

# DESIRS



HIVER 2008 DESIRS

13

ART ET MODE

## ECHANGES D'INFLUENCES

**PASCAL MONFORT** EST PASSIONNÉ DE MODE. DES ORIGINES DU COSTUME AUX CRÉATEURS CONTEMPORAINS AVANT-GARDISTES, IL EST INTARISSABLE SUR CE SUJET. CES DERNIERS TEMPS, IL S'EST PLUS PARTICULIÈREMENT PENCHÉ SUR LA RELATION FÉCONDE QUI SE NOUE DEPUIS DE NOMBREUSES ANNÉES ENTRE L'ART ET LA MODE, SUJET QUI FAIT L'OBJET D'UNE CONFÉRENCE DONNÉE MARDI 11 NOVEMBRE AU CASINO-FORUM D'ART CONTEMPORAIN À LUXEMBOURG. SANS CHERCHER À FAIRE L'HISTORIQUE DE CES ÉCHANGES CULTURELS ET CRÉATIFS, NOUS AVONS POSÉ QUELQUES QUESTIONS À PASCAL MONFORT POUR TENTER D'APPROCHER CETTE VASTE DIALECTIQUE.

INTERVIEW: CÉLINE COUBRAY. PORTRAIT: SÉBASTIEN AGNETTI.

**COMMENT ET POURQUOI VOUS ÊTES-VOUS INTÉRESSÉ AUX RELATIONS ET CORRESPONDANCES QUI S'ÉTABLISSSENT ENTRE L'ART ET LA MODE ?**

«Mon intérêt a toujours été bipolaire: d'un côté la mode et en parallèle l'art. Alors que j'étais adolescent, je suis entré dans le monde de la mode par l'intermédiaire de la musique. J'étais fasciné par les cultures alternatives, les mouvements musicaux qui sont associés à une revendication, comme les Punks, les Hippies, les Zazous... Je me suis longtemps intéressé à ces mouvements dont les protagonistes étaient très lookés et les ai étudiés avec passion et avidité. Plus que le shopping, c'était la théorie qui retenait mon attention. J'avais une soif de savoir encyclopédique sur ce sujet. Je voulais tout connaître, tout analyser, tout décrypter. Je regardais la mode sous un angle presque scientifique, comme on fait des recherches en théorie fondamentale. J'étais aussi un grand consommateur de magazines et j'ai même été à l'époque le plus jeune abonné masculin à Vogue Hommes. J'étais alors 12 ans. Puis à l'Université de Metz, où j'ai fait des études de sciences sociales et communication,

j'ai reçu un cours de philosophie de l'art. J'ai mis très rapidement cette connaissance en lien avec la mode. J'ai découvert le travail de Comme des Garçons et de Yoshi Yamamoto qui sont très conceptuels et développent une démarche singulière dans le monde de la mode, se rapprochant d'une démarche artistique. Après l'Université de Metz, j'ai voulu approfondir ma passion et me suis inscrit en section mode à l'Université de Lyon. J'ai aussi manifesté de l'intérêt pour l'art conceptuel, des artistes comme Jean-Pierre Raynaud, dont je porte toujours autour du cou un pendentif en forme de pot, Malevitch et le suprématisme. J'ai mieux pris conscience des parallèles qui pouvaient être tracés entre l'art et la mode. J'ai découvert les œuvres textiles de Sonia Delaunay, de Picasso, de Matisse... Je me suis rendu compte que la mode et l'art évoluaient simultanément, tout comme le graphisme, le monde politique, les ruptures culturelles et que ces relations existaient depuis longtemps. L'art, la mode, la musique partagent tous des interrogations communes et des réflexions transversales. Ceci semble évident à dire aujourd'hui, mais cela n'était pas encore le cas il y a 10 ans.

