



**HAL**  
open science

# Lerouflaquette Consortium : l'échec et la réussite d'une entreprise idiote

Louis Leroux

► **To cite this version:**

Louis Leroux. Lerouflaquette Consortium : l'échec et la réussite d'une entreprise idiote. Sciences de l'Homme et Société. 2020. dumas-04069213

**HAL Id: dumas-04069213**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04069213>**

Submitted on 14 Apr 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Louis Leroux  
Étudiant en M2 Arts Plastiques  
Présente un mémoire intitulé :

# Leroufflaquette Consortium :

## L'échec et la réussite d'une entreprise idiote



Université de Picardie Jules Verne  
Septembre 2020



# Remerciements

Avant toute chose, je souhaiterai remercier toutes les personnes, toutes les entités et tous les évènements de la vie qui ont rendu possible la réalisation de ce mémoire depuis ces trois dernières années. Je commencerai par remercier l'Université Picardie Jules Verne pour la qualité de l'enseignement que j'y ai reçu. Eric Valette mon directeur de mémoire qui a su m'envoyer dans la direction la plus adaptée, pour les conseils qu'il m'a fournis, plus pertinents les uns que les autres et surtout pour la liberté qu'il m'a laissée pour écrire ce mémoire. Sébastien Denis pour m'avoir fait découvrir le cinéma expérimental et son importance dans le champ de la création artistique. Nicolas Boone, qui énonça cette phrase marquante dès ma première année : « si vous voulez faire du cinéma, ne faites pas d'école de cinéma ». Emma Dusong, pour m'avoir poussé à m'investir encore plus dans mon travail. Fabien Lerat pour ses affirmations lumineuses sur la vie. Elisabeth Piot pour sa capacité à mettre les étudiants en confiance. Paul Ardenne, pour ses points de vue d'anthologie sur l'humanité. Agnès de Cayeux, pour son accompagnement dans mes projets et sa franchise. Daniel Lê, pour ses sujets d'atelier qui m'ont permis de m'exprimer sans retenue. Lise Lerichomme, pour m'avoir fait découvrir la pensée de Robert Filliou. Anna Buno, qui m'a permis de m'assumer dans la voie artistique que j'ai choisie de suivre. Arnaud Leguy, pour sa disponibilité et les conseils techniques qu'il m'a fournis. Alain, parce que c'était toujours un plaisir de discuter avec lui dans les couloirs. Nathalie Voisin, pour sa patience. Sylvie Khami pour sa bonne humeur et son dévouement. Corinne Vienne pour sa disponibilité. Je tiens également à remercier tous mes camarades de classe, parce que sans cette bonne ambiance, évoluer à l'UPJV n'aurait pas été un si grand plaisir. Je remercie en premier lieu Alain Carroué, mon compère d'art, pour toutes ces discussions et débats artistiques, qui ont été et sont toujours une grande source de motivation quant à créer des choses. Nazar Engin, pour la poésie qu'elle incarne. Audrey Dauchy, pour l'humanité qu'elle propage. Franck Kemgen Noah pour nous avoir transmis une vision du monde « désoccidentalisée ». Cassandre, pour avoir fait dessiner un saule pleureur. Nolwen Leroy pour sa capacité à dire ce qu'elle pense sans faire de détour. Je remercie

également ma famille et mes proches, qui m'ont accompagné durant ces trois années. En premier lieu, je remercie mon oncle et parrain Thierry Leroux, pour toute la culture artistique qu'il m'a transmis dès mon plus jeune âge et toutes ses remarques à propos de mon travail plastique qui m'ont permis de pousser plus loin ma réflexion. Pierre-Alexis Delomez, pour tous les échanges philosophiques, scientifiques, anthropologique et ainsi de suite, car sans lui nombre d'idées théoriques comme pratiques n'auraient pas vu le jour. Jeanne Leroux, sans qui j'aurais mis des décennies à comprendre et traduire la thèse de Clément Rosset. Laura Villar Fernandez, pour toutes les relectures, les corrections, les simplifications, les améliorations de ce mémoire, pour la poésie que l'on partage et pour l'envie de créer des choses qu'elle me donne. Mes parents, Pascale et Paul Leroux, qui m'ont toujours laissé libre de mes choix. Marie Leroux et Adrien Leroux, pour leur confiance et les encouragements dans mon projet artistique. Et Nitch, le chien de la famille, qui se met systématiquement sur le dos pour nous dire bonjour.



# Avant - propos

Aujourd'hui, le mardi 3 septembre 2019, j'annonce ici-même au 18 rue Victor Lagrange 69000 Lyon, à 10h03, l'écriture de ce mémoire officiellement lancée. Après plusieurs années de réflexions, de songes et de questionnements, il est temps de passer aux choses sérieuses. Que la main vienne à la pâte, pour que le pain de la théorie rejoigne celui de la pratique. Vous allez me dire que l'écriture de ce mémoire semble bien mal partie, puisqu'un manque de sérieux académique<sup>1</sup> émane déjà de ces quelques premières lignes. Désolé de vous décevoir, mais ce sera souvent le cas. Il faudra vous y habituer. Les jeux de mots bas de Gamm Vert, les métaphores qui ne passent pas le mur du son et les comparaisons encore plus médiocres que Jacques Lizène<sup>2</sup> feront partie intégrante de ce mémoire. Comme dans *Les barrages de sable*<sup>3</sup> de Jean-Yves Jouannais, des libertés stylistiques seront prises. Non, ne levez pas les yeux au ciel. Continuez de lire ces mots, qui pour l'instant n'ont encore rien dit, ne faisant que remplir cette page encore immaculée il y a quelques minutes. Ne faites pas l'offusqué. Vous êtes au courant. Vous avez lu la page de garde. Vous avez quand même décidé de m'ouvrir et de me lire. Bravo, vous êtes curieux et je vous en félicite. Vous avez choisi de vous confronter à quelque chose qui peut-être vous habite : l'idiotie. Oui vous êtes sans aucun doute un idiot ou une idiote. N'ayez crainte, de mon point de vue il s'agit d'un compliment. Le philosophe Clément Rosset et son essai<sup>4</sup> pourront m'aider à vous le prouver. Tout comme celui de Jean-Yves Jouannais<sup>5</sup>. Oui, encore lui. Et une multitude d'autres penseurs. Et des artistes, bien évidemment. Mais chaque chose en son temps, soyez patient. Je vous devine aussi excité qu'une famille d'acarien au salon de la moquette. Vous pensez que cette métaphore n'est pas

---

<sup>1</sup> Cette première note de bas de page vous salue.

<sup>2</sup> Inventeur et unique représentant de l'Art Nul.

<sup>3</sup> Dans cet essai, l'auteur utilise différents tons et mélange les genres en passant du roman à l'écriture scientifique.

<sup>4</sup> Clément Rosset, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1977, 179 p.

<sup>5</sup> Jean- Yves Jouannais, *L'idiote - art, vie, politique - méthode*, Paris, Éditions Beaux-arts magazine, 2003, 280 p.

assez digne pour se trouver dans un mémoire. Je le pense aussi. Alors très bien, je la retirerai dans une nouvelle édition. Car comme vous pouvez le voir, dans celle-ci c'est trop tard.

Avant de rentrer dans le vif du sujet, je laisse à votre disposition un espace délimité pour que vous puissiez vous présenter. Robert Filliou apprécierait<sup>6</sup>.



Maintenant que je vous connais un peu plus, permettez que je parle un peu de moi.

---

<sup>6</sup> Dans son essai *Teaching and learning as performing art*, écrit en 1969, Robert Filliou propose des espaces d'écritures pour que le lecteur interagisse avec lui.

# Sommaire

Remerciements

Avant-propos

Présentation des travaux réalisés :..... 1

- Lerouflaquette Consortium ..... 2
- Le Flaquette Shop ..... 4
- Le Trans-Cité-Express ..... 6
- Les bouées-plantes..... 10
- La cabane à squatte ..... 12
- L'Aéroflaquette ..... 14
- Le PCDS et le PCDSM..... 17
- La GABE..... 20
- Immobilisons-Nous ! ..... 22
- Les supports de communication..... 25

Introduction ..... 27

Interlude n°1 : Ma rencontre avec Bernard

**Chapitre 1 : Les visages de l'idiotie**..... 36

1. Le réel..... 37
  - 1.1. Il est idiot..... 37
  - 1.2 Il est insignifiant ..... 38
  - 1.3 Contre le dogmatisme ..... 40
2. Être idiot..... 42
  - 2.1 L'instant présent..... 42
  - 2.2 Le contact rugueux et le contact lisse ..... 43



2.3 Le sujet clinique .....	44
2.4 Nuance avec Clément Rosset : le contact <i>ruguéolisse</i> .....	47
3. Jouer à faire l'idiot.....	48
3.1 Idiotie et modernité artistique .....	49
3.2 L'idiotie contre le sérieux de l'intelligence.....	50
3.3 La Révolte des Médiocres.....	53
4. Mort et sauvetage de l'idiotie.....	55
4.1 On veut tuer l'idiotie ! .....	55
4.2 On peut sauver l'idiotie .....	58

Interlude n° 2 : La tulipe

<b>Chapitre 2 : l'échec et la réussite</b> .....	<b>62</b>
1. L'art d'entreprendre .....	63
1.1. Vers un art contextuel .....	63
1.2 Les artistes et l'entreprise ou l'economics art .....	65
1.1.1 Fluxland .....	65
1.1.2 La cédille qui sourit .....	67
1.1.3 Airlines Ingold .....	68
1.1.4 UR Unlimited .....	71
1.1.5 Gross Domestic Product .....	74
2. Le système Lerouflaquette .....	76
2.1 Une division départementale .....	76
2.1.1 La stratégie .....	76
2.1.2 La production.....	77
2.1.3 Le magasin.....	77
2.1.4 L'intervention-produit .....	78
2.1.5 La communication .....	79
2.1.6 La vidéographie et la photographie .....	81
2.1.7 La vente .....	82
2.1.8 Le service à la personne.....	84





2.2 L'échec économique.....	85
2.2.1 La décroissance.....	85
2.2.2 L'improductivité.....	88
2.2.3 La lenteur.....	90
2.2.4 La non-efficacité .....	94
2.2.5 Le non-évènement.....	96
2.3 La réussite poétique .....	98
2.3.1 L'invention d'un espace utopique .....	98
2.3.2 La poétisation du quotidien .....	100
2.3.3 Le détournement économique .....	102
2.3.4 Jouez ! .....	104
2.3.5 Et créez du lien .....	106

Interlude n° 3 : A la tchine !

### **Chapitre 3 : L'idiotie lerouflaquetienne est une chimère .....** 110

1. Le produit et l'œuvre.....	111
1.1 Le produit .....	112
1.1.1 Quelques notions fruitières .....	110
1.1.2 Partout, partout, partout, des produits .....	113
1.1.3 Flying Tiger Copenhague.....	115
1.2 L'œuvre .....	116
1.1.1 Des objets sans notice .....	116
1.1.2 Des objets avec notice .....	118
2. L'hybride.....	119
1.1.1 Quelques notions diverses et variées .....	119
1.1.2 Hybride et art contemporain .....	122
3. L'hybridité du Porte-Château-de-Neige .....	124
2.1 Entre produit et poésie.....	123
2.2 Entre magasin et exposition .....	126



2.3 Entre artisanat et manufacture.....	126
2.4 Un ésotérisme grand public .....	127
2.5 Le bricolage .....	128

Interlude n°4 : Gamm vert

Conclusion.....	132
Annexes .....	138
Index artistographique.....	145
Bibliographie.....	148



# Présentation des travaux réalisés

# Lerouflaquette Consortium



## Lerouflaquette Consortium

Parce qu'une bonne isolation  
ne s'acquiert pas seule.

