



ART URBAIN LE FRIC EST DA

Il y a du business dans l'air. Désormais très convoitées, les œuvres de street art se vendent à prix d'or. Les collectionneurs se ruent sur ce nouveau marché de l'art. Rebelle, irrévérencieux, l'art urbain côtoie les hautes sphères de la société. Quitte à trahir l'esprit originel.

PAR ROMAIN BIZEUL, BÉNÉDICTE GALTIER ET THÉO LÉBOUVIER

PHOTOS : ROMAIN BIZEUL, BÉNÉDICTE GALTIER, THÉO LÉBOUVIER POUR SOCIETY ET PHILIPPE WOJAZER, POOL VIA AP

NS LE SREET

e

Le marteau tombe à New York. À la maison de vente Sotheby's, en 2008, l'œuvre du street artiste Banksy *Keep it spotless* est adjugée à 1,37 million d'euros. Un record. Surprenant lorsqu'on connaît le personnage, habitué à dénoncer la société de consommation et ses travers. Ses œuvres, tout comme celles d'artistes comme JR ou JonOne, s'arrachent aujourd'hui à prix d'or sur les murs des galeries. Chez Artcurial, maison parisienne de vente aux enchères d'objets d'art, le street art ou *urban art*, comme on dit ici, a pris place depuis 2006 dans les catalogues. Une présence de plus en plus marquée tant l'engouement est grand. En 2017, Artcurial a vendu pour plus de 4,5 millions d'euros d'œuvres de street art, un chiffre qui augmente d'année en année. Le genre amène de nouveaux clients, souvent plus jeunes et moins aisés. *"Ce public y est plus sensible qu'à l'art contemporain, réputé plus élitiste"*, explique Arnaud Oliveux, commissaire-priseur dans la maison. Pour lui, le street art fait partie intégrante de l'art contemporain. Une vision qui ne fait pas l'unanimité dans le milieu, encore frileux face à ces artistes issus de la rue.

Exposer en galerie reste le privilège de quelques élus. Le marché est très sélectif et ne donne sa chance qu'à une poignée. Malgré la multiplication des œuvres et le boom de la pratique, ce sont toujours les mêmes noms qui reviennent dans les galeries et les salles d'enchères. Parmi les Français, on retrouve Miss.Tic, Invader, C215 ou encore Speedy Graphito. Pour ce dernier, dont la carrière a débuté dans les années 80, exposer et entrer sur le marché est synonyme de vivre de son art, un rêve partagé par les pionniers du mouvement. Mais en dépit du succès de certains, la grande majorité garde tout de même un pied dans la rue, par passion ou volonté de conserver une certaine crédibilité. En revanche, les œuvres se réalisent maintenant dans la légalité, souvent via des commandes d'entreprises ou de collectivités.

La rue est vers l'art

"Les street artistes se sont approprié la galerie comme la rue", affirme Laurent Rigail dans sa galerie du 3^e arrondissement de Paris. Mais à l'image de l'Américain JonOne, certains se cantonnent désormais à une production à la chaîne d'œuvres destinées aux galeries, sans sortir de leur atelier. Créer plus pour gagner plus. Des artistes

Aujourd'hui, c'est tendance de mettre un bout de mur dans son salon

n'ayant jamais pratiqué dans la rue vont "se faire des murs" pour gagner en visibilité et augmenter la valeur de leurs œuvres. D'autres sont même soupçonnés de faire grimper leur cote grâce au rachat spéculatif de leurs toiles par des proches.

Pourtant, les street artistes ont encore du mal à se défaire de leur image de vandale. Il faut dire qu'ils peinent à s'accorder pour définir leur pratique. Qu'est-ce que le street art aujourd'hui? Littéralement, un art urbain. Mais dans les faits, la question est plus complexe, chaque acteur proposant sa version. Si le commissaire-priseur Arnaud



Amuser la galerie.

Oliveux l'englobe dans l'art contemporain, l'avis de Julie Cassio, graffeuse et étudiante aux beaux-arts, est plus tranché : *“Le street art est commercial tandis que le graffiti est plus engagé”*.

Quant à la journaliste et critique d'art, Stéphanie Lemoine, elle considère le street art dans son ensemble comme *“subversif”*. Mais force est de constater que, pour un art rebelle, il est désormais fortement institutionnalisé.

