



L'Art

Karine Lisbonne
Bernard Zürcher

avec pertes ou profit?

Flammarion

Extrait de la publication

L'ART,
AVEC PERTES OU PROFIT ?

DES MÊMES AUTEURS

De Karine Lisbonne-de Vergeron

L'Europe vue d'Inde, regards contemporains, Fondation
Robert Schuman, Paris/Chatham House, Londres,
2006

De Bernard Zürcher

Braque, vie et œuvre, L'Office du Livre, Fribourg/
Nathan, Paris/Rizzoli, New York, 1988

Les Fauves, Hazan, Paris, 1999

Karine Lisbonne
Bernard Zürcher

L'ART,
AVEC PERTES OU PROFIT ?

Des compétences de l'art dans l'entreprise

Flammarion

La première fois qu'apparaît un mot relevant d'un vocabulaire spécialisé, explicité dans le glossaire (voir p. 191), il est suivi d'un astérisque.

© Flammarion, Paris, 2007
ISBN : 978-2-0821-0570-5

INTRODUCTION

Que peuvent avoir en commun le monde de l'art et celui de l'entreprise ? Quel(s) intérêt(s) retirer d'une telle association ? Le sujet revient à la mode en France, après avoir été plus ou moins placé au rang des accessoires depuis l'époque des Trente Glorieuses et du « plein-emploi » qui a culminé sous la présidence de Georges Pompidou. Un président de grande culture qui, rappelons-le, réussit ce tour de force, en bravant les plus intenses controverses, de déplacer le musée national d'Art moderne tout entier – situé depuis 1947 au palais de Tokyo, sur les bords de la Seine, dans le 16^e arrondissement – pour l'installer en plein cœur du Paris populaire, à deux pas des Halles, dans un « centre d'Art et de Culture » conçu architecturalement comme une usine. Il est remarquable que cette décision hautement symbolique ait coïncidé avec l'apogée de l'action artistique dans les usines Renault, une initiative stratégique

qui demeure un exemple majeur de rencontre entre l'art et l'entreprise, un exemple devenu aujourd'hui historique.

À l'heure où se multiplient en France les discours alarmants sur le déclin français¹, on cherche de toutes parts à retrouver un peu de l'esprit qui alimentait le dynamisme de cette époque. Au point que le législateur s'est mobilisé pour améliorer la loi sur le mécénat² et l'État, dont on sait par tradition combien il joue un rôle essentiel dans notre culture, et qu'il a organisé son accompagnement en confiant au ministère de la Culture et de la Communication une mission Mécénat d'encadrement et d'incitation³ – le ministre affirmant à de nombreuses reprises qu'il ne serait pas le ministre du désengagement de l'État. Le risque serait en effet que cet encouragement du mécénat* privé ne soit qu'un palliatif à la multiplication des collectifs budgétaires et l'art simplement l'instrument d'un « supplément d'âme ». Car dans la course au mécène et au sponsor, les institutions culturelles sont les premières sur les rangs. Pour elles, il s'agit bien sûr de remplir au mieux leurs objectifs tout en essayant de conquérir davantage d'indépendance vis-à-vis de leur tutelle administrative (et bien souvent aussi politique). Pour ces institutions, la nouvelle loi sur le mécénat semble taillée sur mesure. Encore faut-il qu'elles sachent convaincre l'entreprise mécène. Rien n'est moins évident.

1. Maurice Lévy, président du directoire de Publicis, « Sur le déclin, exactement », *Le Monde*, 29 juillet 2005.

2. Loi du 1^{er} août 2003.

3. Elle a été insérée plus récemment au sein de la délégation au Développement et aux Affaires internationales afin de souligner son enjeu international de développement et de recherche.