**LA FRONTIÈRE ENTRE CES DISCIPLINES EST-ELLE FACILEMENT IDENTIFIABLE ?**

«Non, la frontière entre l'art et la mode devient de plus en plus transparente. Mais il est important de souligner que cet échange entre le milieu de l'art et celui de la mode n'est pas nouveau. On retrouve des exemples de ce type dès le début du XX<sup>e</sup> siècle. Sonia Delaunay a dessiné des motifs pour des tissus, des cravates. Man Ray a réalisé des photographies pour Vogue. Salvador Dali et Elsa Schiaparelli ont collaboré sur des créations. Yves Saint Laurent a réalisé des robes inspirées des toiles de grands peintres comme Mondrian, Matisse, Braque, Picasso, Bonnard, Léger. Jean-Charles de Castelbajac a proposé des vêtements reprenant les dessins de Keith Haring, agnès b. invite des artistes à dessiner sur des t-shirts. Et inversement, on trouve des personnalités de la mode dans le milieu de l'art, comme Hedi Slimane qui expose ses photographies à la Galerie Almine Rech. Si on monte encore d'un échelon sur l'échelle de la porosité entre l'art et la mode, on croise le photographe Terry Richardson dont les photographies sont à la fois publiées dans les magazines de mode et exposées en galerie. L'artiste Juergen Teller est directeur artistique de l'image de Marc Jacobs et expose également à la Fondation Cartier. Les photographes Ines Van Lamsweerde & Vinoodh Metadine s'amusent également de cette relation étroite entre

l'art et la mode et on retrouve aussi bien leurs photos dans les pages des magazines que sur les cimaises des foires d'art contemporain. On pourrait ainsi multiplier les exemples... Et puis il y a des artistes qui utilisent les codes de la mode et les transposent dans leur pratique artistique. Des artistes comme Jeff Koons ou Damien Hirst ont une aura presque plus proche d'un rock star que de celle d'un artiste. On peut aussi citer les exemples de Wim Delvoye, de Xavier Veilhan. Leur art est quasiment devenu une marque. Ils utilisent les mêmes outils que pour lancer une mode, font énormément de relations publiques. Si on pousse un peu l'analyse, on pourrait presque dire qu'ils font de la communication par l'intermédiaire de leurs œuvres. L'artiste contemporain peut presque être vu comme un faiseur de tendances, un *taste maker*.

**MAIS CETTE RELATION ENTRE L'ART ET LA MODE N'EST PAS FORCÉMENT COMPLAISANTE ET L'ART VA MÊME JUSQU'À CRITIQUER L'INDUSTRIE DU LUXE, SURTOUT CES DERNIÈRES ANNÉES. POURRIEZ-VOUS DONNER QUELQUES EXEMPLES ?**

