



Jeff Koons à Versailles en 2008 © Artension

QU'IL EST BEAU LE CROSS-MERCHANDISING ARTISTIQUE !

Il se trouve que j'ai passé quelques jours à Rome récemment. Je suis allé revoir la chapelle Sixtine. Pour accéder aux œuvres de Michel-Ange, il y avait un itinéraire obligé. Il fallait traverser, salle par salle, toutes les collections d'art moderne et contemporain que beaucoup de gens auraient zappées sans cela. Pas bête ! me suis-je dit. **PIERRE LAMALATTIE**

Le principe est simple : vous venez pour une chose et on vous en propose une seconde par la même occasion. C'est une technique commerciale bien connue. Ça s'appelle le cross-merchandising. Par exemple : vous vous rendez à votre supermarché pour acheter des fraises et, à proximité, on vous présente des bombes de crème Chantilly. Autre exemple, vous voulez acheter des homards et, juste à côté, on vous suggère des lingettes rince-doigts. L'inverse marche aussi bien. Ainsi, beaucoup de touristes viennent-ils à Versailles. Par une sorte de cross-merchandising culturel, ces visiteurs ont également à admirer, en 2008, le homard suspendu de Jeff Koons.

Un certain nombre d'artistes ont succédé à Jeff Koons à Versailles. La formule se retrouve de plus en plus fréquemment dans nombre de sites patrimoniaux prestigieux. Est-ce une bonne chose ? En ce qui concerne Versailles, le château a été vidé à la Révolution et les facéties imaginées par des artistes contemporains peuvent utilement faire office d'animation, sous réserve de ne pas outrager – et c'est parfois le cas – la mémoire des lieux. Pour les artistes et les collectionneurs, ce genre d'exposition est valorisant au propre et au figuré. Cela ne manque pas, d'ailleurs, d'alimenter des accusations de conflit d'intérêts quand le directeur du site devient responsable d'une importante collection privée, ou l'inverse.

Pour des artistes contemporains, le principal intérêt d'exposer dans des lieux patrimoniaux est que la fréquentation des centres d'art et des fonds régionaux d'art contemporain (Frac) est homéopathique. On y enregistre moins de 2 000 visiteurs par événement, et encore ce chiffre est-il, comme on le dit au sujet des manifestations syndicales, « selon les organisateurs ». Si l'on veut avoir du public quand on est un artiste, mieux vaut ne pas se limiter aux lieux d'art contemporain. Cependant, si l'artiste ou les artistes sont intéressants, tout le monde y gagne.

Une des limites de l'exercice est peut-être de nature morale. Beaucoup d'artistes contemporains, du moins en ce qui concerne les composantes officielles, sont dogmatiquement opposés à tout art réellement figuratif ou narratif qui actualiserait la continuité de l'art d'autrefois. Ils y dénoncent volontiers des « pastiches » ou des tendances « réactionnaires ». Est-ce bien honnête de vouloir se raccrocher au succès d'une catégorie d'art – d'un « paradigme » comme dirait la sociologue Nathalie Heinich –, alors qu'on fait tout au présent pour qu'elle soit étouffée ? ●