

Communication

Weiwei sculpte en kit, l'œuvre s'achète chez Hornbach

Depuis mi-février, le plasticien chinois apparaît dans un spot télé en Suisse, en Allemagne et en Autriche pour l'enseigne allemande de bricolage

Florence Milliod-Henriques

Surprise, entre un spot vantant le pouvoir rafraîchissant d'un bonbon et les avantages de la dernière-née d'une marque de voiture, c'est Ai Weiwei à la télé... Star emblématique de l'art contemporain, activiste et homme de communication, le plasticien chinois a déboulé il y a une dizaine de jours sur les écrans publicitaires en Suisse, en Allemagne comme en Autriche pour une opération prévue jusqu'à la fin du mois.

Droit dans sa veste à capuche bleue, l'artiste a 20 secondes d'antenne. Il ne vend ni pistolet à colle ni pinces, mais parle de sa dernière création, une œuvre «pour le public, pour les gens qui ne sont pas nécessairement des collectionneurs. L'art appartenant à tout le monde.» Le spot se termine sur quelques mesures d'un morceau choral bien connu des inconditionnels du do-it-yourself.

La suite? Elle se passe sur le site internet de l'enseigne de bricolage, chacun peut y commander le matériel nécessaire à la réalisation de «Safety Jackets Zipped the Other Way», ready-made imaginé en quatre versions par Weiwei à base de vêtements de sécurité orange fluorescent. La sculpture est à monter soi-même pour un prix variant entre 366 francs et 660 francs sans la visserie. «J'espère, commente en ligne l'artiste, que tous les gens pourront apprécier cette œuvre et ne pas dépen-

ser beaucoup d'argent, tout en étant en mesure de dire: «J'ai un original de Ai Weiwei.» Un certificat d'authenticité en attestera.

Du flirt au mariage?

L'art et la pub n'en sont pas à leur premier flirt, les détournements d'œuvres d'art à des fins publicitaires étant aussi vieux que la réclame, il suffit de demander à la «Joconde», commerciale de choc pour du shampooing, du fromage, un site de rencontre, etc., ou au «Déjeuner sur l'herbe» de Manet infiltré par la plus célèbre des boissons gazeuses! Mais il y a encore Lautrec, l'affichiste aujourd'hui d'envergure muséale: n'a-t-il pas fait de la pub sur les murs de Paris? Et Warhol, Hopper, Ungerer, n'ont-ils pas mis leur trait au service d'agences de pub alors que Ben a dégainé ses slogans pour une agence immobilière et un label hôtelier? Mais la donne change avec Weiwei, il lui suffit de 20 secondes pour franchir un pas de plus - de trop? - en s'impliquant physiquement dans une campagne. À qui profite le coup de pub? Qui joue avec les codes?

Pour Saverio Prozano, fondateur de Mediagenic et directeur de cours au SAWI à Lausanne, tout le monde s'y retrouve! «Aujourd'hui, se contenter de vendre un produit ne suffit plus. Les marques le savent, si elles veulent faire partie de la vie des consommateurs, elles doivent les toucher au cœur. Dans ce spot, Hornbach met clairement l'individu en avant et le valorise en lui disant



Ai Weiwei devant l'une des quatre versions de «Safety Jackets zipped the other way». TREVOR GOOD

«J'ai fait cette œuvre pour les gens qui ne sont pas nécessairement des collectionneurs»

Ai Weiwei Plasticien

qu'il peut le faire de ses propres mains, qu'il peut réussir tout seul. En même temps que l'artiste défend à la fois l'idée de matériaux banals transformés en art et celle de l'art accessible à tous. Même si c'est un peu élitiste, poursuit l'expert, c'est très réussi et gagnant-gagnant. La marque avance sur un terrain inattendu pour un magasin de bricolage et l'artiste gagne une autre visibilité.»

Qu'il inonde les réseaux sociaux, soigne sa popularité à travers la cause des migrants, érige son selfie wall sur internet ou fasse déposer des fleurs dans le panier de son vélo alors qu'il était en prison, Ai Weiwei maîtrise l'art de la communication, aiguisé dans la dissidence. Le Chinois y a appris la nécessité de rester dans les radars, dans tous les radars. Artiste, il le fait en défiant, parfois en provoquant et souvent en répondant à l'actualité: on se souvient du cliché où, allongé sur le ventre comme mort, il reproduisait la découverte du petit Aylan retrouvé sur une plage grecque.

Admiration et agacement

«Weiwei a cette légitimité de s'être frotté personnellement à la censure et de ce point de vue là, ce n'est pas un faiseur. Mais il sait

également utiliser le système et les marqueurs, analyse Chantal Prod'Hom, directrice du Mudac à Lausanne. Dans ce spot: les gilets des travailleurs comme leur couleur orange qui renvoie aux gilets de sauvetage des migrants avec lesquels il a fait un certain nombre d'installations. Alors dans un sens, je l'admire, dans l'autre, il m'agace. Heurte-t-il la morale? Fait-il sa propre promotion? Je ne pense pas qu'il utilise sa célébrité pour soigner son ego, mais il en fait une vraie arme.»

