

Un podcast, une œuvre

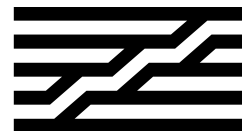
Abordez les grandes questions de société à travers une œuvre et son auteur.

L'émission *Un podcast, une œuvre* vous propose d'explorer une œuvre phare de la collection, à partir d'archives, d'interviews inédites, de points de vue détonants et de musiques actuelles. (Au gré des accrochages, certaines œuvres ne sont pas exposées)

Art et consommation : épisode 5

Andreas Gursky, *99 cents*, 1999

Le photographe allemand Andreas Gursky se joue de notre perception et immortalise les rayons colorés d'un supermarché low-cost, où tout se vend à 99 cents, dans l'Amérique des années 1990. Désirer plus que ce que l'on a, acheter plus que ce que l'on désire : un portrait de notre société ? Découvrez par les oreilles cette œuvre surprenante.



Code couleurs :

En bleu, la voix narrative

En noir, les intervenants

En vert, les citations

En violet, les extraits musicaux

En rouge, toute autre indication sonore



Transcription du podcast

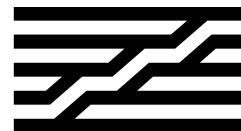
Temps de lecture : 9 min

[jingle de l'émission]

« Dans le monde qui était le leur, il était presque de règle de désirer toujours plus qu'on ne pouvait acquérir. Ce n'était pas eux qui l'avaient décrété ; c'était une loi de la civilisation. Une donnée de fait dont la publicité en général, les magazines, l'art des étalages, le spectacle de la rue et même l'ensemble des productions culturelles étaient les expressions les plus conformes. Dès lors, ils avaient tort de se sentir atteints dans leur dignité. (Georges Perec, *Les Choses*, 1965)

Nous sommes en 1965 et dans son roman *Les Choses*, Georges Perec nous dit que finalement, ce n'est pas tout à fait de notre faute. Désirer plus que ce que l'on a, acheter plus que ce que l'on désire et chercher l'ombre d'une raison d'être dans le simple fait d'avoir, de posséder. Bref de consommer.

Alors, à qui la faute ? Peut-être au système capitaliste marchand et mondialisé, dont l'artiste allemand Andreas Gursky photographie les extrêmes et les symboles : plateformes d'échanges de la bourse mondiale, concerts de masse, entrepôts du site Amazon, rayons de magasins de luxe, ou bien de supermarchés bien moins luxueux, où tout se vend à 99 cents.



Depuis 1991, Andreas Gursky, 63 ans, prend de la distance et fait de la couture numérique : plusieurs points de vue d'une même scène photographiés puis rassemblés, raccordés, manipulés sur ordinateur pendant parfois plusieurs années.

Banale et spectaculaire, la scène qu'il dévoile en 1999 se déroule à Los Angeles. Nous sommes dans un supermarché « 99 cents », devant les rayons colorés et détaillés d'une variété de produits qui semble infinie et qui s'étale sur un tableau au format XXL. Une deuxième version du cliché sort en 2001 et devient pendant quelques temps la photographie la plus chère du monde, du haut de ses 3 346 000 dollars.

C'est un podcast consacré aux rapports entre art et consommation.

Bonjour, Bonsoir et bienvenue.

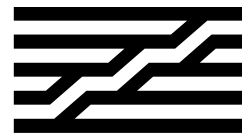
« Quand j'ai commencé la photographie, je n'avais pas le sentiment d'être un artiste, je ne savais pas ce qui était de l'art et ce qui n'en était pas.

Mon père et mon grand-père sont des photographes professionnels de publicité. C'est mon père qui m'a formé à Düsseldorf, où j'ai d'abord été chauffeur de taxi avant de faire des photos commerciales de natures mortes. À la fin des années 1970, j'ai étudié avec Otto Steinert à la Folkwang Schule d'Essen. C'était le berceau de la photo artistique et subjective en Allemagne.

C'est mon professeur Bernd Becher de l'Académie des Beaux-Arts de Düsseldorf qui m'a fait comprendre que l'on peut faire de l'art à partir du réel et d'un document.

La notion de documentaire est auréolée d'un grand malentendu, puisque la réalité ne peut être restituée à l'échelle de la photographie. La photo permet de restituer une réalité qu'on ne perçoit pas à l'œil nu. »

(Andreas Gursky, entretien avec Michel Guerrin, 2002)



[Florian Ebner, directeur du cabinet de la photographie au Centre Pompidou]

Je pense que *99 cents* d'Andreas Gursky fait partie de ses chefs-d'œuvre.

Les années 1990 correspondent à sa décennie la plus productive.