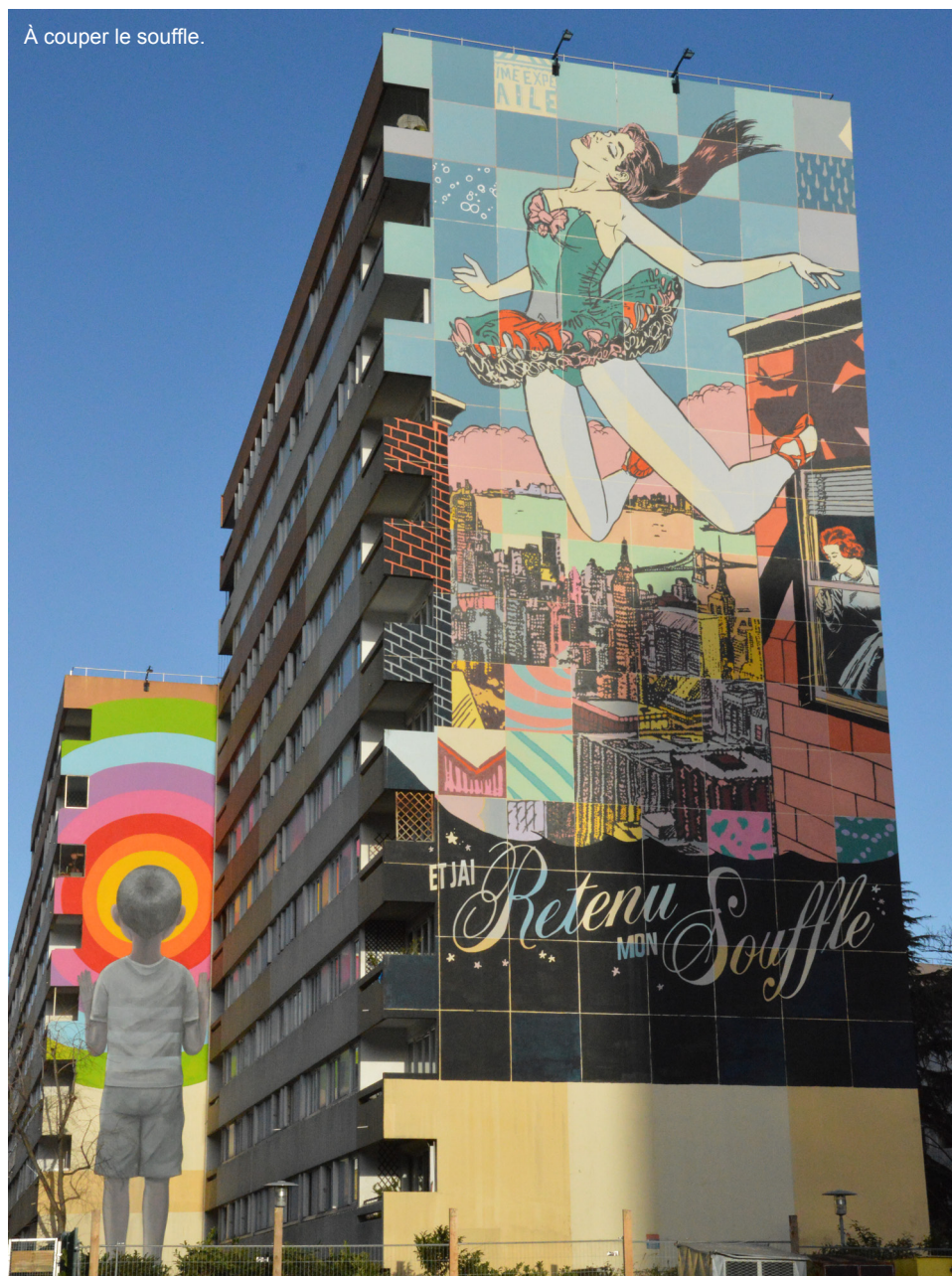
Ainsi, le street art ferait partie intégrante d'un système qu'il dénonce. Quelques artistes en profitent pour surfer sur l'image de la rue dans une démarche marketing, à l'instar d'André, qui ne fait que collaborer avec des marques de luxe. Certains s'inventeraient même des origines populaires, un street artiste issu des beaux quartiers séduisant moins les classes supérieures. Il est désormais tendance de mettre un bout de mur dans son salon. Un véritable *“besoin de bohémisation”* que met en lumière l'historien et critique d'art Tristan Trémeau. Ce dernier n'est pas tendre avec le mouvement. *“Le street art est trop évident, tant dans sa réalisation que dans son message, reproche-t-il. L'art urbain vend une histoire qu'il ne possède pas.”*

L'image 'street' utilisée par certains artistes peut également devenir un fardeau une fois la reconnaissance obtenue. À l'instar de Basquiat, certains aspirent à entrer sur le marché de l'art contemporain, bien plus rentable. Mais le milieu reste difficile à percer lorsqu'on a fait ses armes dans la rue. Beaucoup d'entre eux cherchent donc à se défaire de l'étiquette d'artiste urbain par laquelle ils se sont fait connaître, tel Claude Closky, artiste contemporain qui occulte désormais son passé de graffeur, au point de l'effacer de sa biographie. Par ailleurs, parmi les pionniers du street art, beaucoup sortent des Beaux-Arts. La rue leur a servi de tremplin pour se faire connaître à l'époque où les galeries ne les exposaient pas. C'est le cas Jean Gabaret alias *“Vive la peinture”*. Son fils Jim, réalisateur du documentaire *Ceci n'est pas un graffiti*, connaît bien la question. Attablé au pub Le Gay-Lussac, repaire des normaliens dont il fait partie, il analyse : *“Vendre n'est pas le souci, mais ne faire que ça pose question. D'autant plus lorsqu'on se réclame d'un mouvement gratuit par essence.”*



D'art de ville.