En avril 2018, j'ai pris l'initiative de créer une société de service, spécialisée dans l'amélioration de l'habitat, que vous pouvez retrouver le réseau social virtuel pas très sociable au logo bleu. Son nom : Lerouflaquette Consortium. En latin consortium signifie « communauté » et le Larousse nous donne comme définition « groupement d'entreprise constituée dans le but de réaliser un projet commun ». Le projet commun étant ici Lerouflaquette, jeu de mot acheté au rabais dans un déstockage total d'une entreprise d'humour en liquidation judiciaire. Lerouflaquette Consortium est donc spécialisée dans l'amélioration de l'habitat. L'habitat quant à lui, est une zone géographique où vivent espèces animales et végétales, et plus particulièrement il est un mode d'organisation des êtres vivants. Il est un « espace qui offre des conditions qui conviennent à la vie et au développement d'une espèce animale ou végétale »<sup>7</sup> Autant dire que l'habitat c'est la vie, c'est l'endroit où nous évoluons, où nous faisons nos petites affaires, mais surtout l'habitat, c'est l'endroit où nous rêvons. Cette société, au capital social inexistant, mais qui pourtant vise à tisser du lien entre les gens se définit ainsi :

*« Lerouflaquette Consortium est une société qui a pour objet la prise en charge du soin de votre habitat, dans un soucis purement esthétique et ésotérique »*

Le slogan, mis en avant par une vidéo promotionnelle où trois belles poubelles vertes semblent sortir du néant, pour grandir et encore grandir jusqu'à nous sur une ascension musicale composée d'arpèges, pourrait être celui d'une réelle entreprise qui renfloue vos combles pour moins de perte de chaleur, à un prix imbattable :

*« Lerouflaquette Consortium, parce qu'une bonne isolation ne s'acquiert pas seule »*

La politique de Lerouflaquette Consortium, aussi absurde soit-elle, a quand même quelque chose à dire, tout comme le professeur Rollin<sup>8</sup>. Son objectif est double. Premièrement il s'agit de la poétisation du quotidien par la création d'espaces utopiques éphémères. Secondement, l'invention d'objets inutiles économiquement. Et depuis 2019, un espace utopique regroupe ces objets se concrétise. Je vous présente *Le Flaquette Shop*.

---

<sup>7</sup> Définition trouvée sur le CNRTL (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales).

<sup>8</sup> Le professeur Rollin est un personnage inventé par le scénariste, metteur en scène et humoriste François Rollin. Sa première apparition s'est faite dans la série *Palace*, dont il est co-auteur.

# Le Flaquette Shop

Le Flaquette Shop, c'est le lieu physique de la politique commerciale de Lerouflaquette Consortium. Une politique des plus singulières, puisqu'elle consiste à emmener ma société vers l'échec économique. C'est son objet, c'est sa raison d'être. Je ne l'ai pas créée pour réaliser un profit financier mais pour perdre du temps et de l'argent. Et pour cela je fabrique des objets peu fonctionnels et pas très pratiques à utiliser. Des objets difficilement commercialisables et vendables. Ma société vit donc de mes fonds propres et non des recettes des ventes. Pour prouver à quelle point ceci n'est pas une blague, Lerouflaquette Consortium est déclarée depuis janvier 2019 à l'URSSAF et possède donc un numéro de SIRET que voici : 84753198500012. Ce qui signifie que ma société et moi avons des comptes à rendre à l'État français, et plus particulièrement aux impôts. Même quand le montant du chiffre d'affaire est nul.

Le Flaquette Shop est un magasin itinérant qui regroupe et présente les objets, que nous appellerons désormais *produits*, de ma société. Il reprend le concept de *pop-up store*, qui est une boutique ou un espace éphémère dans lequel une marque vend ses produits pour une durée déterminée. Une fois cette durée écoulée, la marque vide le lieu de sa scénographie et de ses produits. Mon magasin quant à lui a été présenté dans différents lieux, que ce soit dans l'espace public comme privé : festivals artistiques (L'étrancher à Amiens, Les Essertivales à Lavacquerie), lieux culturels institutionnels comme la Maison de la Culture et le Festival international des Arts et Jardins d'Amiens, la Maison des Pratiques Artistiques et Amateurs à Paris ou l'Université Picardie Jules Verne, garden party privée (à Izeux et Villers-Vicomte), un camping (Camping de la Baie de Somme au Crotoy). Le développement de ce magasin a conféré un nouveau statut à ma société, la rendant matérielle et palpable. Avec la présentation de mes objets inutiles au public ou plus précisément au *client*, un nouveau slogan est apparu :

« *Lerouflaquette Consortium, l'importance des choses inutiles* »

Si aujourd'hui le chiffre d'affaire est nul, c'est parce que mes produits ne sont pas encore

destinés à la vente. Le Flaquette Shop est un *showroom*, c'est-à-dire un lieu d'exposition des produits, destiné à les mettre en valeur. Un site internet marchand est en construction, et la livraison de ce site aux clients potentiels, annoncera l'arrivée sur le marché des produits estampillés *Lerouflaquette Consortium*. Mais pour mieux comprendre de quoi il s'agit, effectuons un inventaire des produits présentés au public.

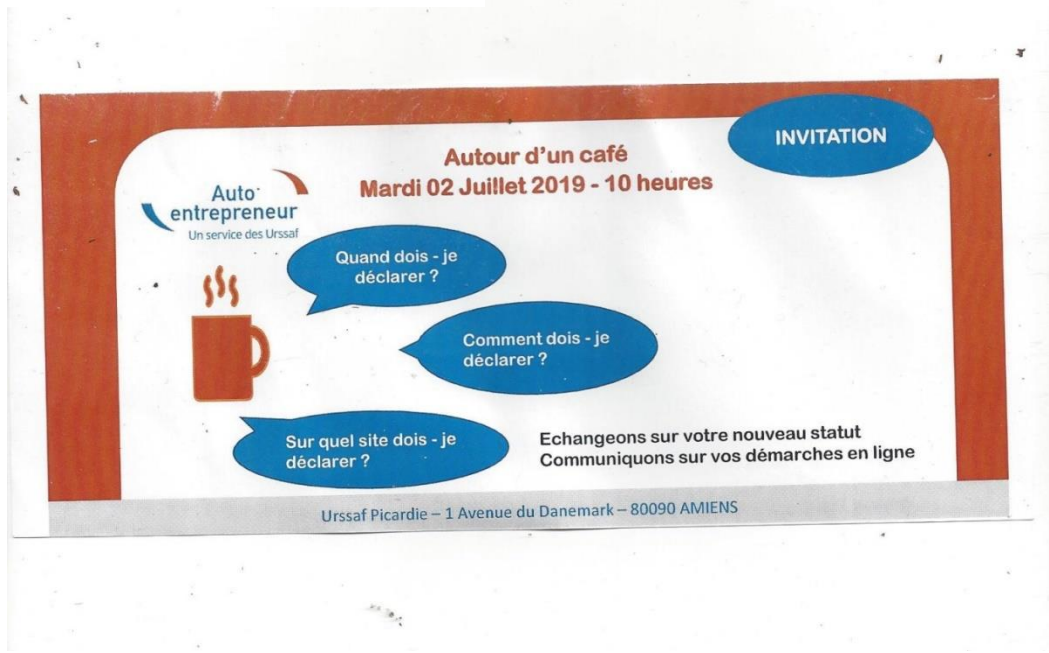
Présentation de l'établissement MONSIEUR LOUIS LEROUX

L'établissement, situé au 47 RUE LAURENDEAU à AMIENS (80000), est l'établissement siège de l'entreprise MONSIEUR LOUIS LEROUX. Créé le 17-01-2019, son activité est les autres services personnels n.c.a.

L'établissement

Dernière date maj	01-04-2019
N° d'établissement (NIC)	00012
N° de SIRET	84753198500012
Adresse	47 RUE LAURENDEAU
Code postal	80000
Ville	AMIENS
Pays	France
Nature de l'établissement	Siege
Code ape (NAF)	9609Z
Libellé du code APE	Autres services personnels n.c.a.
Date de création entreprise	17-01-2019
Date de création établissement	17-01-2019

[Voir la fiche de l'entreprise >](#)



# Inventaire

## x Le vélo-souffleur





L'exposition à la Maison de la Culture en mai 2018 a alors été l'occasion de promouvoir les services de la société, en présentant le premier showroom. Pour ce faire, une stratégie de communication divisée en trois axes a été engagée :

- Le premier est la diffusion en boucle d'une vidéo promotionnelle d'une invention sortie tout droit du laboratoire de recherche de chez Lerouflaquette Consortium. Cette invention, c'est le vélo-souffleur à propulsion cinétique. Ce dernier permet de se déplacer d'un habitat A à un habitat B. Quoi de plus utile alors qu'un moyen de locomotion pas du tout pratique pour transiter entre diverses zones de vie ?
- Le deuxième a été la démonstration en direct de la fonctionnalité de ce moyen de transport sur le parvis de la MCA. Il s'agissait ici d'un non-événement. Ce dernier peut se définir par un événement très attendu mais qui n'a pas l'effet escompté. Ici l'événement n'était pas très attendu mais une soixantaine de personnes était quand même là à patienter pour quelque chose pendant plusieurs minutes, et ce quelque chose a finalement duré moins de soixante secondes, entre l'arrivée depuis la rue, jusqu'à la pose de l'antivol à l'intérieur de cet habitat culturel.
- Le troisième et dernier axe fût donc l'exposition du vélo-souffleur, le souffleur à feuilles étant calé sur le porte-bagage grâce à *L'idiotie* de Jean Yves Jouannais.

Description technique du produit :

- Vélo Peugeot sans freins fonctionnels
- Souffleur à feuille de marque Stihl
- Quatre tendeurs de couleurs différentes
- Une cale de forme cubique en véritable bois de forêt
- Un livre idiot complexe
- Un antivol de couleur noir pas vraiment sécurisant
- Un râtelier pour cinq vélo-souffleurs

Informations constructeur présentes sur place :

*« Lerouflaquette Consortium est une société qui a pour objet la prise en charge du soin de votre habitat, dans un souci purement esthétique et ésotérique. Et parce que l'habitat se veut aussi utopique, venez profitez de cette vidéo promotionnelle où l'espace entre le rêve et la réalité ne*

*fait qu'un. Les Transports Individuels Lerouflaquette Consortium (TILC), pas vraiment écologiques et pas du tout pratiques, vous permettront de vous déplacer d'un habitat A à un habitat B, en toute sérénité »*

L'idée du *Trans-Cité-Express*, est qu'il puisse fonctionner dans n'importe quel endroit, que ce soit à la campagne comme à la ville. Et de chaque intervention, une trace vidéographique est conservée. Jusqu'à présent, le *Trans-Cité-Express* s'est vu décliné en trois lieux : le *Trans-Crotoy-Express*, le *Trans-MCA-Express*, et le *Trans-Villers-Express*. Filmé par mes soins, les séquences composant ces vidéos ne sont que des plans fixes, à l'exception d'un passage capturé depuis une voiture qui suivait au Crotoy mon déplacement. Je me déplaçais avec la caméra fixée à un trépied que je posais dans la rue, avant de traverser son champ de captation. Le point commun entre ces trois vidéos réside dans le suspense. Elles commencent toutes par un plan où rien ne se passe de particulier, à part *Trans-MCA-Express* qui débute sur une foule alignée, regardant vers la caméra. Tout est calme avant que le tintamarre, digne d'un avion de chasse, ne vienne troubler cette quiétude. L'intensité sonore va crescendo, avant d'atteindre son pic où apparaît le *vélo-souffleur*. Il traverse l'écran et disparaît. Ce schéma se répète sur quasiment toutes les séquences de ces trois vidéos. Le *vélo-souffleur* est disponible à la location.



