

- 1) Faites un résumé d'une dizaine de ligne du texte joint : "Art, luxe et modernité", par Harry Bellet.
- 2) Que pensez-vous des idées émises dans ce texte ? Quelles formes d'art (des "œuvres" ou des "objets") souhaiteriez-vous privilégier ? Pourquoi, dans quelles intentions ?

## **Art, luxe et modernité, par Harry Bellet**

L'art contemporain est-il devenu un accessoire de luxe, au même titre qu'une montre ou un sac à main ? Ou, comme le pense le Suisse Lorenzo Rudolf, ancien directeur de la Foire de Bâle et de celle de Palm Beach, un élément parmi d'autres d'un style de vie ? *"Collectionner l'art contemporain fait désormais partie d'un style de vie qui attire de plus en plus de gens..."*, a-t-il eu l'occasion de dire.

A Paris, la FIAC, qui a lieu du 6 au 10 octobre à la porte de Versailles, a souvent flirté avec la mode. La première fois, en 1983, lorsque 18 artistes se sont associés avec 18 couturiers pour un défilé pendant le vernissage. En 2001, quand Courrèges a réalisé le club VIP.

La mode gagne aujourd'hui les biennales. Pour l'inauguration de celle de Lyon, qui a lieu jusqu'au 31 décembre, la soirée privée financée par le couturier Hermès associait présentation de sa collection hommes (un défilé auquel assistaient dans une belle unanimité commissaires de l'exposition, artistes, galeristes et collectionneurs), dégustation des plats d'une dizaine de grands chefs cuisiniers, puis partie dansante, tendance techno.

Les musées sont également tentés. Hormis le mécénat classique – rares sont les grandes expositions publiques qui font l'économie de l'argent du luxe : "Dada" est soutenu par PPR, "Vienne 1900" par LVMH –, on connaît des formes de publicité plus directes. En 2000, par exemple, Thomas Krens, directeur du Guggenheim Museum de New York, brisait un tabou en consacrant une exposition au couturier Armani. Lequel, hasard ou nécessité, versait au même moment au Guggenheim une donation de 15 millions de dollars.

Les artistes ne sont pas en reste. Takashi Murakami a redessiné de couleurs gaies les increvables bagages Vuitton, leur donnant un coup de jeune qui, par contraste, fait passer l'ancien style pour encore plus daté qu'il n'était.

Et les galeries plongent aussi. Ne serait-ce qu'à Paris où elles se transforment une fois par an en show-rooms, du moins dans le Marais. L'industrie de la mode est prête à payer le prix fort pour y organiser ses exhibitions. Un galeriste du Marais, qui souhaite garder l'anonymat, avoue que son loyer annuel de 22 000 euros est largement compensé par les 24 000 euros qui lui sont versés pour quatre semaines de location durant les "Fashion Weeks". Rares sont celles qui, soucieuses – pour combien de temps ? – de préserver leur image propre, restent ouvertes aux artistes durant cette période.

Cependant, les relations entre art et luxe ne datent pas d'hier. Pour l'anecdote, rappelons que l'uniforme des gardes suisses du Vatican est dû au crayon de Michel Ange, qu'en France, du Moyen Age au XVIIIe siècle, la vente de tableaux de second marché est le privilège de la corporation des marchands-merciers.

Que c'est un grand couturier qui fut le premier propriétaire des *Demoiselles d'Avignon* sur les conseils d'André Breton. Le couple Delaunay vécut longtemps des patrons que Sonia dessinait pour l'industrie de la mode, et Raoul Dufy réalisa des cartons pour le soyeux lyonnais Bianchini Ferrier...

Mais le phénomène connaît une croissance exponentielle : l'art contemporain est devenu un outil de gestion. C'est ainsi du moins que le présentait Alain-Dominique Perrin, qui présida à la création de la Fondation Cartier. Selon lui, entre 1984 et 1997, son entreprise a investi de 30 à 50 millions de francs (4,5 à 7 millions d'euros) par an dans l'art contemporain.