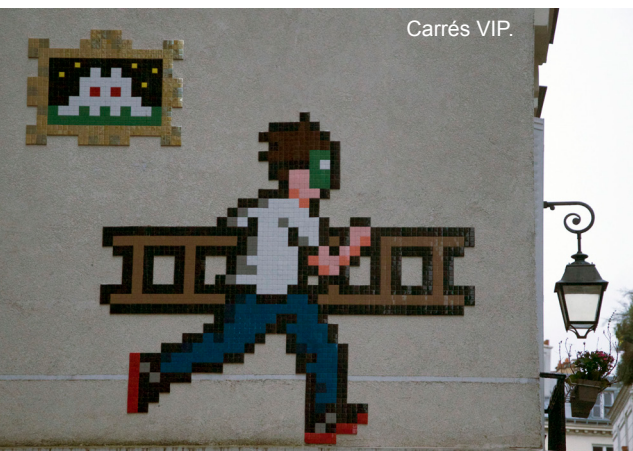
À couper le souffle.



À l'inverse, l'artiste Invader produit des œuvres estimées à plusieurs dizaines de milliers de dollars, mais les diffuse gratuitement. Avec ses 3 618 mosaïques disséminées dans 76 pays, son art reste accessible au grand public. L'application gratuite FlashInvaders permet à sa communauté de géolocaliser ses créations et d'interagir avec lui. L'invasion est totale, y compris sur Instagram. Avec le développement de la photographie numérique et des smartphones, les réseaux sociaux sont devenus un véritable outil de mesure de la renommée des acteurs du street art. Les œuvres se diffusent de plus en plus vite, et la valeur d'un artiste s'exprime désormais en *likes*, partages et *followers*.

La valeur d'un graffeur s'exprime en *likes*, partages et *followers*

Jonas Ramuz a flairé le filon. Sorti d'HEC et fondateur du collectif d'artistes Quai 36, il utilise les réseaux sociaux pour promouvoir ses activités liées au street art. Il voit celui-ci comme *"un puissant vecteur d'intégration qui offre de bonnes vibrations et rend les gens heureux"*. Jonas Ramuz le met à profit en collaborant avec Nexity, L'Oréal ou encore la SNCF. Avec cette dernière, il a mis en place le rajeunissement de la gare du Nord. Un projet qui a touché plus de 8 millions de voyageurs en 2015. Sollicité par Bouygues, il anime des ateliers de team building (renforcement d'équipes). Avec quelques bombes de peinture et une grande toile suspendue à un mur, Ramuz aspire à libérer la créativité des cadres de l'entreprise.



Mairie, fais-moi peur !

Obligé de s'exiler dans la campagne pour graffer. Pas facile d'être un street artiste à Tours, avec une mairie hostile et prête à tout effacer, enfin presque.



Gens bombeurs

Le sac plastique est rempli de bombes. Devant l'esplanade de l'ancienne imprimerie Mame de Tours, Julie Cassio et Vincent Brouté arrivent chargés. Ils arpentent le lieu chaque jour, ou presque, puisqu'il accueille l'école des Beaux-Arts. Leur école. "Vous êtes prêts à faire quelque chose d'illégal ?" lance Julie. Le ton est léger. Pourtant utiliser des bombes de peintures sur des murs sans autorisation municipale est bien un délit.

Un quart d'heure plus tard, loin de l'agitation de la ville, la voiture avance difficilement sur un sentier de terre parsemé de flaques d'eau gigantesques. Elle s'arrête sous le pont de la LGV Paris-Bordeaux à Montlouis-sur-Loire. À droite comme à gauche, des champs à perte de vue. Le vent est glacial, jusqu'à en brûler les mains. "Ici, au moins, personne ne viendra nous emmerder", lâche Julie, à la recherche d'un spot. Vincent la suit avec le matériel. Les deux étudiants s'arrêtent devant une forme phallique dessinée grossièrement sur un pilier. Leurs

vêtements sont déjà amplement tachés, ils ont prévu le coup. Vincent s'affaire tant bien que mal à dessiner la base du lettrage qui formera le mot "SPIKE", une de leurs signatures.