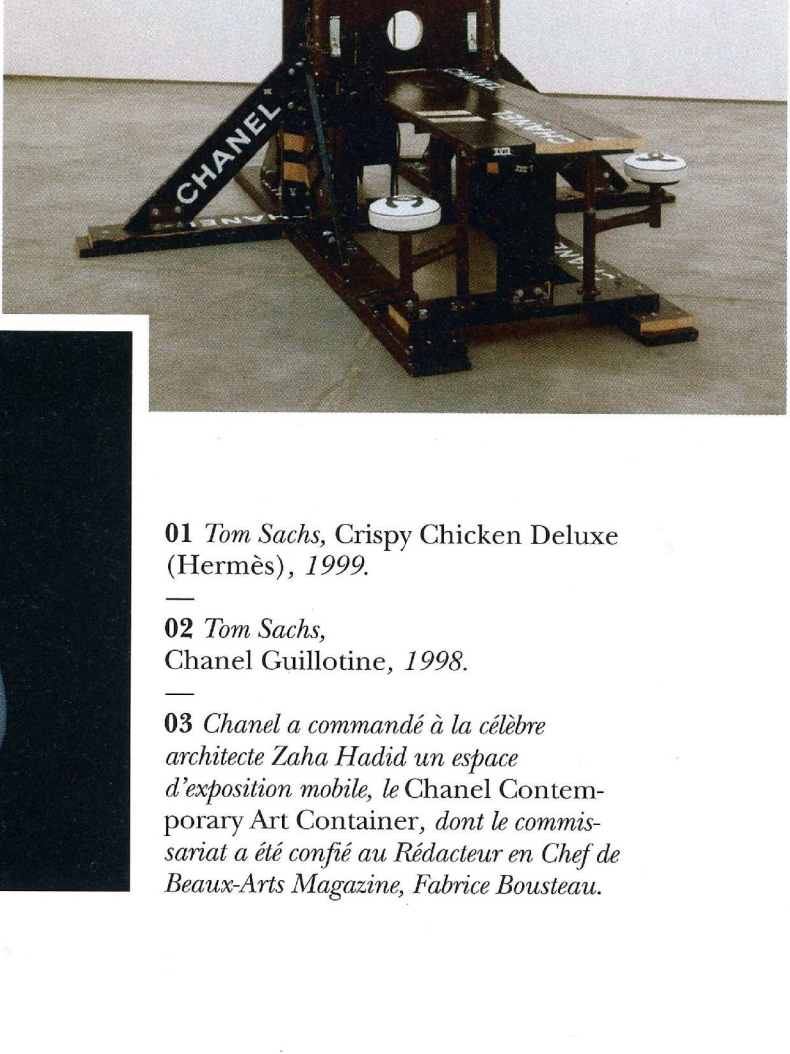
«Parmi les artistes qui sont proches du milieu de la mode, certains n'hésitent pas en effet à produire des œuvres très critiques. Tom Sachs, par exemple, a réalisé des œuvres incisives et visuellement très fortes comme la galleuse Chanel

14

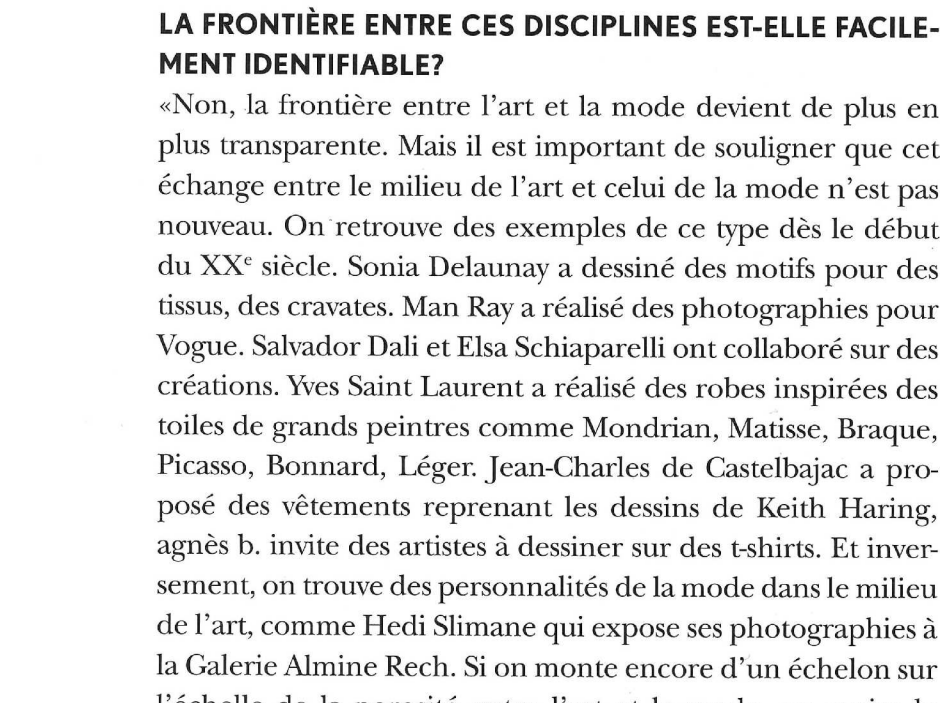
DESIRS HIVER 2008



01 Photo: Galerie Thaddäus Ropac, Paris/Salzburg



02 Photo: Galerie Thaddäus Ropac, Paris/Salzburg



03 Photo: Zaha Hadid Architects

01 Tom Sachs, Crispy Chicken Deluxe (Hermès), 1999.

02 Tom Sachs, Chanel Guillotine, 1998.

03 Chanel a commandé à la célèbre architecte Zaha Hadid un espace d'exposition mobile, la Chanel Contemporary Art Container, dont le commissariat a été confié au Rédacteur en Chef de *Beaux-Arts Magazine*, Fabrice Bousteau.