# x La cabane à squatte



La cabane à squatte, c'est le détournement d'une maisonnette pour enfant, dans laquelle ces derniers s'amuse à être grands. Drôle d'idée que de jouer à l'adulte, lorsque pour ma part, à 28 ans, je m'amuse à jouer à l'enfant. L'envie de grandir laisse place à celle de rétrécir. Il y a j'imagine une tentative de retrouver une innocence perdue. Ce qui est drôle, c'est que l'enfant n'a pas conscience de l'innocence, car l'enfant est dans l'instant. Il ne se compare pas à une norme même si l'éducation lui apprendra à comment se placer, par rapport au bien et au mal par exemple. Alors intégrer un peu de souillure dans l'innocence m'a semblé être un choix judicieux. Car cette maisonnette, aux rebords lisses et colorés où des fleurs ne demandent qu'à pousser et sur lesquelles des papillons font la queue pour se poser, s'est vue transformée en quelque chose de moins onirique : un squat. Poupées et goûters se sont vus remplacés par des cadavres de Kronenbourg, des mégots de cigarettes dispersés dont émane une délicieuse odeur de tabac froid, des mouchoirs usagés et des immondices abandonnés, un matelas ayant subi fortement le temps qui passe, un duvet et une bougie comme seules sources de lumière. Puis les fenêtres se sont vues barricadées grâce à des planches en bois vissées dans le plastique et la porte d'entrée condamnée avec l'aide de quatre parpaings, liés entre eux avec plâtre. Un « LC » pour *Lerouflaquette Consortium* a été tagué sur ces parpaings. Lors de son exposition en plein air en 2019 au festival de *L'étrancher* à Amiens, de l'urine a été aspergée sur cet édifice miniature. Comme une cerise sur un gâteau.

# x Les bouées-plantes



Les bouées-plantes, c'est l'association de bouées de piscine et de plantes en pot. Ce produit plastico-végétal fait partie de la section décoration de chez *Lerouflaquette Consortium*. Leur fonction est d'esthétiser vos plans d'eau. Ainsi, piscines, mares et fossés bénéficient d'un apport coloré sans précédent. Afin de prouver les qualités indéniables de ce produit, une démonstration a été effectuée à Izeux, lors d'une fête privée qui se déroulait autour d'un étang au milieu de la nature. Il s'agissait d'un « lâcher de bouées-plantes lumineuses ». Des guirlandes autonomes ont été enroulées autour du produit, et à la nuit tombée, elles ont été libérées. Un côté cérémonial se dégageait de cette *action de l'inutile*, puisqu'un public en folie y assistait. S'en suivit des applaudissements pour la libération de ces phares mouvant.

Les bouées-plantes proviennent à l'origine d'une installation nommée *La migration fantastique*, où se sont rencontrées en 2016, une piscine et six bouées. Jusque-là rien d'étonnant me direz-vous. Ajoutez six plantes et six pots, faites-les porter par ces six bouées et laissez ces cargos naviguer aléatoirement. On est déjà sur quelque chose d'un peu plus original. Les coutumes et usages veulent qu'une bouée serve à faire flotter ceux qui ne savent pas nager, ou encore ceux qui sur l'eau voudraient tranquillement se poser. C'est là leur fonction, c'est pourquoi on les achète et c'est pourquoi on les utilise. Ici ces bouées se baladent librement dans la piscine, au rythme des vents et des courants « pisciniens », tels des navires à la dérive. Elles sont autonomes, et parfois s'agglomèrent entre elles, ou au contraire vivent leur vie de solitaire.

Afin de garder une trace de cette installation, l'utilisation de la vidéo m'a semblé la plus appropriée. Le parti-pris a été ici de filmer en gros plan, conférant ainsi à ces navigatrices d'eau douce une échelle de grandeur. La vidéo démarre par un plan sous l'eau, juste en dessous de ce que l'on percevra dans le plan suivant : des bouées portant des plantes. L'image est instable, tremblante et le son étouffé. Lorsque que la caméra surgit en dehors de l'eau, l'image est sereine et l'atmosphère accalmée : premier contact avec ces figures colorées. Il s'agit ensuite d'une balade entre ces entités, pour finir d'une manière plutôt violente à travers les bulles et remous de l'ère de balnéo. Cette vidéo est indépendante de l'installation et apporte un regard différent sur ce travail, en nous plongeant à l'intérieur de cet écosystème particulier

# x L'Aérofloquette







Description technique :

Un vélo de marque Gitane qui ne fait pas de fumée quand on l'allume

Un coffre en bois ne renfermant rien de précieux

Un convertisseur athée 12v-120v

Une multiprise que l'on peut attraper avec une seule main

Deux ventilateurs brassant de l'air

*Note pour moi-même : penser à envoyer un vélo-souffleur dans l'espace.*

L'Aéroflaquette, c'est un vélo-souffleur auquel ont été ajoutés deux ailes. Deux ailes munies de leurs ventilateurs réciproques, reliés à une batterie douze volts que l'on trouve communément dans une voiture de tourisme. Cette voiture de tourisme est le plus souvent utilisée pour se rendre sur son lieu de travail, et non pas comme on pourrait le penser, accéder à la plage. La plage arrière est quant à elle un support horizontal que l'on trouve au-dessus du coffre à l'intérieur d'une voiture. Ce que ne possède pas l'Aéroflaquette, car comme vous pouvez le voir, il est dépourvu de coffre. Mais il possède quand même un coffre en bois, servant à protéger la batterie douze volts que l'on trouve dans les voitures de tourisme. Une antenne dont la fonction est de capter la télévision a été ajoutée en guise de décoration, ce qu'avec le recul, j'avoue regretter. Cela confère à l'installation un caractère irréaliste, c'est absurde et cela m'a fait perdre un temps précieux qu'il aurait mieux fallu dépenser dans quelque chose d'utile. Comme un range-porte-château de sable.

Lors de son exposition à l'université d'Amiens en 2018, intitulée *On the moon, Lerouflaquette Consortium* a présenté cet engin aérospatial face à un tremplin fait-maison<sup>9</sup>. Un écran diffusait en boucle une vidéo intitulée *Tentative d'envol n°1.1*. Cette vidéo, comme son nom l'indique, relate la première tentative d'envol de l'Aéroflaquette grâce au tremplin construit à cet effet. Son conducteur est vêtu d'un costume de cosmonaute<sup>10</sup> composé d'une combinaison de peinture blanche jetable auquel ont été ajoutés des cylindres en polystyrène gris, simulant ainsi un système d'alimentation en oxygène. Un casque gris vient coiffer sa partie haute. Filmé en Baie de Somme un jour de brouillard, là où toute trace humaine est absente, le décor semble être lunaire. Une bande sonore planante et atmosphérique, composée par Lerouflaquette, accompagne les images. La vidéo alterne des plans du tremplin avec des plans du cosmonaute et de l'Aéroflaquette, jusqu'à un dernier plan large où l'on peut voir le tremplin à l'extrême droite, laissant supposer un décollage imminent. Puis au ralenti surgit notre protagoniste, lancé à pleine vitesse vers cette rampe d'élévation. Mais à l'ultime moment, il l'évite. Il n'y aura pas d'envol. Tout ce suspense aboutit sur un échec.

---

<sup>9</sup> Merci à Alain Carroué pour sa précieuse aide, sans lui le tremplin n'aurait jamais tenu debout.

<sup>10</sup> Ce costume a été réalisé par le plasticien camerounais Franck Kemgen Noah en 2018.

# x Le PCDS

*Ici en photographie, la version canadienne du PCDS, capable de transporter des châteaux de neige.*



Vous êtes à la plage car vous trouvez ça bien d'être à la plage. Vous ne savez pas vraiment pourquoi et vous avez arrêté de vous poser la question depuis bien longtemps. Ne vous inquiétez pas, ce qui compte pour nous aujourd'hui, c'est que vous soyez à la plage. Ah si, ça y est, vous vous rappelez pourquoi. Cachottier que vous êtes, vous avez feint de ne pas savoir alors que vous le saviez très bien. N'ayez pas honte. Si vous aimez tant vous y rendre depuis votre enfance, c'est pour y ériger des édifices sablonneux, plus communément nommés « châteaux de sable ». Vous en avez construit des centaines, si ce n'est des milliers, que vous avez tous photographiés afin de constituer votre propre album-photo de château de sable, ce que vous continuez à faire. Vous en êtes plutôt fier, et vous pouvez l'être. Architecte des plages, cette fonction vous apporte une joie intérieure immense mais vous peine également : vous êtes un bâtisseur de l'éphémère. Vos constructions, bijoux d'un royaume, citadelle d'un désert, ne sont pas faites pour durer et redeviendront poussière. Happées par la mer ou écrasées volontairement par les pieds d'un géant, aucun vestige ne subsistera. Et cela vous attriste. Mais réjouissez-vous, votre douleur peut être soignée.

Grâce au Porte-Château-De-Sable (PCDS), Lerouflaquette Consortium vous offre la possibilité de ramener vos pâtés à la maison ! Cette caisse de transport, alliance de différentes essences de bois, est l'outil idéal pour déplacer vos constructions. Avec cet outil, terminée la mélancolie du travail accompli. Rentrez fièrement chez vous et exhibez à vos proches ce dont vous êtes capable. L'impression que vous laisserez sur eux n'aura pour égal que la somme de la multiplication des efforts que vous aurez fourni pour réaliser votre édifice. Et ça, ça en jette. Existe aussi en version miniature (PCDSM pour Porte-Château De Sable Miniature).

Ce qui visuellement nous frappe le plus, c'est son aspect bricolé, voire grossier. Les découpes sont approximatives, et l'assemblage l'est également. Une poignée de porte fixée sur le dessus permet de saisir la boîte. Les planches ne sont que des chutes récupérées dans l'atelier du camping dans lequel je travaille régulièrement. L'intérieur de la porte peut en témoigner : il s'agit d'un ancien panneau indiquant aux conducteurs de véhicules à 4 roues, la hauteur maximale à ne pas dépasser pour pouvoir passer. Cette porte est fixée sur des chevilles et un crochet permet de l'ouvrir et de la fermer. La version miniature quant à elle possède une anse en ficelle permettant de s'en emparer pour mieux le transporter. Cette version est livrée avec un MCDSM (Moule à Château de Sable Miniature) qui n'est qu'un dé à coudre.

Nota bene : le Porte-Château De Sable est à l'origine un prétexte pour pouvoir aborder Jean-Yves Jouannais à la fin de l'*Encyclopédie des Guerres*, conférence qu'il donne tous les mois au Centre Pompidou depuis onze années. Ayant écrit *Les Barrages de sable*, essai traitant de la *Castellologie de Littoral*, qui n'est autre que la science des châteaux de sable, je me suis dit que ce serait un bon moyen pour tenter de capter son attention. Le 17 octobre 2019, c'est à dire il y a deux jours, j'ai réussi ma mission en lui offrant la version miniature de ce produit à la fin de sa conférence. Et je me suis retrouvé à descendre des pichets de vin rouge dans un bar en sa compagnie. Comme quoi, l'inutilité mène à tout.



x La GABE



La GABE c'est la Gamme Anti-Bien-Etre. Parce qu'honnêtement ça devient usant de se sentir bien au milieu de personnes en accord avec eux-mêmes. Alors, pour pallier à cette effervescence, *Lerouflaquette Consortium* vous propose des médicaments pour se sentir mal, physiquement comme mentalement. La *phobie sociale effervescente* vous permettra de subir le regard des autres et aidera à vous cloisonner dans votre domicile. Le spray FDP vous offre la possibilité de devenir un vrai FDP en un seul jet en faisant baisser vos capacités empathiques. La *crème de crise existentielle*, c'est la perte de tous vos repères en une seule application. Le *stress en poudre*, que vous pouvez diluer dans votre café par exemple, vous aidera à retrouver vos angoisses perdues. Le *Glyphosate pour enfant*, ce sont des gélules, qui ingérées quotidiennement, vous offrent une rencontre privilégiée avec le cancer. *Suées nocturnes*, c'est l'assurance d'une transpiration intense pour un réveil humide et désagréable.