On ne connaîtra pas le montant du contrat signé par Ai Weiwei, en revanche la marque communique sur l'enthousiasme du plasticien, fan de librairies autant que de do-it-yourself: «Les unes servant à l'activité du cerveau, l'autre fournissant les outils pour faire bouger les choses.» Un intérêt que Mi-

chelle Nicol a pu vérifier de près, cofondatrice de Neutral Zurich, elle était là au making-of de la campagne imaginée avec Heimat à Berlin. «Nous avons rencontré Weiwei à plusieurs reprises et sommes aussi allés ensemble dans un magasin. Se sentant à l'aise avec le concept, il a donné son aval et proposé plusieurs projets, toujours très conceptuels, en prenant vraiment le temps de creuser l'idée sans faire de différence entre le fait de le réaliser pour un musée, une galerie ou tout autre chose. L'important étant, pour lui, l'acte de créer.»

A-t-il rendu cette nécessité contagieuse? Reto Kaspar, directeur marketing de Hornbach Suisse, préfère une anecdote aux chiffres: «On m'a transmis le mail d'un client qui voulait cinq exemplaires pour lui et ses enfants.»

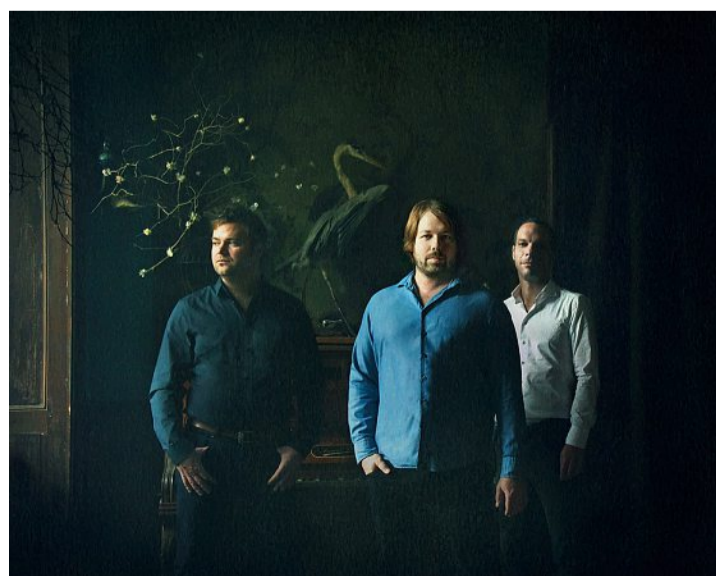
Marc Perrenoud, un trio de jazz à s'en relever la nuit

Jazz

Le musicien genevois livre «Morphée», son 5^e album en trio. Concerts vendredi et samedi à Onex

Il neige au bout du lac. Un disque tourne sur la platine. La composition s'intitule «Stairs», les escaliers. Sept notes descendantes au piano, une simple gamme en apparence. Mineur d'abord: si, la, sol, fa - la neige ne tient pas, le bitume est détrempé - mi, ré encore - les journées se rallongent. Enfin, do dièse. La musique, aussitôt, vire au majeur. Le soleil crève le ciel gris.

«Stairs», cette composition originale de Marc Perrenoud, figure



De gauche à droite: Marco Müller (contrebasse), Marc Perrenoud (piano), Cyril Regamey (batterie). DR

sur le nouvel album du pianiste genevois, qui réalise son cinquième opus en trio, baptisé «Morphée». Avec Marco Müller à la contrebasse, Cyril Regamey à la batterie, voilà la fine fleur du jazz helvétique, versant acoustique à l'ancienne, dont on ne discute plus ni le savoir-faire - douze ans sur les routes - ni cette force toute en élégante retenue. À la scène, le trio fait merveille: prochaine apparition vendredi 28 et samedi 29 février au Manège d'Onex, pour un concert-vernissage. Au disque, «Morphée» livre des humeurs globalement douces, contrastées d'intenses passages d'énergie. On retient déjà le sonneur «Twenty Five Ghosts», dessiné d'une pointe nette au clavier, également le plus méditatif «A Flower to my Daughter», porté

par le timbre grave et profond de la contrebasse; inspirée d'un poème de James Joyce («Oh, mon enfant aux veines bleues...»), cette musique de Perrenoud avait donné lieu à une version chantée avec Elina Duni, à l'enseigne du groupe Aksham. Et s'il faut du nerf, on ira vers «The REB», basse, batterie et piano tous ensemble dans les graves sur un rythme trépidant.

En fait de saison, si «Morphée» sort en hiver, c'est en été qu'il a été inventé. Août 2019, de nuit. Ici la chambre, et là le piano. L'instrument est doté d'un système silencieux, seul le musicien l'entend. D'ordinaire, notre homme est un matinal - «Je me lève, je m'y mets, allez, hop!» Mais il faisait si chaud... Alors, il somnole jusqu'à deux heures du matin, se réveille

vers trois heures, se met à l'ouvrage. «Me retrouver entre rêve et réalité m'a procuré des sensations... intéressantes.» Dans la nuit estivale, Marc Perrenoud esquisse des mélodies, cherche des atmosphères, se pose des contraintes nouvelles. Et si l'on mettait do dièse en guise de tonalité? Ça ferait un groove d'enfer. Ce sera «East Tower», une composition non dénuée d'excitation. «La nuit, retient Marc Perrenoud, permet d'insuffler son propre rythme, personnel. Parce qu'il n'y a pas de rendez-vous, pas de repas ni aucune autre obligation.» **Fabrice Gottraux**

«Morphée» Marc Perrenoud Trio (Neuklang), en concert ve 28 et sa 29 fév., 20 h, Le Manège, Onex, www.spectacles-onesiens.ch