16

DESIRS HIVER 2008



01 La collection Printemps-Eté 2008 de Louis Vuitton a été réalisée en collaboration avec l'artiste Richard Prince dont l'empreinte se retrouve sur les toiles des sacs aux monogrammes imprimés de manière décalée.

02 A l'occasion des 60 ans de Longchamp, la marque a invité l'artiste belge Jean-Luc Moorman à réaliser des motifs sur les sacs.

03 Le japonais Takashi Murakami a collaboré à plusieurs reprises avec Louis Vuitton pour intervenir sur les sacs et habiller les toiles de motifs vivifiants et ludiques.



02



03

ou le menu McDonald's réalisé avec les emballages Hermès. Thomas Létu tourne en ridicule, comme l'avait fait avant lui Marcel Duchamp de la Joconde, un des plus grands groupes de luxe, LVMH, dans son œuvre *LVMHOOQ*.

**EST-CE QUE CES RELATIONS ENTRE L'ART ET LA MODE CONCERNENT UNIQUEMENT LES ARTISTES ET LES STYLISTES OU EST-CE PLUS GÉNÉRAL ?**

«Cette relation peut tout à fait s'élargir à d'autres acteurs du milieu de l'art et de la mode. On peut citer comme exemple le galeriste Emmanuel Perrotin qui navigue dans le milieu de la jet-set ou le commissaire d'exposition Eric Troncy qui a utilisé des noms de cosmétiques comme titre pour une série d'expositions présentées à la Fondation Lambert en Avignon. En plus de ses activités de commissaire, ce dernier écrit dans le magazine de mode *Numéro*. On retrouve les mêmes personnes dans les coulisses de la foire Art Miami ou autour des podiums des défilés de mode à New York. Les marques de champagne, qui autrefois se battaient entre elles pour être présentes dans les coulisses des défilés, cherchent aujourd'hui à être présentes aux grands événements d'art contemporain.

**MAIS N'EN PENSEZ-VOUS PAS QUE CETTE ATTIRANCE POUR LES PAILLETTES ET LE GLAMOUR PUISSE NUIRE À LA QUALITÉ DES CRÉATIONS ?**

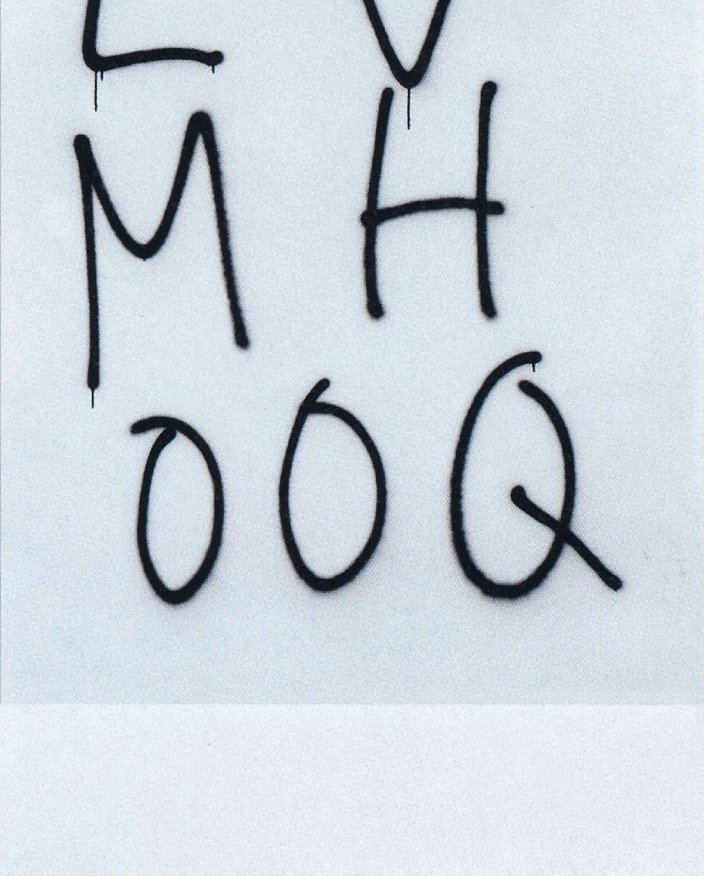
«L'univers de la mode est attractif pour un artiste. L'argent est plus présent, l'amusement aussi. Sans cette vie mondaine, Jeff Koons n'aurait certainement pas rencontré la Ciccolina, Nan Goldin n'aurait pas pu photographier le monde de la nuit avec autant d'intimité. Si Xavier Veilhan réalise la sculpture du duo Air comme il l'a fait, c'est parce qu'il les fréquente régulièrement et les connaît bien. Ces échanges pourraient être mis en parallèle avec la démarche des écrivains du XVII<sup>e</sup> siècle qui s'inspiraient de la vie de la Cour pour leurs œuvres littéraires.