C'est un artiste qui développe une nouvelle forme d'image, et peut-être que *99 cents* clôt cette période importante d'Andreas Gursky. Il y a la dimension sociale et documentaire, en quelque sorte, et puis la dimension picturale d'un travail dans l'image : il adapte des perspectives, change les couleurs, raccourcit les espaces.

Il en fait une œuvre abstraite où en même temps on peut voir tous les produits à 99 cents dans ce grand supermarché. C'est une image de notre époque, de la société de consommation, une grande référence à l'art du 20^e siècle avec ses valeurs de réduction et d'abstraction.

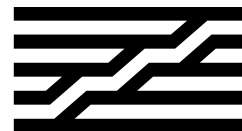
[*extrait musicale : Foule Sentimentale d'Alain Souchon par Coloris*]

[Pierre Sterckx, conférence « Un dimanche, une œuvre », Centre Pompidou, 2002]

99 cents, même pas un dollar. Trois fois rien, en quelque sorte. Chacune de ces petites choses sucrées, chocolatées, fruitées, au lait, à la noisette, à la vanille ou à la noix de coco, chacune de ces douceurs est à consommer au même prix.

Certains produits coûtent 99 cents à l'unité alors que vous pouvez en obtenir d'autres par deux ou trois pour ce même chiffre omniprésent de 99 cents. À première vue tout est pareil : les emballages offrent au regard une mosaïque uniforme jaune, bleue, orange, rouge.

Aucun désordre, pas une seule saillance. Les acheteurs se déplacent dans des espaces linéaires qui ne localisent rien. Tout va donc se jouer dans une vision proche, au contact de ce que les stratégies de la publicité et du marketing appellent le packaging. L'emballage fera la différence au sein de la chape unifiante des « 99 cents ».



[Jeanne Lazarus, sociologue au CNRS, spécialiste des pratiques monétaires occidentales] Ce qu'on entend avec les « 99 cents », c'est qu'il y a derrière toute une ingénierie d'organisation de la vie du consommateur pour le faire acheter plus, en lui donnant l'impression que cela n'est vraiment pas cher, comme s'il ne dépensait quasiment pas d'argent.

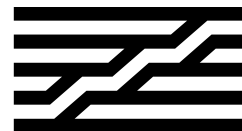
C'est vraiment le symbole du travail du marketing, c'est-à-dire qu'au lieu que cela soit un dollar, c'est 99 cents. C'est ce petit jeu sur ce dernier « cent » qui fait que l'on ne passe pas à l'unité supérieure. C'est quelque chose qui semble être une absurdité. Quand on fait ses comptes, on sait très bien que c'est la même chose qu'un dollar. Pourtant, cela joue sur le fait qu'on fasse une affaire et que cela ait l'air moins cher.

Il y a aussi la question de savoir comment on arrive à fabriquer des produits aussi peu chers. Cela renvoie au mode de production en série, à l'internationalisation de la production, notamment aux États-Unis, avec l'importation de produits chinois. Les producteurs ne sont pas visibles. C'est l'idée du supermarché où la consommation se fait au travers d'une mise en scène très pensée par ceux qui l'ont orchestrée, mais qui n'apparaissent pas.

[Holger Liebs] — Andreas Gursky, parlez-nous un peu de Madonna. Vous l'avez connue comment ?

[Andreas Gursky] — Elle s'est rendue avec Gwyneth Paltrow à l'exposition de mes photographies au MoMA à New York. Elle a été particulièrement conquise. Je savais qu'elle donnait le dernier concert de sa tournée mondiale à Los Angeles. Je voulais l'y photographier, alors elle m'a invitée chez elle.

[Holger Liebs] — Dans cette photographie on peut reconnaître les spectateurs jusqu'au dernier rang. C'est la fameuse vue panoramique « gurskyenne ». C'est une photographie cosmologique et universelle : on a l'impression de percevoir le monde entier.



On vous a souvent reproché cette froideur, cette grande distance avec l'évènement rassemblant des masses...

[Andreas Gursky] — Les masses m'intéressent, le rapport des corps et de l'espace, l'abstraction de la distance et l'expérience de la densité quand on se tient en plein milieu de la masse. Froideur ? Peut-être dans ce contexte, car au premier abord on ne reconnaît pas la trace subjective de mon interprétation : tout semble réaliste. C'est ici qu'intervient la patte de mes professeurs, Hilla et Bernd Becher. Il faut laisser la réalité s'exprimer. Elle est si inventive que les hommes ne peuvent qu'essayer de la suivre.

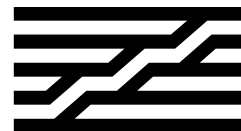
[Holger Liebs] — Vous avez idéalisé le monde du shopping avec vos clichés de Nike et Prada, ainsi que le parquet des places boursières. Une célébration du capitalisme ?

