picked up in an *ad hoc* office) is the only way he knows of structuring his doubts as, in his words, the drawing “takes shape out of nothingness.” And it is precisely from this position of doubt, this abhorrence of the void, that Serve's drawings emerge. For him, drawing is a peaceful arm against emptiness. “Some of the realities I draw I can neither experience nor accept. Drawing them allows me to take up my position in this inconceivable world.” Drawing, whatever the cost.

The question remains as to whether, by drawing his economics lessons rather than studying the discipline, the artist manages to make this more humane. Nothing could be less certain. It might well be that his notebooks would give any reader grounds for distanciation, criticism or even detestation. For Serve, in fact, the point is not so much to represent the economy as to allow the emergence of sensations that we espouse and that take shape in the emptiness, in a teeming of free ideas. And so the pencil placed against the sheet starts to move, guided by the hand, at once drawn and “drawing,” now a reassuring corporeal mechanism.

Zoë Sheehan Saldaña

→ 88–91

**Née en 1973 à Northampton (Angleterre).
Vit et travaille à New York (États-Unis).**

La démarche de Zoë Sheehan Saldaña, classique parmi les approches artistiques et critiques du labeur et de la production, est à la fois engagée, efficace et poétique. L'artiste pratique le *shopdropping* à sa manière très personnelle et particulièrement ambivalente. Activité qui relève de l'art de l'escamotage, de la contrefaçon et de la substitution, le *shopdropping* façon Zoë Sheehan Saldaña consiste à accomplir trois « gestes » consécutifs : 1. acheter dans un magasin tel ou tel produit, à très bas prix ; 2. le reproduire à l'identique, ou presque, à la main, avec un soin artistique et une temporalité longue, en décalage par rapport à la productivité industrielle ; 3. revenir déposer sa copie là où elle avait acheté l'original.

L'objet *duplicate*, que presque rien ne différencie de son modèle (elle aura recousu l'étiquette de l'original sur sa « contrefaçon »), est alors remis en vente, comme si de rien n'était. À plusieurs reprises, Zoë Sheehan Saldaña exercera ses talents dans des magasins WalMart, au rayon Vêtements, où elle *shopdroppe* chemisiers, jeans et accessoires. En toute discrétion, et sans rien savoir de l'issue de son entreprise : le vêtement *duplicate*, remis en circulation dans le vaste réseau du marché, s'y perd. Celui qui mettra ce jean cousu main par l'artiste n'aura probablement jamais conscience de porter une œuvre d'art. Et c'est bien là que réside la poésie de ce travail : accepter la disparition, mieux, s'en réjouir, sans un regret. La poétique, ici, se dissimule plutôt qu'elle ne s'affirme. Si elle existe, c'est sans se déclarer comme telle. Elle en devient alors d'autant plus émouvante.

La vidéo *Homegrown*, elle, relate la culture du tabac dans le jardin de l'artiste et propose une hésitation sans fin entre « écologique » et « économique » – entre « bien » et « mal ». Cultiver son propre tabac dans son jardin, n'est-ce pas une bonne chose ? Oui, mais qu'en est-il quand on sait que son jardin contient la terre la plus polluée de New York ? Vendre ensuite ce tabac sous forme de cigarettes, n'est-ce pas céder au goût du profit au détriment de la santé des acheteurs ? Certes, mais si le bénéfice éventuel était entièrement reversé à d'autres

artistes ? Zoë Sheehan Saldaña questionne le monde, mais s'abstient de répondre, laissant ouverte la réalité des points de vue.

**Born 1973 in Northampton (UK).
Lives and works in New York (USA).**

The approach of Zoë Sheehan Saldaña, a classic proponent of the artistic and critical approach to work and production, is at once engaged, effective and poetic. The artist has a very personal and singularly ambiguous line in shopdropping (an art of removal, forgery and substitution). The Sheehan Saldaña way with shopdropping consists of performing three consecutive actions: 1. buying an inexpensive product in a shop; 2. reproducing it identically, or almost, by hand, with great care and a lot of time, in complete contrast with industrial productivity; 3. coming back and putting the copy in the spot where she took the original.