**CERTAINES GRANDES MARQUES DU LUXE FONT DÉSORMAIS RÉGULIÈREMENT APPEL À DES ARTISTES. CETTE DÉMARCHÉ N'EST-ELLE PAS PLUS PROCHE D'UNE DÉMARCHÉ MARKETING QUE D'UN RÉEL SOUTIEN À LA CRÉATION ?**

«Nous vivons dans une époque où le marketing est présent partout. Rolex finance le travail d'un artiste, Hermès permet la

17

DESIRS HIVER 2008



01

01 Thomas Létu, LVMHOOQ, 2006.

02 Yves Saint Laurent s'est inspiré des toiles de Piet Mondrian pour créer cette robe présentée lors du défilé de la collection Automne-Hiver 1965.



Photo: Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent

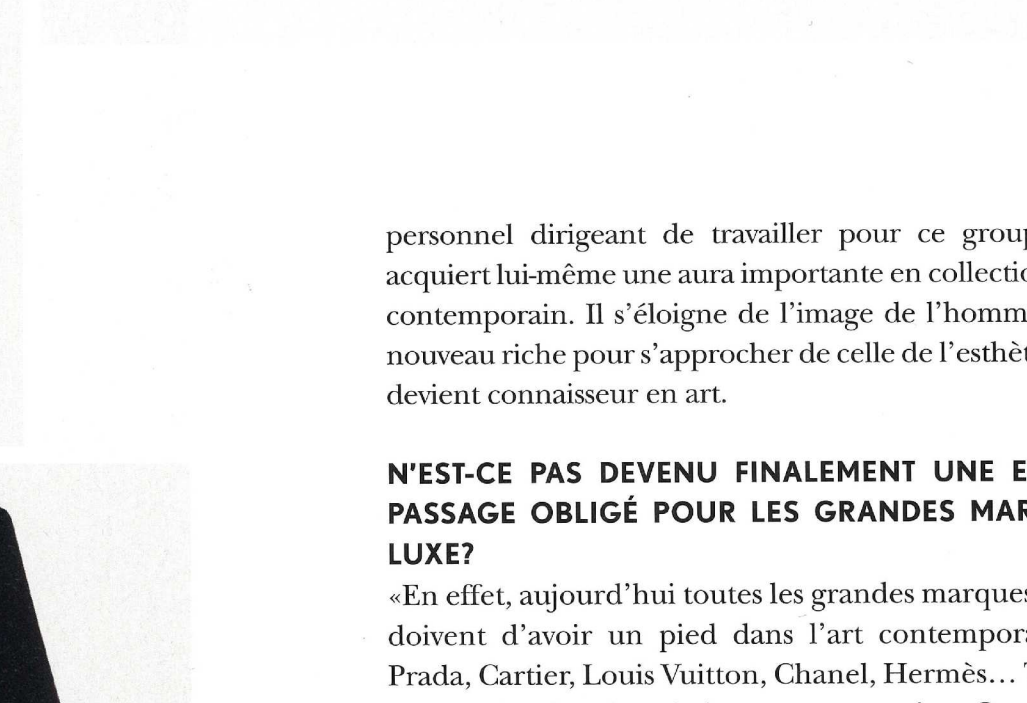
production de nouvelles œuvres. Chanel décide de se faire construire une galerie d'exposition mobile. Les marques ont conscience que les artistes occupent une place un peu à part dans la société. Elles pensent qu'en se rapprochant d'eux, cela augmente leur crédit d'éclatisme. Le luxe est devenu aujourd'hui monnaie courante. Presque tout le monde peut avoir accès au monde du luxe. L'artiste, lui, apporte une plus-value. Cela est bien vu de supporter une «curie» d'artistes. Ce soutien alimente les discours de la marque qui s'achète ainsi une culture, une part de créativité. C'est un enjeu d'image. La conséquence est que les acheteurs d'art contemporain sont en train de changer de visage. François Pinault par exemple est le plus grand patron du luxe et constitue en parallèle une collection d'art contemporain impressionnante. Il fait entrer l'art dans l'identité de ses marques comme Louis Vuitton où des artistes participent à la création de produits. On peut citer par exemple Takashi Murakami et Richard Prince. Lors de l'ouverture de la boutique sur les Champs Élysées, il a demandé à Vanessa Beecroft de réaliser une performance qui dialoguait avec le monogramme de la marque. Je pense qu'à ce moment-là, beaucoup de personnes ont entendu le nom de cette artiste pour la première fois. À côté de cela, il met sur pied une fondation et reconnaît même que cela fait partie de sa stratégie de ressources humaines, car cela participerait à la fierté de son