En quoi l'art pourrait-il justement représenter un quelconque intérêt pour l'entreprise ? Question en apparence incongrue tant l'alliance de l'art et de l'entreprise apparaît *a priori* contre nature. L'objet social de l'art semble en effet tellement éloigné de celui de l'entreprise que celle-ci peut craindre à raison de se lancer dans une aventure souvent considérée au plan fiscal comme un « abus de bien social ». On constate aussi que cet intérêt pour l'art n'est pas exempt de diverses formes de récupération. Il est clair, par exemple, que face à la crise immobilière de la fin des années 1980, la fondation Coprim, en soutenant de jeunes artistes, a pu contribuer à donner du promoteur dont elle portait le nom une image plus séduisante. Autre exemple : le prix Altadis, qui récompense de jeunes artistes français et espagnols, a sans doute été créé par le cigarettier franco-espagnol parce que la législation interdit la publicité directe sur le tabac.

Inversement, que l'art – et singulièrement l'art d'aujourd'hui – puisse tirer profit du soutien de l'entreprise, qu'elle soit mécène ou commanditaire, ne fait guère de doute. Encore faut-il que celle-ci soit en droit d'assumer pleinement et librement ce rôle de la manière et sous la forme qu'elle juge la plus appropriée.

Le monde de l'art contemporain, ses acteurs, ses territoires ont récemment fait l'objet en France de plusieurs études démontrant la faible reconnaissance des artistes français sur la scène internationale en dépit d'un fort soutien des pouvoirs publics. Aussi avons-nous entrepris d'aller nous rendre compte ailleurs de la nature des rapports art-entreprise et du contexte dans lequel ils s'établissent. Ailleurs, c'est-à-dire en Europe, particulièrement chez nos voisins les plus proches, dont nous

avons constaté combien leurs pratiques étaient souvent en décalage avec les nôtres. Ainsi l'esprit de citoyenneté culturelle y est-il considérablement plus développé, suivant un principe de « participation » entre les différents acteurs sociaux et non pas, comme en France, essentiellement « délégué » au secteur public.

L'Europe ? Et pourquoi pas les États-Unis, où les rapports de l'art et de l'entreprise sont à la fois anciens et étroits ? Parce que, d'une part, la compréhension de ces rapports, tant sur le plan économique que juridique ou fiscal, ne soulève outre-Atlantique aucune question méritant d'être sérieusement débattue (autrement que sous un angle purement technique) et que, d'autre part, ils ne peuvent valablement servir de comparaison avec les solutions et les pratiques qui s'exercent dans l'espace européen. Le modèle américain reste étroitement lié à la consommation¹, c'est-à-dire au pouvoir dévorant du marché qui avant tout « fait de l'argent » avec l'art, alors que le modèle européen placerait plutôt l'art dans un rôle où le profit est à chercher principalement dans une contribution au développement du sens des responsabilités collectives en matière d'environnement social et d'affirmation des identités culturelles. On voit se positionner des entreprises *arty* sur le même modèle que celui des entreprises « éthiques ». Il n'est d'ailleurs pas rare de trouver ces deux options prises parallèlement par

1. Frédéric Martel relève le fossé qui sépare la France de l'Amérique sur le mécénat en général (deux cents millions d'euros pour la première contre près de douze milliards d'euros pour la seconde) mais souligne néanmoins, sur le plan culturel, la complexité de la situation américaine où la puissance industrielle de l'*entertainment*, certes écrasante, ne signifie pas pour autant l'absence de politiques culturelles. Voir Frédéric Martel, *De la culture en Amérique*, Gallimard, 2006.

une même entreprise. Notre position s'inscrit dans cette logique : il nous a semblé moins utile d'évoquer un modèle américain, largement inadapté au contexte français et européen, que de nous attacher à pointer l'originalité de tel ou tel aspect des rapports de l'entreprise avec l'art dans l'espace européen qui soit directement profitable (sinon transposable dans le cadre de l'Union) au cas de la France. Ceci pour répondre à l'urgence de la situation, sachant que la France fait en Europe même, dans ce domaine, figure d'exception.