Comme vous pouvez le voir, la GABE c'est le détournement de la fonctionnalité des médicaments que l'on trouve en pharmacie. Ces médicaments sont censés aider à améliorer notre condition physique comme l'aspirine qui soigne nos maux de têtes. Les antidépresseurs par exemple, sont quant à eux censés aider à pallier un trouble de l'humeur conséquent même si la dépression elle-même est un de leurs effets secondaires les plus courants. Mais les produits pharmaceutiques *Lerouflaquette Consortium* n'ont pas de vertus positives puisque leur consommation aurait des effets négatifs sur le corps et l'esprit.

Présentés sur une étagère lors de leur exposition dans le bar du camping où je travaillais comme barman, les clients qui entraient s'approchaient, curieux de voir quel genre de médicaments étaient à la vente. Car je peux dire, humblement, qu'un certain réalisme esthétique se dégage de ces produits. Leur jaquette s'inspire de marques existantes et induit ainsi en erreur. Imprimées sur du papier cartonné, elles sont ensuite collées directement sur des « vraies » boîtes. Les réactions étaient variées et allaient de l'incompréhension au rire, en passant par l'indifférence.

x Immobilisons - Nous !





A la suite d'un don financier anonyme à la Faculté des Arts, un appel d'offre avec un budget à gagner fût lancé avec pour thème le déplacement. Avec Alain Carroué nous proposâmes une réponse. Plutôt que de nous engager dans une démarche allant vers le mouvement, nous avons eu une ambition plus démesurée : tendre vers l'immobilité. S'arrêter c'est se diriger dans la direction de quelque chose qui ne se déplacerait plus. Et cette chose c'est la rotation de la terre. En 2009, le barrage des trois gorges situé en Chine, a provoqué un ralentissement de 0,06 microsecondes du mouvement de la planète bleue, à cause du déplacement immense des masses d'eau. Mais cet événement ne relevait pas d'une démarche engagée : les Chinois n'ont pas fait exprès de nous ralentir. Alors que le projet présenté aujourd'hui a pour but d'atténuer notre vitesse de déplacement, volontairement.

Avant toute chose, il faut savoir que la Terre tourne sur elle-même à une vitesse de 1700km/h au niveau de l'équateur. L'immobilité est donc un concept car l'humanité est en perpétuel déplacement, sauf que nous n'en ressentons pas physiquement les effets. Même quand nous dormons, nous nous déplaçons. Alors si aujourd'hui nous souhaitons tendre vers l'immobilité, c'est parce que dans notre société, tout semble aller de plus en vite plus vite, et que le temps réservé à la contemplation s'estompe. Notre société prône la vitesse, la performance, le résultat. Le manque de recul sur les événements qui nous entourent, nous prive de notre capacité d'observation et nous fait passer à côté de toutes ces nuances subtiles qui font la beauté de la vie. Notre démarche eut donc un but des plus poétiques puisqu'elle visait, par une performance collective, à nous ralentir. Nous avons d'abord pensé à attraper un nuage avec une corde ou à lancer un grappin sur la lune tel un navire libérant son ancre, mais nous nous sommes résiliés à quelque chose de plus raisonnable. Après avoir aidé Ulysse en lui fournissant une outre remplie de vents à utiliser à bon escient, nous comptâmes également sur Eole, régisseur des vents, pour mener à bien notre projet.

Comment ralentir la rotation de la terre ? La non-performance.

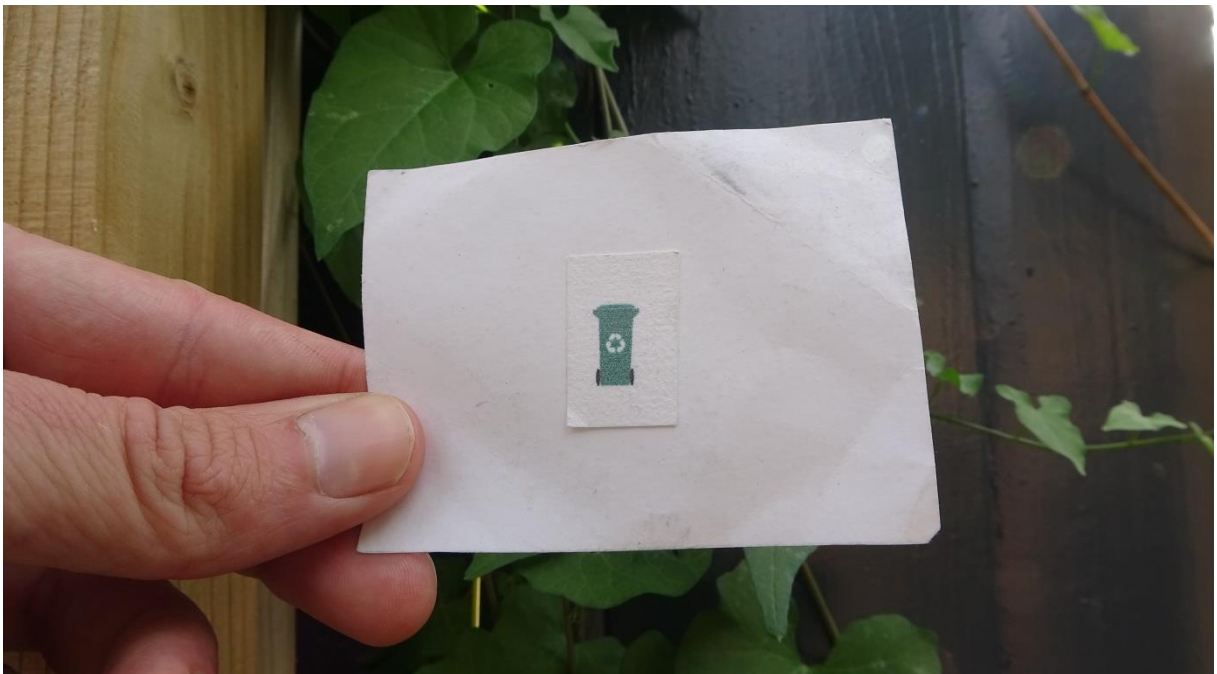
Nous avons lancé un appel à participation pour une non-performance collective, où chaque personne était invitée à rejoindre le 22 allée de la Grève au Crotoy avec n'importe quel objet émettant de l'air (flûte, tuyaux, ventilateur à piles...) ou de seulement venir avec son souffle. Le lieu choisi fût la Baie de Somme, pour son caractère naturel, là où l'horizon s'étend à perte de vue, où toutes les traces d'activités humaines ne sont plus visibles. Notre théorie était que



si cent personnes alignées soufflent dans le sens contraire de la rotation de la Terre, cette dernière verrait sa vitesse ralentir d'une manière infime. Une nuance subtile, une variation minime opérerait. Une poésie donc. Il y avait là un geste symbolique, une manifestation poétique contre le chemin que notre société est en train de prendre. Nous marchâmes ensuite vers l'horizon durant une demi-heure. Puis nous nous plaçâmes en une ligne de 31 personnes, dos au sens de rotation de la Terre, munis de nos instruments à vent. Au signal, nous commençâmes notre cantate éolienne. Eventail, flûte, souffleur à feuille, pèle, balais, poire à lavement... provoquèrent un son à l'esthétique chaotique mais qui à l'arrivée semble trouver un certain équilibre.

Nous eûmes quelques retombées médiatiques puisque des articles furent publiés sur le site internet de France 3 Picardie, dans la version papier du courrier Picard, et les vents du nord arrivèrent même jusqu'en Belgique puisque la Libre Belgique nous écrivit un papier. La plus étonnante des retombées fût quand la présentatrice du journal télévisé de France 3 décrivit notre projet, le qualifiant « d'ode à la lenteur ». Au-delà de la relative reconnaissance médiatique, qui pour Lerouflaquette Consortium n'est pas une fin en soit, j'ai trouvé gratifiant qu'un tel projet idiot puisse s'insérer au milieu d'informations relevant d'une certaine banalité, comme la cueillette des chrysanthèmes ou l'ouverture du ramassage des coques. Cette performance, par la simplicité des moyens mis en œuvre pour la réaliser est renouvelable à foison et n'importante où, comme dans la neige canadienne.

# x Les supports de communication



### *Les cartes de visite sans coordonnées*

« Besoin de rien ? Faites appel à Lerouflaquette Consortium ». Voilà mon commentaire lorsque j'offre une mes cartes de visite à un de mes clients potentiels, c'est à dire n'importe qui. Car leur particularité est qu'elles sont sans coordonnées. Seul le logo poubelle recyclée s'y trouve collé. Elles sont donc inutiles si quelqu'un souhaite me contacter. Entièrement faites à la main, elles sont toutes uniques. La première étape consiste à découper le gabarit dans du papier cartonné. Puis de découper les logos imprimés sur papier cartonné également, avant de les coller sur le gabarit. Si elles ne permettent pas de rentrer en contact avec mon entreprise, il n'en demeure pas moins qu'elle est le résidu d'une rencontre. Rencontre où j'aurai forcément parlé de l'inutilité économique de *Lerouflaquette Consortium*.

### *Le catalogue produit en carton*

Littéralement en carton, *le catalogue produit en carton* regroupe les fiches-produits de toutes les inventions de chez *Lerouflaquette Consortium*. Il est un réel outil communicationnel, puisque chacune des fiches vantent les mérites des objets mis en avant. En bas de ces fiches, trois mots résumant les qualités du produit. Une page d'introduction présente l'entreprise à la poubelle verte. Tout comme le PCDS, son aspect est grossièrement bricolé. Les pages ont été découpées dans du carton trouvé dans la rue, puis assemblées avec de la ficelle. La superposition de ces pages épaisses fait du catalogue un objet imposant, comme une sorte de grimoire. Des pages sont laissées vierges afin de pouvoir venir y coller les futurs produits. Ce catalogue a pour vocation de ne jamais être fini, il est un objet en train de se faire.

### *Le site internet marchand non-marchand*

Actuellement en construction, c'est le futur gros projet de *Lerouflaquette Conosortium*, une fois le mémoire soutenu. Ce site comprendra différentes catégories comme les démonstrations vidéo des produits, le *e-flaquette shop* qui sera la boutique en ligne où les clients pourront acheter à prix libre les produits en édition limitée ou en louer certains et l'onglet *Lerouflaquette Production* où je proposerai mes services vidéographiques au tout-venant.

# INTRODUCTION

Je me suis depuis plusieurs années engagé sur un terrain plutôt glissant, celui de l'idiotie. Détrompez-vous, il y a derrière cette notion quelque chose de très sérieux. Si elle jouit aujourd'hui d'une réputation négative, elle relève à l'origine d'une notion bien plus élogieuse. Cependant, beaucoup de temps fut nécessaire avant de me lancer dans sa décortication théorique. Car je l'avoue, ce mémoire relève d'une réelle auto-analyse. Et pour se lancer dans une telle entreprise, il faut bien plus que de l'envie, il faut que cela devienne un besoin. Je préfère vous prévenir en amont, cette notion n'est point chose aisée à attraper. A peine je pense la saisir, et déjà je m'en sens éloigné. L'idiotie se mérite et ne fait pas de cadeaux. Une personne tierce, rencontrée dans un jardin un matin de printemps ou au comptoir d'un bar une nuit d'hiver, vous demande de la définir. Des ailes viennent remplacer vos bras, et grâce à un plumage de confiance, un envol didactique s'amorce. Mais déjà des turbulences viennent déstabiliser l'envolée explicative. Moi qui pensais pouvoir aisément la définir, je me retrouve cloué au sol. Par où commencer, et quelle prétention de pouvoir croire à une fin ! Malgré ce fiasco annoncé, les vents redeviennent favorables. Je le sens, il sera bientôt possible d'en parler.