The duplicate, which is almost undistinguishable from its model (she even sews the latter's label on her "fake") is then put back on sale, as if nothing had happened. Several times now, Sheehan Saldana has demonstrated her talents in this domain by shopdropping blouses, jeans and accessories from the racks of WalMart stores. These were discreet actions. She never had any idea of the consequences of her action. The duplicate garment is inserted into the vast network of the market, and becomes lost there. The person wearing the artist's handmade jeans will probably never know that they are wearing art. And that, precisely, is what makes this work poetic: it accepts disappearance – better, it rejoices in it, without regret. The poetics here are disguised rather than affirmed. If they exists, they do without being affirmed as such. That only makes them more moving.

As for the video *Homegrown*, it is about the tobacco grown in the artist's garden. Here we hesitate chronically between the "ecological" and the "economical" – between "good" and "evil." Growing your own tobacco in your garden, isn't that a good thing? Yes, but what if you know that your garden contains the most polluted earth in New York? And then, isn't selling this tobacco in the form of cigarettes yielding to the profit motive, at the expense of buyers' health? Certainly it is, but what if the profits go to other artists? Sheehan Saldaña questions the world but does not provide answers, leaving room for the variety of viewpoints.

Paul Souviron

→ 110–111

**Né en 1979 à Oloron-Sainte-Marie (France).
Vit et travaille à Strasbourg (France).**

Paul Souviron est un artiste des « espaces intermédiaires », ces espaces définis comme libres en psychologie : sans fonction prédéfinie, ils peuvent permettre l'expression de sentiments ou de sensations qui, pour enfouis voire oubliés qu'ils soient, n'en sont pas moins impératifs. Paul Souviron s'exerce ainsi à un ensemble de pratiques liées à la recherche, à la création et à l'occupation d'espaces, de paysages, voire de scènes, d'interstices disponibles. L'interstice, pour Souviron, est à la fois interstice physique – l'espace laissé pour compte apparemment inutile, mais qui, en réalité, s'avère indispensable aux équilibres du monde, à notre survie et à celle de l'art – et interstice mental, notre interstice propre où vont pouvoir se glisser les pensées créatives, perturbatrices, les images nouvelles et potentiellement dérangeantes. C'est ce lieu que l'on espère au cours de toute promenade, physique ou mentale, ce que Souviron appelle « l'orée du bois » – une orée où il se tient aux aguets. Une orée qui peut aussi être une porte : celle qui ferme un espace pour le moins partiellement inoccupé, un « interstice » qui va aiguïser l'appétit de l'artiste à occuper cet espace, à l'infiltrer, à le transformer en espace d'art. Par exemple, cet espace d'exposition là qui ignorait tout de son propre potentiel. L'interstice ? Un territoire possible, non conquis, régi par des règles non écrites qui peuvent aisément être contournées.

Après avoir été introduite – sous la porte scellée d'un espace commercial inoccupé par exemple –, la structure invasive, explique volontiers Paul Souviron, se déploiera en sculpture « selon un mécanisme manuel », à la fois en opposition et en lien avec l'espace préexistant. L'action même de l'invasion illustre au mieux la démarche de l'artiste : alors que la sculpture une fois mise en place pourrait passer presque inaperçue, la vraie révolution est ici celle de l'action, du mouvement, de l'invasion. Cette prise d'espace crée une nouvelle dimension, dans un processus d'anthropisation du monde, en lien ou en opposition avec l'ordre préexistant. Le monde contemporain semble, à l'artiste, en état de siège, comme dans l'attente d'une guerre dans laquelle l'action serait toujours latente :

un paysage dans lequel Paul Souviron écarte la frustration au profit de l'action, et de l'interaction.

**Born 1979 in Oloron-Sainte-Marie (France).
Lives and works in Strasbourg (France)**

Paul Souviron is an artist of "intermediary spaces," those spaces that psychologists define as "free," with no predefined function, allowing for the expression of feelings and sensations that may be buried or forgotten, but are not less pressing for all that. He is engaged in a set of practices linked to seeking, creating and occupying free spaces, landscapes and even stages and interstices. For Souviron, the interstice is at once physical (spaces that are neglected, seemingly useless but actually vital to the world's equilibrium, to our survival and to that of art) and mental (the place in our mind where our creative and disruptive thoughts find a home, as do new and potentially disturbing images). It is the place we hope to find on any physical or mental excursion, the place that Souviron himself calls "the edge of the woods" – a fringe where he stands on the lookout. A border that can also be a door, the door that closes a space at least partially unoccupied, an "interstice" that will whet the artist's appetite for occupying that space, for infiltrating it, for transforming it into an art space, for example this particular exhibition space (the premises at HEC) which were unaware of their own potential. The interstice? A possible space, unconquered, whose unwritten rules can easily be averted.

