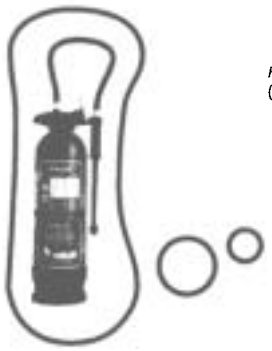
Isoloir téli

Ghisla



Habillage graphique pour extincteurs
(Photographie Soussan Ltd., Service éditions Limited).

page 122

Une œuvre
un critique
un artiste

L'art doit-il être artistique ?

Face à un art qui se joue des fashion victims en plaçant le kitsch, le détournement, le simulacre, la transgression, le clonage, le fiasco voire l'imposture au sommet de la culture, la question qui finit par se poser ne concerne plus les limites de l'art mais :

Quand, comment, pourquoi et où y a-t-il de l'art aujourd'hui ?

Car à force d'exclure tout ce qui de l'artiste du passé faisait sa raison d'être, son talent, son savoir faire, sa valeur mythique, son charisme, l'art s'est mis au diapason d'une société qui tend à tout niveler dans des réseaux de communication où triomphe désormais le célèbre quart-d'heure warholien de la gloire pour tous.

L'état du "grand art" est alors l'objet d'un débat au sein d'une culture qui s'est standardisée dans l'industrialisation et la mondialisation ; c'est à cette structure façonnée par l'internet que nous devons sa démocratisation et l'apparition de nouveaux espaces conviviaux ; c'est là, qu'intervient, entre réalité du fonctionnement social et fantasme d'une communauté interactive, l'artiste de cette fin de siècle.

ÉPHONES MOBILES /

AIN MOLLET-VIÉVILLE

Les contours sociaux de l'art sont devenus l'art lui-même !

A la suite de Warhol qui a ale génie de contaminer l'art en assimilant ses œuvres au produit degrande consommation ou de Guy Debord qui pensait qu'une certaine vie aventureuse valait mieux que toute forme d'art ou encore Filliou pour qui "l'art c'est ce qui rend la vie plus intéressante que l'art", l'esthétique tend de plus en plus à se positionner comme éthique dans une relation au champ social qui induit les éléments de sa propre définition.

Qui s'étonnera alors, qu'à force de suivre l'art dans ses connexions avec notre société (la mode, le design, l'architecture, l'informatique, la communication …mais aussi les jardins, le sport, la fête…) il devienne plus intéressant de s'en tenir à ce qu'est cette société et à ce qu'elle s'engendre. Dans cette optique nouvelle, nous expérimenterions l'impact d'une réflexion rattachée à ce que nous attendaons de l'art mais que nous retrouvons qu'édulcaré dans les recyclages et adaptations diverses opérées dans les lieux spécifiques à l'art ?

Par ce repérage systématique des faits de société, le monde serait enfin considéré pour ce qu'il est, avec une prise de conscience qui, loin d'être pessimiste, conduirait plutôt à une mobilisation pour de justes causes et à une lucidité que viendrait mettre en relief un art libéré de l'idée de l'art.

Et cel évidemment ce serait tout un Art !

/ SOUSSAN LTD.

Soussan Ltd.
Fournisseur des musées

" Fournir les musées, un travail d'artiste ". Telle est la devise adoptée par la Société Soussan Ltd. qui a pour principale règle de vie de servir l'art et de perfectionner son environnement.
Héritier d'une entreprise fondée par son ancêtre Marcel Soussan— génial petit inventeur du début du 20e siècle qui a mis au point une technologie de pointe pour la production d'hygromètres en série — M. Sylvain Soussan profita du regain d'intérêt que les années 80 portaient à la muséologie pour propulser son entreprise dans l'ère de la modernité.