A travers mes recherches, je me suis rendu compte que nombre d'écrivains, d'essayistes, d'artistes et de philosophes avaient travaillé sur ce sujet. Chacun, l'abordant d'une façon singulière, dressèrent le portrait d'une figure caméléon. Déjà au XIXe siècle, Fiodor Dostoïevski écrit *L'Idiot*<sup>11</sup>, roman publié en feuilleton entre 1868 et 1869. Incarné par le Prince Muichkine, en proie à des crises d'épilepsie et incapable d'agir durant sa jeunesse, cet idiot se retrouve propulsé par le biais de rencontres fortuites au cœur de la noblesse russe. Son innocence en fera un être singulier. En 1881, Gustave Flaubert publie son dernier livre<sup>12</sup>, *Bouvard et Pécuchet*. Ce roman relate les multiples entreprises de deux idiots, qui pensant qu'en respectant à la lettre les théories trouvées dans des livres, vont pouvoir devenir agriculteurs, médecins, astrologues... sans jamais y parvenir. Puis en 1977, le philosophe Clément Rosset, dans *Le Réel. Traité de l'idiotie*<sup>13</sup> met en lumière l'idiotie du réel. Ce dernier étant unique et incapable de se refléter dans un miroir, les hommes auront depuis la nuit des

---

<sup>11</sup> Fiodor Dostoïevski, *L'Idiot*, Paris, Le Livre de Poche, 1994, 960 p.

<sup>12</sup> Gustave Flaubert mourra subitement le 8 mai 1880, laissant le dernier chapitre de *Bouvard et Pécuchet* inachevé.

<sup>13</sup> Clément Rosset, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1977, 179 p.



temps de cesse de lui chercher un double, de lui donner un sens. En 1998, Lars Von Trier réalise *Les Idiots*. Ce film relate l'histoire d'un groupe de personnes, qui ayant décidé de vivre en dehors du système capitaliste, passent leurs journées à se comporter comme des malades mentaux. Tourné à la manière d'un documentaire, la prise de vue est brute, la caméra n'est jamais fixe et ni l'image ni le son ne sont retravaillés en post-production<sup>14</sup>. En 1999, Jean-Yves Jouannais est le commissaire de l'exposition « Le fou dédoublé. L'idiotie comme stratégie contemporaine »<sup>15</sup>. Cette exposition tentera de mettre en exergue le caractère dérisoire des œuvres de certains artistes de la modernité. Des plasticiens tels que Panamarenko, Pierrick Sorrin, Roman Signer ou Jacques Lizène y seront représentés. Quatre années plus tard, sortira un livre qui y fera référence : *L'idiotie - art, vie, politique, méthode*<sup>16</sup>. Essai écrit par Jean-Yves Jouannais, il affirme que l'idiotie est présente dans les arts depuis le début du XXe siècle. Cet écrit est un hommage à tous ces artistes qui jouent ou qui ont joué à faire l'idiot. En 2004, *Les figures de l'idiot*<sup>17</sup> est un colloque organisé au Fresnoy par Véronique Mauron et Claire de Ribaupierre. Le livre qui en résulte revient sur l'origine négative de la signification de l'idiot, qui initialement exprimait l'originalité, l'exception et la différence. En 2012, à la suite d'un colloque organisé à l'Université du Québec à Montréal, sort l'ouvrage *Figures et personnages liminaires dans la littérature*. Écrit par Véronique Cnoackert, Bertrand Gervais et Marie Scarpa, ils mettent en exergue la posture de l'idiot, et montre la difficulté de le définir. Puis de nombreux mémoires d'étudiants ont abordé cette notion. En 2007, Pascale Riou portera son attention sur *Jean-Yves Jouannais et l'idiotie en art*<sup>18</sup>. En 2012, Philippe Wicht écrit *L'idiotie, méthode d'exploration d'une singularité : une réflexion sur le théâtre de François Gremaud*. Un an plus tard, Christine Albert abordera *L'idiotie du réel : de Clément Rosset à Hong Sangsoo*<sup>19</sup>. En 2016, Patricia Rivas présente *La performance de l'idiotie dans la vidéo Actions in action du duo Halfifiers*<sup>20</sup>. En 2019, Louis Leroux abordera la notion d'échec et de réussite,

---

<sup>14</sup> Cette façon de faire respecte les règles du Dogme95, mouvement cinématographique danois lancé en 1995. Le dogme95 est une réaction face aux superproductions anglo-saxonnes et prône un retour à une sobriété formelle.

<sup>15</sup> Jean-Yves Jouannais, *Le fou dédoublé. L'idiotie comme stratégie contemporaine*, [exposition], Moscou, Maison Centrale des Artistes, 1999-2000.

<sup>16</sup> Jean-Yves Jouannais, *L'idiotie – art, vie, politique, méthode*, Paris, Editions Beaux arts magazine, 2003, 280 p.

<sup>17</sup> Véronique Mauron et Claire de Ribaupierre, *Les figures de l'idiot*, Paris, Edition Léo Scheer, 2004, 248p.

<sup>18</sup> Pascale Riou, *Jean-Yves Jouannais et l'idiotie en art*, Mémoire de Master 1, Grenoble, université Pierre-Mendès, 2007.

<sup>19</sup> Christine Albert, *L'idiotie du réel : de Clément Rosset à Hong Sangsoo*, Mémoire de Master 2, Montréal UQUAM, 2013.

<sup>20</sup> Patricia Rivas, *La performance de l'idiotie dans la vidéo Actions in action du duo Halfifiers*, Mémoire de Master 2, Montréal, UQAM, 2016.

à travers son entreprise idiote, *Lerouflaquette Consortium*. Je ne suis donc pas le seul à m'être lancé dans un tel projet.

Cette idée d'entreprise est venue au moment j'ai dû, sur le réseau social au logo bleu foncé, sélectionner la catégorie qui désignait la page que j'allais créer pour communiquer sur mon travail artistique. L'onglet me demandait de choisir entre une multitude de catégories, allant de la cuisine à l'architecture. Si celle d'artiste semblait la plus appropriée, je ne pouvais consentir à m'exhiber en tant que tel. C'est la catégorie « entreprise » qui fut sélectionnée. Car derrière ce terme se cache les notions de « mettre en œuvre », « se mettre à exécuter » ou « de prendre en main ». La création de cette page internet, aussi modeste soit-elle, fût pour moi un acte déclencheur de mon investissement temporel dans les arts plastiques. Puis l'idée de devenir une réelle entreprise germa. Et vous pourrez voir tout au long de ce mémoire que l'idée fut poussée relativement loin. *Lerouflaquette Consortium*, est donc aujourd'hui une entreprise faisant partie du système économique dans lequel nous évoluons. Comme n'importe quelle autre entreprise, elle est déclarée à l'URSSAF. Comme n'importe quelle autre entreprise, elle est soumise à des règles qu'elle doit respecter pour ne pas qu'elle devienne hors-la-loi. Et comme n'importe quelle entreprise que l'on crée, il y a un intéressement financier, il y a un but lucratif. Sauf que comme vous l'avez compris, *Lerouflaquette Consortium* est une entreprise dont l'objet est l'échec économique. Je passe du temps, je dépense de l'argent pour ne pas en récupérer en retour et n'effectuer aucun bénéfice. Perdre de l'argent et prendre le temps d'en perdre. Et le tout délibérément, de mon plein gré, sans que personne ne m'y oblige, si ce n'est moi. Nous avons donc ici affaire à un cas anormal d'entreprise. Arrêtons-nous un instant pour mettre un cadre à cette notion de norme. Du latin « équerre » ou « règle », la norme possède des significations multiples et peut, selon Roland Gori<sup>21</sup> se diviser en deux parties. Elle a d'abord une signification quantitative et se réfère à une fréquence. Il est par exemple normal que le soleil se lève et se couche tous les jours. Il y a ici l'idée d'une régularité statistique. Puis elle possède une qualification quantitative et implique donc un jugement de valeur. Il est normal de se dire bonjour lorsque l'on rentre dans une pièce et il est normal de mettre tous les moyens en œuvre pour que son entreprise dégage des revenus. Cette notion de norme est apparue en

---

<sup>21</sup> Voir Roland Gori, *Le totalitarisme de la norme*, Youtube, [vidéo en ligne], 2017, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=dZFBkkQ9Mbo>, [consulté le 23 février 2020].



même temps que les outils de production ont muté, c'est-à-dire lors de la révolution industrielle. Il était « de plus en plus nécessaire de capter les corps et de déterminer leurs usages afin de les exploiter sur un marché du travail <sup>22</sup>». Que l'on s'en rende compte ou pas, les normes quadrillent de plus en plus nos sociétés, régissant nos comportements et nos façons de penser, mais contrairement aux lois, nous ne risquons pas une amende ou une peine d'emprisonnement en ne les respectant pas.

Il est important de préciser que si je parle d'échec, c'est bien par rapport à un système en place. Et celui dans lequel nous vivons, c'est le système capitaliste, un système prônant le néolibéralisme. Alors si le résultat du chiffre d'affaire est nul et que le compte de résultat de *Lerouflaquette Consortium* est négatif suite à la soustraction de l'achat de matériaux, l'entreprise est déclarée en perte. Il s'agit simplement d'effectuer une soustraction pour pouvoir jauger la réussite ou l'échec du projet à un instant T. Cet échec économique est dû à un facteur important : mes produits ne sont pour l'instant pas proposés à la vente, et même s'ils l'étaient, il y a peu de chances pour quelqu'un les achète. Entraîner volontairement une entreprise vers sa perte, cela peut être considéré comme un acte d'auto-sabotage, ou comme une tentative de désertion du champ de bataille capitaliste. Alors s'engager dans une quête vaine c'est aller à l'encontre du sens commun, comme Gilles Barbier qui recopie depuis vingt-cinq ans le dictionnaire à la main. Selon Sabrina Silamo<sup>23</sup>, en 2017 il en était à un quart du Larousse illustré. Dans un système, qui dans une logique économique doit créer de la richesse en échangeant des produits et des services fonctionnels sur un marché, *Lerouflaquette Consortium* est inutile. Elle ne sert économiquement strictement à rien.

Pour autant, mon entreprise existe. Elle produit des formes, elle produit du son, elle est parfois dans des conversations, elle est souvent dans les miennes et fait partie de mes interrogations. C'est d'ailleurs bien l'intérêt de ce mémoire : tenter de répondre à mes questions. Vous remarquerez que nous arrivons insidieusement dans la partie où l'annonce de la problématique va être faite. C'est imminent, ça ne saurait tarder. Il faut avouer que la découverte en 2017 de l'essai de Jean-Yves Jouannais, traitant et compilant une bonne partie

---

<sup>22</sup> Ibidem.