As Souviron likes to explain, once introduced, say, under the sealed door of an unoccupied commercial space, the invasive structure will be deployed as a sculpture, "by means of a manual mechanism" that both opposes and connects to the pre-existing space. The very action of invasion perfectly illustrates the artist's approach: although, once the sculpture is in place it could easily go unnoticed, the true revolution here is that of movement, of invasion, in a dynamic that moves us in both senses of the word, a taking of space that creates a new dimension, in a process of anthropising the world, in connection or opposition to the pre-existing order. To this artist, the contemporary world seems to be in a state of siege, as if waiting for a war in which the action will always be latent: a landscape in which Souviron puts frustration aside, in favour of action, and interaction.

**Conrad Bakker, Ludovic Balland,
Gilles Bâton, Laurenz Brunner,
Alain de Buyer, Federica Calzoni,
Maxime Chevillotte, Anne-Valérie
Delval, Camille Gallet, William
Gaye, Sean Hart, Josyane Hary,
Joël Hubaut, Ali Kazma, Haigo
Kherbekian, Franck Lacroix,
Laurent Lefèvre, Tuomo Manninen,
Hélène Maslard, Alain Mesny,
Sylvie Métais, Olivier Moreau,
Charles Penwarden, Emmanuel
Pevny, Bernard Ramanantsoa, Jean
Revillard, Camille Roux, Édith
Roux, Soktha Tang, Frédéric Thos,
Jean Varaine, Amélie Vogel.**

Crédits

Ce catalogue a été publié à l'occasion de l'exposition *Économie humaine*.

Espace d'art contemporain HEC, du 19 novembre 2014 au 6 mars 2015.

Commissaire : Paul Ardenne
Commissaire associée : Barbara Polla

Éditeur

Espace d'art contemporain HEC
1 rue de la Libération
78350 Jouy-en-Josas
www.hec.fr / espaceart

Coordination générale

Anne-Valérie Delval
Maxime Chevillotte
Hélène Maslard

Traductions

Charles Penwarden
Jean Varaine

Suivi éditorial

Laurent Lefèvre

Conception graphique et éditoriale

Camille Gallet
Emmanuel Pevny
Atelier trois
www.ateliertrois.fr

Crédits photographiques

Espace d'art contemporain HEC /
Maxime Chevillotte, Hélène Maslard, Amélie Vogel : 2^e et 3^e de couverture, 17, 18–19, 25, 26–27, 28, 31, 32–33, 74–75, 97
William Gaye : couverture, 15, 16, 20, 21, 22, 23, 24, 29, 30, 34, 35, 36, 37, 38, 65, 69, 73, 78–79, 82–83, 85, 86–87, 89, 90–91, 93, 113, 117, 118–119, 121, 124–125, 126–127, 129, 130, –131, 132, 133, 135, 136–137, 139, 143, 144

Typographies

Stanley par Ludovic Balland
Akkurat par Laurenz Brunner

Papiers

Fedrigoni, France
Woodstock Cipria 260g/m² (couverture), 110g/m² (titrages et annexes), Arcoprint Milk 100g/m² (textes et montage), Symbol Freelifa Satin 115g/m² (portfolio)

Photogravure

Fotimprim, Paris
Haigo Kherbekian
Gilles Bâton

Impression

Centre d'Impression, de Création, d'Édition et de Routage – CICERO
Alain Mesny
Sylvie Métails

Achevé d'imprimer sur les presses de l'imprimerie Graph'Imprim, septembre 2015.
Imprimé en France
Dépôt légal : 3^e trimestre 2015
ISBN : 978-2-9543844-6-7

Remerciements à Hubert pour son soutien sans faille.



espace d'art
contemporain



venezia

édition

fond

ESP