Ces observations à l'échelle européenne¹ montrent que les pays dont sont issus les artistes les plus renommés et où sont produites les œuvres les plus valorisées par le marché ne bénéficient pourtant pas – et de loin – d'un soutien de l'État comparable au nôtre², mais qu'ils profitent d'investissements *corporate* en matière d'art contemporain (soutien de projets, production d'œuvres et collections d'entreprise) bien supérieurs. Bien qu'il soit malaisé de chiffrer exactement ces investissements, nous nous sommes fondés sur des programmes tels que le Migros Culture Pourcent de la coopérative Migros en Suisse, soit un budget de plus de quinze millions d'euros, sur lequel est financé le Migros Museum à Zürich, consacré à l'art contemporain. Cette

1. Karine Lisbonne-de Vergeron, *L'Entreprise et sa fondation dans le domaine des arts plastiques contemporains : panorama européen*, mémoire de 3^e année de l'école des Hautes Études commerciales (HEC), Jouy-en-Josas, 2004.

2. Exemple : aux acquisitions du Centre national des arts plastiques à la FIAC en 2006 pour quatre cent mille euros sur fonds publics répondent celles de la Tate Modern à Frieze pour cent cinquante mille livres sterling (soit plus de deux cent vingt mille euros) par l'intermédiaire du Outset Contemporary Art Fund, association *non profit* rassemblant des entreprises privées.

sélection d'expériences en Europe¹ nous a permis de dresser un état des lieux de la situation actuelle, à ceci près (et nous en avons bien conscience) qu'il ne s'agit pas de placer bout à bout les dispositions ainsi recueillies, mais de chercher à en analyser les relations de cause à effet. L'enjeu de cet ouvrage étant aussi de dégager un modèle, nous avons relevé les stratégies et les méthodes entrepreneuriales les plus convaincantes, pays par pays, autrement dit celles qui nous ont paru justifiées par un contrat « gagnant-gagnant » entre les parties.

1. Le lecteur s'attendrait sans doute à trouver dans cet ouvrage les deux chefs d'entreprise et collectionneurs français les plus en vue : François Pinault, principal actionnaire du groupe PPR, et Bernard Arnault, PDG du groupe LVMH. Ils ne font pas ici l'objet d'un développement pour les motifs suivants : le premier, après avoir renoncé à son projet sur l'île Seguin, a choisi de créer une fondation *privée* qui rassemble la collection François Pinault au Palazzo Grassi, à Venise ; le second a certes annoncé officiellement le 2 octobre 2006 la naissance d'une fondation d'entreprise, la Fondation Louis-Vuitton pour la création, dirigée par Suzanne Pagé (ancienne directrice du musée d'Art moderne de la ville de Paris) et qui sera implantée dans le Jardin d'acclimatation, en lieu et place du bowling, dans un bâtiment dont la réalisation est confiée à l'architecte américain Frank Gehry. Mais cette fondation, qui nécessite en outre le règlement de différentes étapes juridiques, ne sera pas opérationnelle avant 2010.

DANS LES RÈGLES DE L'ART

Envisager les rapports de l'art et de l'entreprise « dans les règles de l'art » conduit à interroger sous quelle forme et selon quel *modus operandi* l'art peut susciter l'intérêt des entreprises. Première constatation, tous pays confondus, l'art dit « contemporain »¹ est largement privilégié. Aussi, avant d'aller plus loin, il nous a paru utile de commencer par une brève histoire de l'art depuis les années 1960, époque à laquelle apparaissent les premières collections et fondations d'entreprises cependant que, parallèlement, un certain nombre d'expériences originales voient le jour. Par ailleurs, dans le cadre du mécénat, les entreprises sont sollicitées pour soutenir non seulement la production d'expositions mais aussi celle des œuvres elles-mêmes. La notion de « production artistique », couramment utilisée pour

1. Par « art contemporain », il faut entendre toutes les formes d'art actuel (de la peinture aux nouveaux médias).

désigner le processus de création, se traduit par l'apparition d'œuvres nouvelles dans l'atelier de l'artiste, auteur et entrepreneur. Envisager l'œuvre d'art sous cet angle, en tant que résultat d'une « entreprise artistique », impose de tenir compte du statut complexe de cette production : symbolique ? marchande ? À chaque étape de l'histoire se pose également la question de la matérialité même de l'œuvre d'art.