[Andreas Gursky] — L'ironie, c'est que chacune de mes photos Prada est citée parce qu'elle concerne un temple de la mode qui est lui-même à la mode. En revanche, lorsque je photographie un supermarché où tout est à 99 cents et dans lequel seuls les gens pauvres font leurs achats, ce n'est pas le cas : personne ne dit que je fais un travail politique. (Entretien entre Andreas Gursky et Holger Liebs).

[Florian Ebner] Je pense qu'il fait le choix d'un lieu de consommation bon marché pour en faire un tableau d'histoire de 2,20 x 3,30 mètres à peu près. Une image si grande, c'est une déclaration. Cela signifie : voilà notre époque.

Alors que les grands formats étaient toujours réservés aux tableaux d'histoire, il y a un retour au grand format dans les années 1980. Quand on a vu cette œuvre dans les années 1990, on a compris que c'était une image représentative de notre temps.

[Jeanne Lazarus] Les États-Unis comme tous les pays du monde ont des hiérarchies sociales qui se traduisent par des hiérarchies de consommation.



Peut-être plus qu'ailleurs, la différence entre les produits de mauvaise qualité et de bonne qualité est vraiment exacerbée.

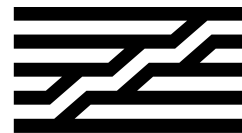
Il y a vraiment une séparation entre qui fréquente quel magasin. Les populations qui vont dans les supermarchés les moins chers sont les populations très pauvres, qui recoupent en partie la ligne ethno-raciale. Donc ce sont les populations noires, latinos, qui ont des revenus faibles et qui sont séparées socialement du reste de la population. Dans ces « 99 cents » on peut consommer des choses qui ressemblent à ce que consomme la classe moyenne, mais en moins cher : de la nourriture plus salée, plus grasse, avec tous les risques d'obésité qui vont avec, ou des objets qui vont se casser plus vite.

Ce que font ces supermarchés, c'est donner accès à quelque chose qui ressemble à la consommation de tout le monde, mais en low-cost.

De mauvaise qualité mais aux prix accessibles, les produits « 99 cents » ouvrent les portes d'un mode de vie standard aux plus marginaux de la société américaine. Ils élargissent donc les possibilités d'intégration économique et déplacent la critique de nos excès de consommation sous un angle différent : celui des hiérarchies sociales et de l'injuste répartition des richesses.

Défavorisés, les consommateurs photographiés par Andreas Gursky semblent moins responsables que victimes d'un système néo-libéral qui les marginalise. Comme dirait le théoricien de la décroissance Serge Latouche : « ce n'est pas tant à ceux qui n'ont pas assez mais aux privilégiés qui ont trop peur de consommer moins ».

Dans les années 1990, Andreas Gursky photographie aussi quelques espaces de consommation fréquentés par ces privilégiés de la société, adeptes de marques luxueuses comme Gucci ou Prada. Des rangées factices de pulls ou de baskets qui s'alignent dans une esthétique sobre et minimaliste, sont le résultat de sa propre mise en scène de la réalité.



Andreas Gursky réaménage et reconstruit le réel avant de le photographier pour souligner la dimension symbolique du phénomène, ce qu'il appelle le fétichisme de nos sociétés matérielles.

[extrait musical : Edgar Sekloka de Milk Coffee and Sugar, *Croire en nous*, 2009]

[Guillaume Bonnet] — On vous assimile souvent à un phénomène de marché, avec des prix record. Cela vous gêne-t-il ?

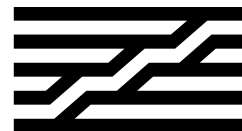
[Andreas Gursky] — Bien sûr, je ne vais pas m'en plaindre. Mais ce n'est pas moi qui fixe ces prix astronomiques, bien supérieurs aux sommes demandées par mes galeries : c'est la liberté du marché. On voit bien des gens payer des millions pour une vieille Ferrari...voilà, c'est comme ça.

(Andreas Gursky, entretien avec Guillaume Bonnet, 2007)

Objets de consommation soumis à la loi du marché, les œuvres d'Andreas Gursky se bousculent dans le top 10 des photographies les plus chères au monde. Parmi elles, *99 cents*, vendue aux enchères à plus de 3 millions de dollars en 2007. Des chiffres impressionnants, mais pas autant qu'en peinture : plus de 400 millions de dollars ont été versés par un acheteur anonyme, pour un Léonard de Vinci devenu en novembre 2017 l'œuvre d'art la plus chère au monde. Mais la comparaison est polémique. Car sur le marché de l'art, la reconnaissance de la photographie en tant qu'œuvre d'art est récente et discutée. Ce n'est pas avant les années 1990 qu'elle voit ses prix s'envoler.