Pour pratiquer leur art, ils sont obligés de sortir de Tours. La faute à une politique municipale hostile aux graffeurs. Depuis 2005, la Ville a mis en place une brigade anti-tags qui veille à la propreté des murs du centre-ville. Une politique de répression qui rend l'activité des street artistes complexe. Vincent a été rappelé à l'ordre deux fois. Depuis, il est très vigilant pour éviter d'avoir à payer des amendes.

Tolérance zéro (ou presque)

Infirmière le jour, pochoiriste la nuit, Gil KD est une mère de famille de 54 ans. Elle aussi défie la loi en dessinant des femmes japonaises dans les rues de Tours. "Je fais très attention parce que je sais qu'ils attendent de me prendre en flagrant délit", explique-t-elle. Malgré cela, elle continue, par passion et goût du risque. Mais aussi parce que le public accueille très favorablement son travail. Récemment, un magasin de la rue Colbert lui a demandé de décorer sa vitrine brisée. Mieux encore, le centre de création contemporain tourangeau La Boîte Noire expose ses œuvres jusqu'au 10 mars 2018.

Pendant ce temps, Julie continue de fustiger le manque d'ouverture de la Ville de Tours. "Si c'était légal, on n'aurait pas à se précipiter et on aurait le temps de faire quelque chose de joli", argumente-t-elle. D'autant que, selon Vincent, les street artistes ne sont pas là pour dégrader, ils respectent le patrimoine. Le jeune homme considère la peinture de rue comme un reflet de l'activité d'une ville. "Même si le

street art arrive en galerie d'art, la pratique n'a jamais été aussi réprimée", constate-t-il, pointant le paradoxe d'une tolérance zéro de la part de la municipalité – qui a refusé de s'exprimer sur le sujet – face à un art de rue de plus en plus reconnu.

Mais la politique de Tours ne semble pas toujours cohérente. Mifamosa réalise des mosaïques illustrant le nom des rues, et ses œuvres ont eu leur succès auprès de la mairie d'Orléans. Pour tester la réaction de la municipalité tourangelle, il a récemment apposé quelques œuvres dans les rues de Tours. Bien que placées dans des lieux emblématiques de la ville, celles-ci n'ont toujours pas été retirées. Deux poids, deux mesures entre la mosaïque et le graff ? La mairie de Tours a pourtant convié en juillet 2016 des graffeurs à repeindre les palissades de la place Anatole France. En apparence, un pas en avant dans l'acceptation du graffiti. Dans les faits, une opération pour cacher les slogans et revendications peintes sur les murs lors des manifestations contre la loi El Khomri.

– RB, BG ET TL



Gil KD et son fan club.

“Les nouvelles élites valorisent le street art à l’excès”

Tristan Trémeau,
historien et critique d’art

Dans les années 60, Andy Warhol s’inspire de produits comme le Coca-Cola qui envahissent le marché et la publicité. En détournant ces grandes marques, il est le

premier à associer l’art à la publicité. Les street artistes lui emboîtent le pas et vont même au-delà en collaborant directement avec les entreprises. Une stratégie marketing qui porte ses fruits. Perrier a utilisé le slogan *Inspired by street art* pour rajeunir son image, et a proposé à plusieurs représentants du mouvement de réinventer ses étiquettes. Dernier en date, Jules Dedet alias “L’Atlas”. En 2015, 280 millions de bouteilles ont ainsi été distribuées en édition limitée. La même année, Air France a vu son logo revisité par le street artiste JonOne sur l’un de ses Boeing. La société en a profité pour commercialiser des carnets, des avions miniatures ou des sacs. Quant à Shepard Fairey, auteur du célèbre portrait de Barack Obama baptisé *Hope*, ses stickers à l’effigie du catcheur André The Giant se sont vendus à plus de 500 000 exemplaires depuis 1989. Il a également créé Obey, une

marque de textile désormais présente dans les grands magasins de streetwear. Très critique de cette tendance, Tristan Trémeau questionne le “*populisme esthétique*” des industries culturelles. Pour lui les “*nouvelles élites*” valorisent le street art à l’excès. Le business et la politique ne sont jamais très loin. Alors ministre de la culture, Jack Lang, avait proposé en 1991 une exposition d’art urbain à l’arche de La Défense. Une stratégie d’ouverture populaire toujours d’actualité. Positionnée dans le bureau d’Emmanuel Macron à l’Élysée, une Marianne revisitée par Shepard Fairey permet au nouveau président de construire son image branchée. Une récupération politique que dénonce l’artiste américain dans l’ensemble de son œuvre. Interrogé à ce sujet, le Président de la République n’a pas souhaité répondre. ● TOUS PROPOS RECUEILLIS PAR RB, BG ET TL

Tristan Trémeau, vue sur l’art.