<sup>23</sup> Sabrina Silamo, *Gilles Barbier, un artiste à l'imagination débordante*, Télérama, [en ligne], 2017, disponible sur <https://www.telerama.fr/sortir/gilles-barbier-un-artiste-a-l-imagination-debordante,155385.php>, [consulté le 20 septembre 2019].

des faits d'idiotie exécutés par les artistes du vingtième siècle, a été comme une révélation pour moi. J'apprenais qu'il existait une sorte de club des idiots anonymes, tous les membres pouvant être qualifiés d'idiots. Pourtant chaque membre s'exprimait par une attitude singulière et une praxis qui ne ressemble à aucune autre. Ils étaient donc là devant mes yeux, page après page, et faisaient grandir à l'intérieur de moi-même une sorte de sentiment d'appartenance à une façon de créer, de vivre et d'exister que je ne pouvais à l'époque expliquer. Des questions d'une nature plutôt spontanée me vinrent à l'esprit : qu'est-ce qu'être idiot veut dire ? Comment savoir si l'on est un idiot ? Est-ce grave l'idiotie ? Puis des questions un peu réfléchies : en quoi l'idiotie s'oppose-t-elle à la norme ? En quoi l'idiotie est-elle un rempart face à la normalisation de nos sociétés ? Comment l'échec économique de Lerouflaquette Consortium l'emmène-t-elle vers une supposée réussite poétique ? Comment qualifier les objets que je crée ?

Par poétique, il faut entendre quelque chose qui dépasse le genre de la poésie. Pour Jean Onimus, « le poétique déborde largement les limites de ce qu'on appelle « poésie » [...] tous les arts peuvent être poétiques et classés comme tels »<sup>24</sup>. Tout comme son confrère français, l'intellectuel espagnol Jorge Riechmann oppose le poétique à la prose : « Poétique : matière en mouvement. Tout ce qui est en mouvement est de la poésie, ce qui ne change pas d'endroit est de la prose<sup>25</sup> ». Agir poétiquement, c'est dire ce qui n'est pas connu, et sans le savoir « explorer quelque chose qui est là, qui a toujours été là, et qui instantanément devient accessible<sup>26</sup> ». Pour le comédien Denis Lavant, le poétique est :

[...] une manière de vivre, une façon de regarder le monde autour de soi [...] et d'être éveillé aux moindres signes. Aux signes d'un visage que l'on croise, à une forme de beauté et de sentiment tragique du monde qui se manifeste au quotidien, chez les gens, dans le paysage, sur les murs, sur le mouvement d'une plante<sup>27</sup>.»

---

<sup>24</sup> Jean Onimus, *Qu'est-ce que le poétique ?* Paris, Poesis, 224 p. cité dans Camille Pech de Lacluse, *Jean Onimus : se faire l'apôtre du poétique*, Zone critique, [en ligne], 2017, disponible sur <https://zone-critique.com/2017/06/07/qu-est-ce-que-le-poetique-onimus>, [consulté le 8 juin 2020].

<sup>25</sup> Jorge Riechmann, 2006, extrait de *Antologia poética : El aprendizaje de lo inesperado*, Bibliothèque virtuelle de Cervantes, [en ligne], disponible sur [http://www.barcelonareview.com/25/s\\_jr.htm](http://www.barcelonareview.com/25/s_jr.htm), [consulté le 14 juin 2020], traduit de l'espagnol par Laura Villar Fernandez.

<sup>26</sup> Ibidem.

<sup>27</sup> Jacques Morice et Jean-Baptiste Roch, *Denis Lavant : « Jouer est la chose la plus saine que j'ai trouvé à faire »*, Télérama, [vidéo en ligne], 2012, disponible sur <https://www.telerama.fr/cinema/denis-lavant-jouer-est-la-chose-la-plus-saine-que-j-ai-trouvee-a-faire,83986.php>, [consulté le 8 juillet 2020].



Afin de répondre à ces multiples questions, je suis allé chercher dans des domaines multiples et variés. C'est d'ailleurs l'une des particularités du mémoire de recherche en arts plastiques : il est nécessaire de lire, écouter et manier des notions allant de la philosophie à la physique-chimie. Si l'on considère que l'art est un reflet du monde et que l'artiste permet de mettre en lumière les règles et les dérèglements de ce dit-monde, il est censé s'intéresser à tout ce qui le compose. Si l'on juge la société comme un tout, et que les multiples parties la composant se lient pour former un ensemble hétérogène, lorsque l'on s'intéresse à un sujet précis il est logique d'étendre ses recherches. Si dans ce mémoire nous n'irons pas jusqu'à la méthode de fabrication des croquettes pour chat industrielles, il n'en demeure pas moins que nous irons puiser dans des notions d'économie, de communication et de marketing. Mais aussi d'histoire, de philosophie, d'esthétique, de sociologie et d'anthropologie. La majeure partie des informations proviendra d'écrits théoriques mais aussi d'archives documentaires, de films, d'interviews filmées ou radiophoniques. Les exemples ne viendront pas uniquement du champ de l'art contemporain mais également du cinéma industriel comme expérimental, de la littérature grand public ou spécialisée. Mais surtout, mémoire théorico-pratique oblige, les exemples viendront de mes propres inventions et des expériences que j'ai pu en tirer.

Pour le voyage que nous allons entreprendre ensemble, je vous propose un itinéraire divisé en trois étapes. La première partie sera consacrée à l'étude de la notion d'idiotie. Nous essaierons de comprendre en ouverture de ce mémoire en quoi, attention préparez-vous, le réel est idiot. Chez *Lerouflaquette Consortium* nous préférons commencer par la partie difficile pour ensuite tendre vers plus de légèreté. Ensuite, toujours dans cette première partie, nous expliquerons ce qu'est d'être idiot dans un réel idiot. Ce qui ne sera pas une mince affaire. Dans la dernière sous-partie, je vous montrerai qu'il existe des individus qui font semblant d'être idiots. Attention, ils peuvent être dangereux. Après s'être amarré au port de la seconde partie, c'est à pied et par les terres que nous partirons explorer le territoire de l'art économique car il existe en effet une multitude de cas liant les artistes au monde de l'entreprise. Après en avoir étudié certaines, nous irons nous ressourcer chez *Lerouflaquette Consortium*. Ce sera l'occasion d'en apprendre davantage sur la structure de la firme picarde. Puis pour terminer notre voyage, nous prendrons le large vers l'ultime partie. Cette dernière sera dédiée au fait que *Lerouflaquette Consortium* peut être jugée comme une entité hybride. Afin de vous le démontrer, je prendrai le cas concret du Porte-Château-De-Neige, que nous

analyserons sous toutes les coutures. Avant de conclure cette introduction, je dois vous prévenir que j'ai glissé devant chaque partie des textes courts relatant mes aventures avec Bernard.



# Ma rencontre avec Bernard

J'ai plusieurs années durant, travaillé en tant que jardinier saisonnier au Camping de la Baie de Somme. Je le précise car je vous savais curieux de l'endroit où je coiffais les arbres. C'est là-bas que je fis la rencontre de Bernard. Nous étions collègues, et mon expérience quant à la connaissance des végétaux à éclaircir dans cet endroit précis, fit de moi son superviseur. Âgé de cinquante-cinq ans, ses yeux réfléchissaient le regard d'un enfant. Il n'habitait qu'à cinq minutes à pied, mais était présent avec systématiquement une demi-heure d'avance, par peur d'arriver en retard. Attendant l'heure, il se postait au beau milieu de l'enceinte d'accueil du camping, ancienne cour de ferme datant du XIXe siècle, qui a peut-être vu déambuler Jean-Etienne Esquirol ou Félix Voisin. Ainsi figé, il effectuait sur lui-même un mouvement circulaire pour mieux appréhender la vie qui l'entourait : le vent dans les arbres, les oiseaux qui s'y posent, les clients traversant le lieu.

# Partie 1

## Les visages de l'idiotie

# 1. Les visages de l'idiotie

**ATTENTION**, cette première partie aborde un sujet qui peut créer chez vous un blocage cérébral, comme lorsque que l'on tente de se représenter ce qu'il y avait avant le Big Bang. Vous êtes prévenus.

## 1.1 Le réel

Tel un artiste-peintre, Clément Rosset aura, toute sa vie durant, décliné en série un même sujet d'étude : le réel. De *Le Réel et son double* en 1976 à *Le réel, l'imaginaire et l'illusoire* en 2000 et *L'école du réel* en 2008 en passant par *Le réel : traité de l'idiotie en 1976*, le philosophe n'aura fait que de peindre et dépeindre un même paysage, ne cessant de l'enrichir au fil du temps. Parmi cette multitude de portraits, nous nous intéresserons, comme l'indique le titre de cette première sous-partie, à celui du réel. Un portrait des plus singuliers comme vous allez le constater.

### 1.1.1 Le réel est idiot

Si la notion d'idiotie jouit aujourd'hui d'une réputation plutôt négative puisqu'elle qualifie un individu atteint d'une dégénérescence congénitale et nous projette l'image d'un crétin des Alpes<sup>28</sup> issu d'un accouplement douteux où l'urine aurait eu son mot à dire et sûrement le dernier, elle relève à l'origine d'une définition bien plus élogieuse. Clément Rosset nous rappelle sa définition en grecque ancien :

« Idiôtès, idiot, signifie simple, particulier, unique. Toute chose, toute personne sont ainsi idiots dès lors qu'elles n'existent qu'en elles-mêmes, c'est-à-dire sont incapables d'apparaître autrement que là où elles sont et telles qu'elles sont : incapables donc, et en premier lieu, de se refléter, d'apparaître dans le double du miroir. »<sup>29</sup>

Après cet éclaircissement, vous conviendrez donc que le qualificatif d'idiot ne fait pas de vous quelqu'un de stupide, il indique plutôt qu'une certaine singularité émane de votre personnalité. Mais si le philosophe tient à effectuer ce rappel, ce n'est pas pour faire votre

---

<sup>28</sup> Marc Fourny, *La véritable histoire des crétins des Alpes*, Le Point, [en ligne], 2018, disponible sur [https://www.lepoint.fr/histoire/la-veritable-histoire-des-cretins-des-alpes-09-09-2018-2249778\\_1615.php](https://www.lepoint.fr/histoire/la-veritable-histoire-des-cretins-des-alpes-09-09-2018-2249778_1615.php), [consulté le 18 juillet 2019].

<sup>29</sup> Clément Rosset, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1977, p. 50.



éloge, c'est pour d'abord qualifier cette chose dans laquelle nous évoluons tous : le réel. Et pour Clément Rosset, le réel est bel et bien idiot :

Les lignes qui suivent proposent quelques incursions dans le champ du réel, par quoi nous désignons d'abord l'existence en tant que fait singulier, sans reflet ni double : une *idiotie* donc, au sens premier du terme.<sup>30</sup>

Il est donc un, unique et univoque. Le réel, cette chose que l'esprit humain tente d'expliquer depuis des milliers d'années, cette chose qui en ce moment même nous entoure, dans laquelle notre corps évolue et notre esprit se situe, quel est son sens ? A cette question, notre philosophe a une réponse : cette chose est insignifiante.

### 1.1.2 Le réel est insignifiant

« L'insignifiance se définit non pas par le manque mais par la prolifération des chemins »<sup>31</sup>. Si le réel n'a pas un sens précis ce n'est pas parce qu'il est indéterminé, c'est justement parce qu'il n'est qu'un ensemble infini de déterminations. « Toute réalité est nécessairement déterminée<sup>32</sup> », « toute réalité est nécessairement quelconque<sup>33</sup> ». Cela signifie que toute réalité se vaut. Il n'y a pas de réalité supérieure ni de réalité inférieure. Le réel n'est pas hiérarchisé comme pourrait le penser Platon, qui divise le réel entre le monde sensible et le monde intelligible. Tout est sens alors rien ne l'est précisément. Pour prendre un exemple trivial : si tout le monde est con, alors personne ne l'est.