La place rapidement occupée par Andreas Gursky sur ce marché en pleine mutation relativise la dimension politique des symboles du capitalisme que le photographe met en scène et à distance, sans critiquer.

[Florian Ebner] Il vient d'une tradition de photographie qu'on appelle en anglais *man-altered landscape* (La trace humaine dans le paysage).



C'est une tradition photographique qu'on appelle aussi « les nouveaux topographes ». C'est une œuvre qui fait le constat de notre société capitaliste, issue de cette même société. Ce n'est pas une photographie publiée dans journal ouvrier ! C'est une image produite pour le marché de l'art.

« Ils étaient en train de se perdre. Déjà, ils commençaient à se sentir entraînés le long d'un chemin dont ils ne connaissaient ni les détours ni l'aboutissement. Il leur arrivait d'avoir peur. Mais le plus souvent, ils n'étaient qu'impatients : ils se sentaient prêts ; ils étaient disponibles : ils attendaient de vivre, ils attendaient l'argent. »

(*Les Choses*, George Pérec, 1965)

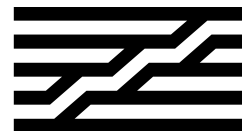
[Pierre Sterckx] Rarement Andreas Gursky aura précisé son propos, à savoir : comment accéder au détail signifiant ? Comment faire apparaître le fragment au sein d'un système, alors qu'on est fasciné par les grands ensembles ?

Les allemands Hilla et Bernd Becher ont beaucoup travaillé dans les grandes années conceptuelles 1960, où l'art était système de signe et non émotion charnelle.

Les Becher ont ouvert une archéologie du savoir à Gursky et lui ont permis de se dire : « d'où je pars ? ». Michel Foucault a bien dit : « Si vous ne créez pas une archéologie du savoir, vous n'aurez pas d'espace de pensée. »

Gursky est parti du romantisme allemand comme errance. Le romantisme, c'est errer. L'artiste va errer de par le monde depuis 1987 jusqu'à nos jours. Il part en quête du monde comme un romantique. J'erre dans la brume, je cherche quoi ? La solitude face au monde.

[extrait musical : Juliette Armanet, *L'amour en solitaire*, 2017]



Andreas Gursky voyage donc en solitaire, à la recherche des paysages significatifs de notre temps et révélateurs de ce qu'il appelle « la nature des choses » : leur essence, leur substance, leur état existentiel qui selon lui est un état agrégé.

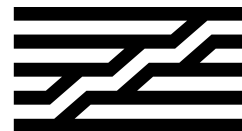
Toutes les choses de ce monde seraient donc dans leur essence, interconnectées, inséparables, solidaires les unes des autres : le local et le global, l'infiniment petit et l'infiniment grand, l'individu et le groupe, l'être humain et la nature qui l'entoure, au cœur de la ville ou sur les sentiers d'une montagne.

« Dans les années 1980, je photographiais de façon traditionnelle et romantique. Je voyageais, je cherchais des lieux, des motifs, et je prenais des photos. Mais en général, j'en prenais très peu. J'ai beaucoup marché dans les Alpes, d'où j'ai ramené plusieurs tableaux.

On pourrait dire que j'étais un peu comme ces photographes du 19^e siècle, vous savez, ceux qui se déplaçaient lentement, avec du matériel qui était très lourd. Sur la forme, je ne trouvais aucun cliché satisfaisant. Il m'est souvent arrivé de revenir les mains vides. J'avais épuisé cet environnement. Mais aujourd'hui, j'ai la nostalgie de cette période romantique de ma vie. » (Andreas Gursky, *entretien avec Michel Guerrin*, 2002)

C'était un podcast du Centre Pompidou. Merci à chacune et chacun d'entre vous pour votre écoute et à bientôt !

[jingle de l'émission]



Crédits

Écriture et réalisation : Lydie Mushamalirwa

Habillage musical : Nawel Ben Kraiem et Nassim Kouti

Lectures : Yuni Nahum, Olivier Martinaud

Infos pratiques

www.centrepompidou.fr

www.centrepompidou.fr/fr/visite/accessibilite

Application Centre Pompidou accessibilité

www.centrepompidou.fr/fr/visite/accessibilite/appli-centre-pompidou-accessibilite

Livrets d'aide à la visite

www.centrepompidou.fr/fr/visite/accessibilite/livrets-daide-en-falc

Suivez-nous sur

Facebook - Centre Pompidou, publics handicapés

<https://www.facebook.com/centrepompidou.publicshandicapes>

et Accessible.net https://accessible.net/paris/musee-art/centre-pompidou_5