## VITRINE OU ÉCRIN

Le bâtiment, qui abrite les collections et les expositions mais aussi les employés de la société Cartier, a été conçu par Jean Nouvel comme une vitrine ou un écrin. La fondation a été lancée sans dépenser un sou en publicité, mais le montant des retombées de ses expositions dans la presse est incalculable, et le but est atteint : Cartier, bijoutier à l'image autrefois vieillotte, s'est taillé une réputation de modernité à peu de frais.

Ce qui peut se faire à l'échelle d'une entreprise peut exister à celle d'une ville : en trois éditions, la Foire de Miami a contribué à transformer l'image d'une cité un brin crapuleuse en un endroit glamour et a provoqué un boom de l'immobilier dans des quartiers naguère déshérités. Le phénomène existe enfin à l'échelle de l'individu.

## COLLECTIONNITE

Les deux plus riches collectionneurs français, Bernard Arnault et François Pinault, sont aussi propriétaires de maisons de luxe. Ils ont, à des degrés divers et avec des fortunes variées, investi dans le marché de l'art. Le premier assimile d'ailleurs les créateurs de mode aux artistes : *"Il n'y a pas vraiment d'opposition, a-t-il expliqué un jour. Ce qui compte pour moi, c'est d'être en face d'un vrai créateur. J'ai eu la même sorte de réaction quand j'ai rencontré Galliano. Quand je suis sorti du défilé de Dior où les modèles étaient habillés en papier journal, je me suis dit, là, on touche vraiment à l'art."*

Aux Etats-Unis et, dans une moindre mesure, en Europe, la collectionniste est devenue elle-même une mode. Dans un livre sur le marché de l'art (*Sotheby's, le marché de l'art et ses secrets*, J.C. Lattès, 1998), le journaliste Robert Lacey l'expliquait ainsi : *"Quand les gens achètent chez Sotheby's, ils cherchent à satisfaire une variété de besoins. Ils peuvent expliquer leurs motifs en termes de goût, d'histoire, de sentiments, mais ils dépensent essentiellement pour donner une nouvelle dimension à leur vie ; ils enchérissent pour acquérir de la classe."*

## SAC "KELLY"

C'est aussi vrai du sac "Kelly" d'Hermès, pour l'achat duquel, comme pour certains artistes contemporains, il existerait une liste d'attente !

La synergie de l'art et du luxe part d'un constat très simple : les deux secteurs attirent les mêmes clients, qui dépensent en moyenne pour l'un ou l'autre des sommes sensiblement équivalentes. Que ces personnes recherchent une jouissance esthétique, un plaisir culturel ou simplement, comme le croit le sénateur Yann Gaillard (UMP), auteur d'un rapport parlementaire sur le marché de l'art, à ennoblir l'argent gagné dans des activités industrielles ou commerciales, semble aujourd'hui moins déterminant que le "style de vie" qu'elles espèrent ainsi se procurer.

Avec un danger que souligne Lorenzo Rudolf, pour qui luxe et mode sont incompatibles : *"L'art était du luxe, c'est en train de devenir la mode. A un haut niveau, l'art est élitare. Combien de temps les grands collectionneurs accepteront-ils d'être noyés dans la masse ?"* (Le Monde du 18 juin).

Et combien de temps les artistes se satisferont-ils qu'on assimile leurs oeuvres à des réticules ? Ou d'être cueillis dès la sortie de l'école par des agioteurs qui les pousseront, par intérêt financier au moins autant que culturel, jusqu'à la prochaine crise du marché ?

Pourtant, si elle peut laisser rêveurs ceux des 28 708 artistes répertoriés par la Sécurité sociale qui gagnent moins de 15 000 euros par an (les trois quarts, selon une étude du ministère de la culture), cette situation pourrait contribuer à rendre à la France une visibilité depuis longtemps perdue sur le front de l'art contemporain. Car si l'image de Paris s'est dégradée depuis cinquante ans pour ce qui concerne les arts plastiques, elle reste forte en matière de luxe. S'il faut en passer par un drapé pour regarder à nouveau un tableau... Paris a bien valu d'autres messes.

## Harry Bellet

LE MONDE - Article paru dans l'édition du 07.10.05