18

DESIRS HIVER 2008

01 Levi's a proposé au britannique Damon Hirst de réaliser une collection limitée composée de jeans et de T-Shirts revisités par l'artiste.

02 - 03 agnès b. invite régulièrement des artistes comme Skit ou Hugues Peip pour réaliser des T-shirts portant un motif de leurs créations et représentatif de leur univers artistique.



personnel dirigeant de travailler pour ce groupe. Pinault acquiert lui-même une aura importante en collectionnant l'art contemporain. Il s'éloigne de l'homme d'affaires nouveau riche pour s'approcher de celle de l'esthète, puisqu'il devient connaisseur en art.

**N'EST-CE PAS DEVENU FINALEMENT UNE ESPÈCE DE PASSAGE OBLIGÉ POUR LES GRANDES MARQUES DU LUXE ?**

«En effet, aujourd'hui toutes les grandes marques du luxe se doivent d'avoir un pied dans l'art contemporain. Gucci, Prada, Cartier, Louis Vuitton, Chanel, Hermès... Toutes sont impliquées dans la création contemporaine. On assiste aussi à l'écllosion de nombreuses fondations et ceci pour différentes raisons. C'est une forme de communication, agnès b., par exemple, a bien compris que l'investissement dans la culture est la meilleure publicité qu'il soit. A défaut d'acheter des espaces publicitaires, la marque est présente sur des festivals de musique, tient une galerie d'art, soutient des vidéastes, des musiciens, des graffeurs, invite des artistes à dessiner sur des t-shirts de sa marque... L'art est devenu le luxe du luxe. Si on metait Monsieur Luxe et Monsieur Art l'un en présence de l'autre, Monsieur Luxe demanderait certainement un autographe à Monsieur Art. Je pense que c'est beaucoup plus difficile d'acheter une œuvre d'art contemporain à plusieurs milliers d'euros qu'un sac à main aussi prestigieux et luxueux soit-il. L'art est un domaine qui va au-delà de l'argent, car cela nécessite une certaine culture, une certaine forme de goût.»