page 124

Une œuvre
un critique
un artiste

"La muséologie c'est notre histoire…", annonçait-il au cours de la campagne publicitaire qui inaugurait son arrivée aux commandes de la maison familiale. Sa première initiative de P.d.g., fut d'opérer une véritable introspection remontant aux origines de sa société. Son constat fut immédiat : il devait conserver toutes les traces d'un parcours prestigieux et riche en enseignements, mais il fallait exploiter ce précieux témoignage,avec les outils de communication les plus avant-gardes. "Une société sans histoire est une société sans avenir "s'exclama-t-il; c'est pourquoi dans le cadre d'un stratégie de développement avisé s'imposa la construction de nouveaux locaux qui hébergent aujourd'hui un siège social high-tech, une Fondation d'entreprise dynamique et un musée chargé de la conservation non seulement de documents d'archives mais aussi d'une collection de tableaux et de meubles liés à l'histoire de son entreprise.
Ce qui s'imposait d'emblée, c'est que le professionnalisme avec lequel serait exposé ce patrimoine historique permettrait à la Soussan Ltd. de démontrer l'efficacité de ses services à travers un exercice de conservation brillamment auto-administré. A la suite de quoi c'est en toute crédibilité que M. Sylvain Soussan pouvait annoncer que sa société était à même de prendre en charge la mise en valeur de collections et leur conservation, mais aussi offrir des services tels que " la restauration et l'encadrement des œuvres et du public… ". Bref pour un simple Crochet X livré en super-rush, le montage d'une exposition`sur mesure ou un musée clé-en-main, il ne fallait plus hésiter à le solliciter !
Devant cet ambitieux programme associant innovation et recherche de qualité, la société a du faire preuve d'esprit critique,de créativité et d'audace; elle a du pressentir les mutations sociales, devancer les besoins d'une production artistique contemporaine, et établir un véritable dialogue entre les œuvres et ses activités de fournisseur.
" Œuvrer dans l'art de la conservation c'est rendre le passé moderne, mais attention, prenons notre temps, car il travaille pour nous ! ". C'est en ces termes que M. Sylvain Soussan présenta " Mouvement Artistique " au Musée d'Art Moderne et Contemporain de Genève ; un service de déménagement bien particulier qui consiste à transporter les objets d'art à la vitesse de quelques centimètres par jour. En organisant les déplacements à cette allure infime, les secousses et les chocs climatiques sont pondérés et les oeuvres bénéficient d'une intégration progressive vers l'agitation des espaces d'exposition. Quant à ceux qui redouteraient que cela prenne un peu trop de temps, M. Sylvain Soussan rétorquait " j'ai acquis la certitude que ces transports sont effectués à une vitesse fulgurante si nous la comparons à l'imperceptible mais inexorable mouvement d'entropie qui anime les œuvres au cours de leur long cheminement à travers l'histoire."
De même lorsqu'il fut chargé de la remise en état des murs de la galerie Le Sous-sol, M. Sylvain Soussan fit-il un examen soigné de la situation et en conclut que seul Daniel Walravens —l'artiste-coloriste des cimaises de l'exposition Féminin-Masculin au Centre Pompidou — pouvait prescrire une peinture blanche répondant à toutes les exigences des professionnels de l'art. Puis il confia l'application de celle-ci à la société de Bernard Brunon THAT'S PAINTING Productions. Et le public fut invité à la visite de ce chantier : " Pour que le fond retrouve la forme ".
Derrière le bureau d'accueil de la Délégation aux Arts Plastiques,c'est un distributeur automatique de boissons réfrigérées intitulé "Fountain 1997 " que la société a installé pour le bien-être du personnel comme du public. Grâce à sa façade éclairante aménagée pour recevoir périodiquement un visuel commandé à un jeune artiste, cette conviviale invitation à se désaltérer participe activement à la promotion de l'art contemporain car tout en offrant un moment de détente salutaire, elle place le consommateur en relation avec une œuvre, loin des conventions des salles d'exposition. M. Sylvain Soussan démontre par là qu'il est possible d'insérer l'art de notre temps dans un système de production de biens et de services a priori standardisés.
Mais cette société n'a pas que des préoccupations basées sur la prestation commerciale, elle établit aussi à travers sa Fondation d'entreprise, des relations privilégiées avec de jeunes institutions culturelles à qui elle procure généreusement une aide tant matérielle que logistique.
Parmi celles-ci, le Musée des nuages paraît être une des plus prometteuses. Dans cette collection, les divers nimbus, cirrus,cumulus et autres stratus ne sauraient se confiner dans les limites imposées par les cimaises muséales ; leur flux incessant sur fond de lumière céleste, engage notre regard à aller au de-là de leur seule présence diaphane, nous invite à les suivre dans leurs méandres autour de la planète. C'est dire qu'en conjuguant patrimoine culturel et patrimoine naturel, ce musée épouse une cause écologique mondialiste et fait prendre à sa muséologie une belle amplitude chargée d'espoir.
De plus cette association de la nature et de la culture a eu des conséquences notables, lorsque pendant la FIAC 94, ce musée distribua gratuitement des bouteilles d'eau minérale à chacune des galeries présentes. " Boire est un acte naturel, c'est aussi un comportement culturel " pouvait-on lire sur les étiquettes.Ce geste généreux contribuait au bien-être des participants et de leurs collectionneurs, apportant la preuve que cette collection de nuages dispense ses bienfaits jusque dans les stands confinés et surchauffés des grandes foires internationales d'art.
Les actions de mécénat de Soussan Ltd s'adressent aussi aux très nombreux amateurs d'événements sportifs ; ils représentent un public immense que M. Sylvain Soussan souhaite intéresser de plus près à la vie artistique ; d'ailleurs réciproquement ne serait-il pas juste que selon le bon principe des vases communicants, le milieu de l'art puisse à son tour, s'émouvoir de l'exaltation produite par une foule en liesse dressée au passage d'un athlète pulvérisant un record du monde ?
Le Douanier Rousseau disait à Picasso : "...nous sommes tous deux artistes, moi dans le genre moderne, et toi dans le genre égyptien" M. Sylvain Soussan qui aime à rappeler cette citation pense donc que l'on peut être un artiste dans le genre sportif.C'est dans cette perspective qu'il accorda son soutien moral à un jeune athlète du triathlon plein d'avenir : Cyril Delage à qui il offrit d'arborer en compétitions, le logo de son entreprise, avec l'espoir que parmi les coureurs il sera - lui - le meilleur artiste !
Les efforts consentis par ces actions de mécénat, pour subvenir à des démarches expérimentales et novatrices font de Soussan Ltd.selon les mots de son P.d.g. " un fournisseur de notre temps "c'est pourquoi au côté de Kis, Tollens, Comatel, Ruget, Fuji Film France, Fuji Hunt, Mory TNTE, la société a compté pendant quatre ans au nombre des mécènes officiels de la galerie Le Sous-sol; preuve que si à l'origine elle fut prospère grâce à l'expansion du domaine muséologique, ses activités ne se cantonnent pas à une simple relation client-fournisseur.
D'autant moins qu'il y a peut-être un risque que l'art du futur ne s'appréhende plus à partir de ses objets mais en fonction de l'éthique de son créateur et à ce titre s'avérera alors déterminant le rôle d'un P.d.g. comme M. Sylvain Soussan qui a su prendre en compte le contexte de la production et de la perception des œuvres, qui a reconnu le potentiel créatif de chaque événement dans la chaîne de transmissions des biens artistiques, qui a imaginé des modes de fabrication et des financements conçus pour repousser les limites budgétaires et qui, " de l'exposition de l'art, à l'art de l'exposition " a fourni un vrai travail d'artiste !