Petite histoire de l'œuvre d'art

La fin des années 1960 est marquée par l'apparition d'un nouveau type d'œuvre d'art dont la réputation fut assurée par l'exposition inaugurale *Quand les attitudes deviennent forme*, réalisée par Harald Szeemann en 1969 à la Kunsthalle de Berne. Celle-ci circula ensuite au Museum Haus Lange à Krefeld et à l'Institute of Contemporary Art (ICA) de Londres, trois pays – la Suisse, l'Allemagne et la Grande-Bretagne – qui sont encore aujourd'hui, en Europe, les plus réceptifs à l'art contemporain. Le sous-titre de cette exposition – « Œuvres, concepts, événements, situations, information » – montre que l'attention principale est portée au processus, à l'activité et à l'attitude intérieure de l'artiste directement mise en œuvre. Pour Harald Szeemann, l'objectif était déjà d'introduire dans le cadre institutionnel du musée, sans déperdition d'énergie, l'intensité du vécu avec les artistes, grâce au soutien d'une entreprise – Philip Morris – afin de poser la question de l'appropriation et de faire éclater le triangle formé par l'atelier, la galerie et le musée à l'intérieur duquel, jusqu'à présent, l'art se manifestait exclusivement.

À la conception classique de l'œuvre d'art, surgissant dans le silence de l'atelier, se superpose celle d'une

œuvre inscrite dans un réseau de relations complexes alliant la matière, l'espace et l'environnement, trois facteurs induisant un changement de perception du monde : l'*event* des artistes de Fluxus (Filliou, Vostell, Beuys), le *happening* des Américains Oldenburg et Kaprow, l'*action* des Viennois Nitsch et Mühl ou de l'Américain Bruce Nauman, où le corps joue un rôle essentiel en tant que vecteur d'énergie. Cet art-là, directement issu de la société industrielle et du contexte urbain, gagne aussi bien New York, Paris, Vienne, Tokyo, Krefeld, Milan, Cologne, Bruxelles que Copenhague... Il suscite l'interrogation, la curiosité, souvent aussi l'incompréhension, voire l'hostilité. Allan Kaprow évoque ainsi son premier *happening* réalisé à Paris en 1963 : « Par l'intermédiaire de la galerie Sonnabend, j'avais fait connaissance d'un collectionneur, vice-président du grand magasin Le Bon Marché qui m'a invité le soir même, après la fermeture. Il faisait très sombre et nous circulions à l'aide d'une grosse torche. Tout était recouvert de voilages. Dans les sous-sols, il y avait de magnifiques interrupteurs en cuivre. De l'eau stagnait, qui venait de la Seine proche, et des pompes fonctionnaient en permanence. [...] Quand le *happening* a eu lieu, l'atmosphère du magasin avait quelque chose d'hallucinatoire, avec ces petites ampoules de quinze watts maximum, avec tous ces mannequins recouverts de tissus et ces chariots que poussaient les gens. Je ne me souviens pas de grand-chose, c'était comme un collage d'*events*¹. » La même année, Andy Warhol ouvre à New York la Factory, véritable usine du *pop art*, tout

1. Jacques Donguy, « Entretien avec Allan Kaprow », catalogue de l'exposition *Hors Limites*, centre Georges-Pompidou, Paris, 1994.

à la fois atelier, bureau, studio de cinéma, salle de répétitions et de performances, laboratoire et lieu de réceptions mondaines, mais aussi premier squat avant l'heure. En France, Yves Klein réalise au début de l'année 1961 ses *Peintures feu*, dans lesquelles il imprime les traces du feu sur divers supports. Le centre d'essais de Gaz de France de la Plaine-Saint-Denis met à sa disposition un équipement industriel qu'il apprend à maîtriser. Dans ces peintures de feu, comme dans les *Cosmogonies* – empreintes de la pluie et du vent sur la toile –, l'artiste en appelle à la force créatrice des éléments de la nature. Mais le feu étant à l'origine de la civilisation, Yves Klein lui réserve un rôle privilégié tout en soulignant sa nature ambivalente : chaleur et douleur font écho au lien qui s'établit entre nature et culture.