Mais pour admettre cette insignifiance et pour ne pas tomber dans un profond vide existentiel qui nous rapprocherait d'un suicide collectif mondialisé tels des lemmings au bord de leur falaise<sup>34</sup>, l'esprit humain fait preuve d'ingéniosité en inventant « [...] un sens fictif, un scénario orienté. Ce en quoi il ne vit pas dans le réel, mais dans sa doublure, la carapace de la réalité »<sup>35</sup>. Il est ici nécessaire de marquer la différence entre le réel et la réalité. « La différence entre les deux concepts réside dans le fait que la réalité, contrairement au réel, peut-être affectée par

---

<sup>30</sup> Clément Rosset, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1977, p. 7.

<sup>31</sup> Ibidem, p. 20.

<sup>32</sup> Ibidem, p.15.

<sup>33</sup> Ibidem, p.15.

<sup>34</sup> Voir Franck Stevens, *Idée reçue : Les lemmings se suicident en masse*, Sciences Claires, [en ligne], 2015, disponible [http://www.vulgarisation-scientifique.com/wiki/Pages/Les\\_lemmings\\_se\\_suicident\\_en\\_masse](http://www.vulgarisation-scientifique.com/wiki/Pages/Les_lemmings_se_suicident_en_masse), [consulté le 8 septembre 2019].

<sup>35</sup> Hervé Aubron, *La nef des idiots : en quel monde se rencontrer ?* Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2007, p. 277.



les créations de l'homme destinées à le protéger du réel, c'est-à-dire l'illusion, le double, le fantasme »<sup>36</sup>. Le réel existe indépendamment de l'Homme. Si ce dernier venait à disparaître, le réel serait toujours là. La réalité naît de notre expérience du réel, est peut donc être modifiée.

« [...] la notion de réel est une notion philosophique à prétention universelle (le réel est toujours réel), alors que la réalité est une expression courante qui désigne certes ce qui diffère de l'imaginaire, mais ne garantit pas pour autant qu'elle soit elle-même à l'abri de l'illusion, de l'hallucination, d'un double fantomatique (la réalité n'est pas toujours réelle) »<sup>37</sup>

Le réel étant sans double, idiot donc, l'Homme n'a cessé de lui conférer un ou des sens afin de justifier sa propre existence. Mais il s'avère que le réel a peu à dire, non pas parce qu'il n'a qu'un sens mais parce qu'il est une infinité de sens, une infinité de déterminations interprétables à loisir. « Le réel est en ceci semblable aux mauvais écrivains : il a finalement peu à dire, mais donne volontiers à lire »<sup>38</sup> Afin de justifier cette idée de détermination interprétable à loisir, prenons un exemple, qui je le pense, vous parlera. Il s'agit d'*Exercice de style* de Raymond Queneau<sup>39</sup>. Ce livre est une multitude de variations d'un même texte provenant d'une même situation que l'auteur décline en fonction de différentes contraintes. Rappelons que l'auteur est l'un des créateurs de l'Ouvroir de littérature potentielle (OuLiPo)<sup>40</sup>, qui regroupe des littéraires et des mathématiciens qui se définissent comme des « rats qui construisent eux-mêmes le labyrinthe dont ils se proposent de sortir »<sup>41</sup>. Pour faire simple, l'OuLiPo invente des structures et des contraintes dans le but de produire des œuvres originales. Mais ne nous dissipons pas, revenons à nos exercices. *Exercice de style* comporte quatre-vingt-dix-neuf variations d'une première situation que voici :

Dans l'autobus S, à une heure d'affluence. Un type dans les vingt-six ans, chapeau mou avec cordon remplaçant le ruban, cou trop long comme si on lui avait tiré dessus. Les gens descendent. Le type en question s'irrite contre un voisin. Il lui reproche de le

---

<sup>36</sup> Mémoire de Christine Albert, *L'idiotie du réel : de Clément Rosset à Hong Sangsoo*, Montréal, Université du Québec à Montréal, 2013, p. 18.

<sup>37</sup> Clément Rosset, *Tropiques. Cinq conférences mexicaines*, Paris, Edition de Minuit, p. 28.

<sup>38</sup> Clément Rosset, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Editions de Minuit, 1977, p. 27.

<sup>39</sup> Raymond Queneau, *Exercice de style*, Paris, Edition Gallimard, 1982, 158 p.

<sup>40</sup> Raymond Queneau a fondé ce groupe en 1960 avec son acolyte François le Lionnais. Marcel Duchamp les a rejoint en 1962.

<sup>41</sup> OuLiPo, *Abrégé de littérature potentielle*, Paris, Mille et une nuits, 2002, p.6.

bousculer chaque fois qu'il passe quelqu'un. Ton pleurnichard se veut méchant. Comme il voit une place libre, se précipite dessus. Deux heures plus tard, je le rencontre Cour de Rome, devant la gare Saint-Lazare. Il est avec un camarade qui lui dit : « Tu devrais faire mettre un bouton supplémentaire à ton pardessus. » Il lui montre où (à l'échancrure) et pourquoi. »<sup>42</sup>

Contrainte n°3 : raconter la même histoire métaphoriquement :

Au centre du jour, jeté dans le tas des sardines voyageuses d'un coléoptère à l'abdomen blanchâtre, un poulet au grand coup déplumé harangua soudain l'une, paisible, d'entre elles et son langage se déploya dans les airs, humide d'une protestation. Puis, attiré par un vide, l'oisillon s'y précipita.<sup>43</sup>

Contrainte n°87 : raconter la même histoire d'une manière injurieuse :

Après une attente infecte sous un soleil ignoble, je finis par monter dans autobus immonde où se serrait une bande de cons. Le plus con d'entre ces cons était un boutonneux au sifflet démesuré qui exhibait un galurin grotesque avec un cordonnet au lieu de ruban. Ce prétentiard se mit à râler parce qu'un vieux con lui piétinait les panards avec une fureur sénile ; mais il ne tarda pas à se dégonfler et se débina dans la direction d'une place vide encore humide de la sueur des fesses du précédent occupant. Deux heures plus tard, pas de chance, je retombe sur le même con en train de pérorer avec un autre con devant ce monument dégueulasse qu'on appelle la gare Saint-Lazare. Ils barvardochaient à propos d'un bouton. Je me dis : qu'il le fasse monter ou descendre son furoncle, il sera toujours aussi moche, ce sale con.<sup>44</sup>

*Exercice de style* est un foisonnement de regards, de sens, de déterminations sur le réel. Cela nous montre qu'en fonction du point de vue, sa signification se voit modifiée. Et Il y a autant de sens qu'il y a de points de vue. Le réel est bien quelconque, c'est à dire qu'il peut prendre n'importe quel sens. Le réel on en fait ce que l'on veut. Mais attention à ne pas en faire n'importe quoi.

### 1.1.3 Contre le dogmatisme

Afin de palier à cette insignifiance, les philosophes, les religieux et les scientifiques ont depuis toujours tenté de révéler le secret de l'existence. Ils ont voulu et veulent imposer leurs crédos à tous. « J'ai la solution, je détiens la vérité. Vous là-bas êtes dans l'erreur, vous ne livrez qu'une version erronée de ce qu'est vraiment la vie, le réel, l'être humain ». Même les artistes,

---

<sup>42</sup> Raymond Queneau, *Exercice de style*, Paris, Edition Gallimard, 1982, p.7.

<sup>43</sup> Ibidem, p.9.

<sup>44</sup> Ibidem, p. 133-134.



et ce depuis la fin du dix-neuvième siècle jusqu'en 1972<sup>45</sup>, date de la dissolution de l'International Situationniste, ont voulu imposer leur vérité par le biais de manifestes. Il y a, comme l'écrit Clément Rosset : « l'illusion selon laquelle il y a un secret à forcer »<sup>46</sup> et cette illusion aboutit au dogmatisme, à une doctrine qui se veut établie, à une vérité se voulant fondamentale. Clément Rosset va plus loin en nous parlant du concept de *valeur ajoutée* :

La signification dont on affuble le réel n'est pas une vérité démontrable, un fait observable, une réalité tangible qu'il suffirait d'exhiber pour convaincre les incrédules. Mais plutôt un ton, un air, un parfum, bref une « valeur », dans tous les sens du terme : une valeur d'un rouge dans un tableau, d'un mot dans un poème, d'une capacité à être achetée dans le cas de la valeur marchande.<sup>47</sup>

Rosset était un auteur qui a fait partie des jeunesses communistes. Comparer donc la signification imposée au réel à la valeur ajoutée n'a rien d'une flatterie. Cela peut paraître anecdotique mais ça ne l'est vraiment pas : la valeur ajoutée est, aux yeux de la pensée communiste, une véritable gangrène pour la civilisation. Ainsi la signification entendue comme vérité rend elle aussi, l'homme malade de lui-même. Il poursuit :

Ajoutons, dit le philosophe, de la valeur aux choses : nous les rendrons ainsi signifiantes. Toute réalité est ainsi susceptible de s'enrichir d'une valeur ajoutée qui, sans rien changer à la chose, la rend néanmoins autre, disponible, capable de s'intégrer aussi bien dans un circuit de consommation quelconque que dans une philosophie, dans une circulation intellectuelle du sens.<sup>48</sup>

Si ceci est fait en connaissance de cause, c'est louable, c'est de la création. Si par contre le sens alloué au réel est entendu comme une vérité démontrable et découverte, une vérité précieuse qu'on aurait su percevoir là où d'autres sont incapables de la saisir, alors c'est du dogme. La pensée du sens comme réelle est ce qu'il y a de plus néfaste à l'homme. Or, c'est ce qu'il pratique constamment. Il n'y pas de secret de l'Histoire, mais un mystère de l'être.

Il termine cette partie avec une brillante citation de Michel Serres, *La Traduction* :

---

<sup>45</sup> Cette date marque la fin des groupes en -iste et -isme.

<sup>46</sup> Clément Rosset, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1977, p. 33.

<sup>47</sup> Ibidem, p.40.

<sup>48</sup> Ibidem, p.41.

Le secret des choses c'est qu'il n'y a pas de secret. Le message de fond n'est qu'un bruit, et nul ne me fait signe, et il n'y a pas de signal. (...) Qu'il n'y ait rien à lire, au bout de toute lecture, qui le supportera ? »<sup>49</sup>

Le réel est là et il n'y a rien à découvrir : il y a alors tout à créer.

## 1.2 Être idiot

Nous avons vu que pour Clément Rosset le réel et l'étymologie de l'idiotie sont intimement liés, le réel étant un fait singulier, l'idiotie caractérisant une certaine singularité. Mais qu'en est-il de l'idiot ? J'entends ici humainement parlant. Qu'est-ce que cela signifie d'être idiot dans un réel idiot ?

### 1.2.1 L'instant présent

Afin de répondre à cette interrogation, Clément Rosset prend l'exemple du roman *Au dessous du volcan*<sup>50</sup>, écrit par Malcom Lowry en 1947. Ce livre relate les dernières vingt-quatre heures d'un consul anglais en perdition existentielle au milieu de la campagne mexicaine, due à une déception amoureuse qui le ronge jusqu'à la mort. Il tentera de soigner ce mal par un autre mal, l'alcool. Beaucoup d'alcool. Toujours une bouteille à la main, il n'est pas un ivrogne ordinaire. Il est un « ivrogne extraordinaire, un voyant qui sait se plonger dans un état d'ébriété exceptionnelle. [...] ainsi l'état de voyance qui en résulte ne se trouve sujet à aucune éclipse ; aucun intervalle de lucidité ne vient troubler son hébétude »<sup>51</sup>. Son ivresse étant permanente, il accède à un état lui permettant de percevoir le monde différemment : « Admirable volonté de celui qui non seulement ne veut exactement rien, mais encore qui, s'il voulait quelque chose, serait hors d'état d'en avoir conscience »<sup>52</sup>. Le Consul ne calcule pas : il est là, dans l'instant. Il faut mettre ceci en parallèle avec la définition de l'avant-propos : l'idiot, comme le réel, est. Il ne fait que ça. Il est là et n'a pas besoin de sens pour cela, sa présence suffit. L'idiot ne se projette pas :

---

<sup>49</sup> Ibidem, p. 34, Michel Serres, *La Traduction (Hermès III)*, Paris, Les Editions de Minuit, p. 67.