Soussan Ltd

page 124

Sylvain Soussan
41 ans
Paris

Une œuvre
un critique
un artiste

1980, début de la carrière artistique en collaborant notamment avec Royal de Luxe-Théâtre de rue puis le groupe de plasticiens dix/10, et son frère Philippe en compagnie duquel il explorera une technique de prise de vue que le duo a baptisé "scriptolux", Sylvain Soussan reprend en 1988 l'entreprise créée par son ancêtre Marcel : Soussan Ltd fournisseur des musées.
Depuis cette date, Sylvain Soussan prend part aux expositions et événements artistiques en tant que prestataire de services à titre promotionnel ou en tant que sponsor.

Camelot Monster, Philippe Mayaux, 1999 - Fountain 1997
par Soussan Ltd, (commande publique CNAP)
(Photographie Xavier Gary/Soussan Ltd., Service Edistions Limted

Très Frais, Claude Closky - Fountain 1997
par Soussan Ltd, (commande publique CNAP)
(Photographie Xavier Gary).

Ghislain Mollet-Viéville

Vit et travaille à Paris
est agent d'art. Sa collection s'est élaborée originellement autour de l'art minimal et conceptuel, aujourd'hui c'est tout ce qui touche aux réseaux de l'art au sein de notre société qui l'intéresse : archives, articles, communication, conférences, édition, expertises, expositions, interviews, publicité. Faire sortir l'art de l'espace clos des musées et des galeries, mettre à jour ses modalités de production, de diffusion et de perception, interroger le sens et la finalité du geste artistique a été son objectif permanent. S'octroyant avec les différents acteurs de la scène artistique la prise en charge des modes de présentation des œuvres en fonction du contexte architectural, temporel, social et idéologique, il œuvre comme un intercesseur-annonceur qui sollicite l'intervention des différentes instances du circuit artistique et de leurs extensions dans les supports médiatiques.

PUBLICATIONS :

- *L'artiste, l'œuvre, l'autre, Galerie du Cloître, Ecole des Beaux-Arts, Rennes, 1990.*
- *L'art et son concept n°2, Drouot Montaigne, Paris, 1991.*
- *Art minimal & conceptuel, éditions Skira, 1995.*
- *L'art et son contexte : une question d'éthique, Allotopie, 1998.*
- *"Quand, comment et où y a-t-il de l'art ?", Le Monde des débats, décembre 1999.*