Au début des années 1970 apparaissent des œuvres qui interrogent les codes sociaux : c'est le cas des premières vidéos de l'Américain Gary Hill et de ses sculptures sonores utilisant le *feedback* et du son électronique, ou des *video actions* de la cinéaste autrichienne Valie Export (dont le nom est lui-même un label, résultat du détournement de la marque de cigarettes Smart Export). *Touch Cinema* est à cet égard une œuvre emblématique : l'artiste se promenant dans la rue, le buste enfermé dans une boîte pourvue d'un rideau sur le devant. « Les outils matériels que sont pour moi le temps, le corps et les objets sont utilisés pour représenter des états immatériels », explique Valie Export. « J'essaye de montrer que l'homme fait l'expérience de la réalité au moyen de structures de référence préconditionnées. [...] C'est pourquoi je m'occupe surtout du concept crucial de ces structures de référence : l'identité¹. »

1. Catalogue de la IX^e Biennale de Paris, du 19 septembre au 2 novembre 1975, Idea Books, 1975.

L'art des années 1990 est, pour sa part, marqué par un retour du *happening* et de la performance, prolongement naturel de l'actionnisme, du *body art* et de Fluxus, ainsi que par un intérêt considérable pour les images du corps (photographie et vidéo) avec une connotation politique, sociale ou sexuelle. Il est notamment représenté par Mike Kelley, Paul McCarthy, Franz West, ou Martin Kippenberger. L'activité de Martin Kippenberger est quasi frénétique. Il veut couvrir tous les champs et envahir tous les lieux possibles. Rien qui ne soit plus ou moins signifiant, plus ou moins important, postulant que tout est possible et envisageable. La prolifération des propositions comme des objets gêne l'évaluation – un trait commun avec la production de Broodthaers – et le jugement. Comment appréhender la copie conforme d'une salle de séjour qui vous rappelle celle de votre tante ou qui vous présente un tableau « de dessus de canapé » ? Et ses nombreuses maximes à la limite de l'absurde (ou d'une absurdité sans limite) ne laissent pas de nous dérouter ; ainsi : « Ne rien comprendre est toujours mieux que rien du tout » ; ou encore : « Traite bien le hasard car il ne connaîtra pas de retour. » Adoptant une attitude résolue, il n'hésite pas à proclamer, en accord avec ses amis William Büttner et Albert Oehlen : « La vérité c'est le travail. »

La responsabilité de l'art dans la société est aussi un sentiment fortement revendiqué par Michelangelo Pistoletto. Pour lui, l'artiste est un véritable « sponsor de la pensée » dans toutes les entreprises humaines quelles qu'elles soient. C'est dans cet esprit qu'il a créé en 1991 la Cittadellarte (cité des Arts), une fondation établie dans un ancien moulin à eau au bord du Cervo à Biella (Piémont), vaste atelier où se croisent toutes les disciplines artistiques et qui abrite, depuis 1999, l'université des

Idées (UNIDEE), dont le but est de placer l'art au cœur de la transformation de la société. Philosophes, artistes, entrepreneurs, experts en communication s'y retrouvent régulièrement. Elle abrite également Love Difference, mouvement artistique pour une politique interméditerranéenne, qui fédère des initiatives venues de fondations ou de groupes de recherche en zone Méditerranée.

Cette génération d'artistes qui avaient connu la performance dans les années 1970 est rejointe par une nouvelle génération née dans les années 1960 travaillant sur une approche beaucoup plus médiatique du corps. La Documenta 9 (1992), dirigée par Jan Hoet, fait de ce point de vue figure d'exemple, parce qu'elle marque un refus de la part des artistes d'envisager une post-modernité liftée par la perfection des images et des objets issus de la publicité, en leur opposant le corps comme medium. Ainsi les installations vidéo de Bruce Nauman et de Peter Kogler y voisinaient avec les mises en scène hollywoodiennes et acrobatiques de Matthew Barney, ou le *car crash* de Cady Noland. À la différence des performances corporelles de la première génération (auxquelles Joseph Beuys avait ouvert la voie), la participation directe du corps cède le pas devant la métaphore scénique. Vito Acconci, Bruce Nauman ou Chris Burden, quant à eux, développèrent une conception anti-héroïque qui aboutit à une distanciation marquée de l'artiste et de son corps à l'opposé du processus d'identification à l'œuvre dans les années 1960. Cette approche « distancée » était développée par exemple dans l'exposition *L'Hiver de l'amour* au musée d'Art moderne de la Ville de Paris (février-mars 1994). Ici le corps victimisé dans les formes les plus diverses de la violence contemporaine s'inscrit dans une reconstitution parfois dramatique de la banalité (celle d'un lit d'hôpital ou, plus morbide, d'un compartiment de la morgue) où

l'on est conduit à ne plus reconnaître le vrai du faux, où ce qui est devenu finalement banal, ordinaire, c'est le « vrai-faux », la contrefaçon, qui devient la norme, l'original étant considéré comme totalement dépassé.

Il revient à l'art dit « contemporain » d'avoir donné au « concept » une dimension : art conceptuel dont l'origine remonte à l'œuvre magistrale de Marcel Duchamp, à propos duquel on rappellera qu'il est à la fois l'auteur d'une mystérieuse et érotique représentation du corps, *Étant donné* (1946-1966) – œuvre reprenant le thème de *L'Origine du Monde* peint par Courbet en 1866 (une femme couchée, nue, jambes ouvertes) –, et l'inventeur du *ready-made*, objet prélevé dans le flux de la production industrielle pour être élevé par l'artiste au rang d'objet d'art. La signification de ce travail parallèle dans l'œuvre de Duchamp (la peinture du corps et le détournement d'objet), dès le premier quart du ^{xx}^e siècle, renvoie à la fonction même de l'œuvre d'art en tant qu'œuvre de l'esprit entièrement soumise à sa signification propre, à l'idée qu'elle véhicule et non à une quelconque représentation de la réalité. Le *ready-made*, dont la pauvreté de la forme est inversement proportionnelle au caractère absolu de la question posée, en est la parfaite réalisation : Qu'est-ce que l'art ? *Fountain* (1917), l'un des *ready-made* les plus connus, continue de défrayer la chronique¹.

De l'urinoir-*Fountain* (1917) de Duchamp à la chaise de Kosuth (1965), il n'y a qu'un pas. Cet élément du réel est annexé par l'art qui ne renvoie qu'à l'objet-chaise dans sa neutralité ou plus exactement, comme

1. L'artiste niçois Pierre Pinoncelli, soixante-dix-sept ans, a été arrêté et placé en garde à vue après avoir ébréché à coups de marteau, mercredi 4 janvier 2006, cette œuvre de Marcel Duchamp installée au centre Georges-Pompidou, dans le cadre de l'exposition *Dada*.

DANS LA MÊME SÉRIE

ARDENNE Paul, *Un art contextuel. Création artistique en milieu urbain, en situation d'intervention, de participation.*

– *Extrême. Esthétiques de la limite dépassée.*

BAQUÉ Dominique, *Pour un nouvel art politique. De l'art contemporain au documentaire.*

COUCHOT Edmond, HILLAIRE Norbaire, *L'Art numérique. Comment la technologie vient au monde de l'art.*

ROTHKO Mark, *La Réalité de l'artiste.*

– *Écrits sur l'art, 1934-1969.*

Composition et mise en page



N° d'édition : L.01EHBN000131N001
Dépôt légal : février 2007

Extrait de la publication