<sup>50</sup> *Under the volcano* est le titre originel. Notons que ce monument de la littérature a été adapté au cinéma par John Huston en 1984, le consul étant incarné par le génial Albert Finney.

<sup>51</sup> Clément Rosset, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1977, p. 12.

<sup>52</sup> Ibid., p.9.



Il n'y a plus pour lui depuis longtemps de chemins à perdre ni de chemins à retrouver : parce qu'il n'y a pas, parce qu'il n'y a jamais eu de véritables chemins. Le Consul n'a pas perdu le sens de l'orientation ; ce sont plutôt les chemins qui ont disparu autour de lui, et avec eux toute possibilité de direction.<sup>53</sup>

Pour comprendre ceci, nous pouvons prendre une métaphore simple, quelque chose de spatial. Pour aller quelque part, vous avez besoin d'un chemin et d'une direction. Ainsi vous êtes à un point A et vous souhaitez vous rendre à un point B. Vous êtes quelque part mais vous vous projetez ailleurs. Votre instant est dédoublé par votre objectif : quitter le point A pour aller au point B. Votre instant ne se suffit pas à lui-même, il n'est ni simple ni *idiot* : il est complexe. Il n'est pas *un*. L'idiot n'a pas d'objectif, il ne pense pas à ce qu'il doit faire de son point A : il est précisément ce point. Il n'a pas de point B : il n'a que des points A.

L'ivrogne est au fait de son instant, alors que l'homme sobre, en pleine possession de ses moyens, se projette, analyse l'ici et le maintenant, à la lumière du plus tôt ou du plus tard. L'ivresse nous rend au réel. Ivre, nous sommes là, sans dédoublement nécessaire. « L'ivrogne perçoit simple, et c'est plutôt l'homme sobre qui, habituellement, perçoit double. »<sup>54</sup>

### 1.2.2 Le contact rugueux et le contact lisse

Pour Clément Rosset, deux formes de rencontres avec le réel existeraient, la première étant le *contact rugueux*, qui consiste à considérer la réalité dans sa forme singulière. Ce contact est la vision de l'idiot : « le contact rugueux, qui bute sur les choses et n'en tire rien d'autre que le sentiment de leur présence silencieuse »<sup>55</sup> Et le *contact lisse* qui consiste à doubler la réalité en remplaçant « la présence des choses par leur apparition en image. »<sup>56</sup> Cet autre contact est la vision « normale. »

Par sa perception singulière du monde, l'idiot voit, ce que celui qui doublant sa perception, ne verrait pas et passerait ainsi à côté de détails. L'idiot, ainsi ancré dans l'instant, est plus à même de remarquer une nuance se présentant à lui. Une chose « toute simple, c'est-à-dire saisie comme singularité stupéfiante, comme émergence insolite dans le champ de

---

<sup>53</sup> Ibid., p. 49.

<sup>54</sup> Ibid., p. 49.

<sup>55</sup> Ibid., p. 51.

<sup>56</sup> Ibid., p. 51.

l'existence. »<sup>57</sup>. Clément Rosset prend pour exemple l'image d'un ivrogne rempli comme un tonneau, accoudé au comptoir d'un bistrot quelconque. Quand tout à coup surgit un homme, élégamment vêtu, aussi classe que Georges Abidbol.<sup>58</sup> Celui qui double sa vision pourrait se demander ce qu'un homme aussi resplendissant et ayant les moyens financiers de s'offrir une telle tenue ferait dans un lieu aussi insipide. Il pourrait aussi se demander quelle voiture il possède, quel métier il exerce.... Il y aurait ainsi un jugement de valeurs qui serait accordé à cette personne. Mais l'ivrogne, dans un état d'anti-jugement, va faire attention au détail que porte cet individu, à cette fleur épinglée à sa veste : « regardez là, il y a une fleur, c'est une fleur, mais puisque que je vous dis que c'est une fleur... » La chose est tellement unique, se suffisant à elle-même et se renfermant en elle-même, qu'il lui manque précisément tout autre chose à partir de quoi l'interpréter : elle est cela et rien que cela, là et rien que là »<sup>59</sup>. Prenons l'exemple d'une pomme : si je suis incapable de dédoubler ma perception, c'est à dire de me dire qu'une pomme est égale à de la nourriture, et bien notre pomme n'existe alors qu'en elle-même. Être idiot, c'est faire abstraction du sens, et percevoir simplement ce qui est.

### 1.2.3 Le sujet clinique

Comme je vous le disais au début de cette partie, le terme d'idiot possède une réputation des plus sulfureuses et dans le langage courant il n'est point compliment. Mais qui a osé faire de ce terme un qualificatif aussi péjoratif, alors qu'à son origine, aucune animosité ne s'émanait de lui ? Qui, des siècles durant, l'aura trainé dans la boue, l'entachant d'une signification abjecte, lui conférant ainsi une image de monstre, capable du pire ? Alors que cette notion, d'une bonté innée, ne voulait vous qualifier que d'être singulier. Qui ? Et bien, c'est Jean-Etienne Esquirol.

Né en 1772, il est un médecin spécialisé en santé mentale, que l'on qualifiait à l'époque d'aliéniste, soit l'ancêtre du psychiatre. Il est le premier à inscrire l'idiotie dans la classification

---

<sup>57</sup> Ibid., p.49

<sup>58</sup> Georges Abidbol est l'antihéros du film *La Classe américaine : Le Grand Détournement*. Réalisé par Michel Hazanavicius et Dominique Mézerette en 1993, ce long-métrage est un mashup composé d'extraits de films de la Warner Bros réalisés entre 1952 et 1980. On y croise ainsi John Wayne, Paul Newman, Dustin Hoffman, dont les voix ont été doublées, créant ainsi un scénario inédit.

<sup>59</sup> Clément Rosset, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1997, p. 49.

méthodique des maladies, soit la nosographie. Lui et ses confrères tentèrent de définir l'idiot à la vue de ses symptômes. « *L'idiot était perçu comme l'être le plus dégradé, il constituait l'échelon le plus bas de l'humanité, se situant non loin des animaux, sorte de « bête humaine »* »<sup>60</sup>. Son intelligence est tellement basse que l'aliéniste Félix Voisin refusait tout rapprochement possible entre l'idiot et l'animal : « *Nous ne pouvons pas plus comparer l'intelligence des idiots avec l'intelligence des animaux, car l'animal a un développement intellectuel normal.* »<sup>61</sup> L'idiot est un être à part, oscillant entre l'Homme et l'animal, un être que l'on ne saurait qualifier, si ce n'est d'inhumain.

Dans son ouvrage, Félix Voisin relève les descriptions de l'idiot faites par ses confrères et lui-même, qu'ont ensuite résumées Véronique Mauron et Claire de Ribaupierre, puis résumés une dernière fois par mes soins :

- Absence totale des conventions.
- Manque de savoir-vivre.
- Physionomie monstrueuse.
- Dépourvu de sens moral et de jugement.
- Esclave de ses instincts.
- Langage à la structure extravagante.
- Phrase inappropriée à la situation.
- Développement intellectuel resté à l'état d'enfant.
- Comportement aphasique ou survolté.
- Propositions contraires aux règles de la grammaire.
- Création d'un univers autonome.
- Détachement des contraintes sociales et économiques.

Voyez comme cette liste qualifiant l'idiot, cet être considéré comme au ras des pâquerettes, est intéressante pour nous. J'ai comme l'impression d'y voir une méthode qu'il faudrait suivre pour pouvoir produire une poésie unique et créer un objet artistique singulier. Comme si je

---

<sup>60</sup> Véronique Mauron et Claire de Ribaupierre, *Les figures de l'idiot*, Paris, Edition Léo Scheer, 2004, p. 11.

<sup>61</sup> Félix Voisin, *L'idiotie. Hérité et dégénérescence mentale, psychologique et éducation de l'idiot*, Paris, Félix Alcan éditeur, 1893, p. 67.



pouvais analyser *Lerouflaquette Consortium* à travers cette grille de lecture, issue de psychiatres du XIXe siècle. Et comme cela fait écho à la pensée de Clément Rosset ! Si le réel est insignifiant, comme l'entend notre philosophe, c'est-à-dire qu'il est une infinité de chemins possibles et bien l'être idiot en est l'incarnation.

Si Véronique Mauron et Claire de Ribaupierre ont intitulé leur ouvrage *Les figures de l'idiot* et non *La figure de l'idiot*, c'est pour une raison précise. Il n'existe pas d'être idiot type, mais bien une infinité d'idiot, une infinité d'idioties. C'est d'ailleurs ce qui a causé bien du tort à nos aliénistes. Désireux de classer par comparaisons, analogies et distinctions, ces médecins tentèrent de rapprocher et d'isoler les sujets et de les associer à d'autres pathologies étudiées.

Il distinguait l'idiot du simple d'esprit, du crétin, du stupide, du maniaque, du dément, de l'imbécile [...] il rapprochait l'idiot de toute une série d'autres figures de la déviance, telles celles de l'épileptique, du vagabond, du criminel, du génie, du sauvage, de l'enfant, du mystique.<sup>62</sup>

Par l'intermédiaire de ce classement, ils essayèrent de faire de l'idiot, un type. Mais quand bien même ils réussirent à le classer, le sujet idiot déjouait leur nosographie. Accusé de tous les maux, il était pourtant capable du meilleur, comme s'exprimer avec éloquence, écrire des poèmes ou n'était pas monstrueux mais au contraire doté d'une beauté remarquable. Mais alors pourquoi les médecins ont tant dévalorisé cette notion d'idiotie ?

Le regard des médecins était constitué de ferments moraux, culturels et religieux de la société française de la seconde moitié du XIXe siècle. L'idiot était perçu à travers une grille de valeurs qui fonctionnait selon deux axes : le premier servant à discréditer de manière absolue l'idiotie et à dévaloriser l'idiot, le second énonçant en creux les valeurs de l'homme moral.<sup>63</sup>

Ainsi les médecins pouvaient séparer la pathologie de la normalité, et mettre en avant les qualités morales de l'homme normal. L'idiotie, par comparaison, pouvait dessiner le comportement le plus convenu à adopter dans la société française de l'époque. Il fallait respecter certaines valeurs et toute déviance était réprimée, toute individualité, toute idiotie.

---

<sup>62</sup> Véronique Mauron et Claire de Ribaupierre, *Les figures de l'idiot*, Paris, Edition Léo Scheer, 2004, p. 12.

<sup>63</sup> Ibidem, p. 12.



#### 1.2.4 Nuance avec Clément Rosset : le contact ruguélisse

Cependant la vision de l'idiote ne relève pas pour moi exclusivement du contact rugueux. La thèse de Clément Rosset est extrême et est à nuancer. A l'intérieur même du contact lisse, une vision singulière sur les choses existe. Ce contact lisse, qui n'est autre que le fait de se représenter les choses, de les doubler et de leur donner un sens, comme considérer une pomme en tant que nourriture, permet également la perception de faits singuliers en tant que représentations et non seulement en tant que « présences silencieuses ». Le Centre National de Recherche du Vortex met en lumière des phénomènes fonctionnels particuliers, nommés « vortex ». Ces membres, reprenant les codes du monde scientifique comme le port de la blouse blanche, effectuent des expériences telles que balayer des balayettes, défenestrer une fenêtre ou percer une perceuse. Ce centre a vu le jour après que ces scientifiques en herbe aient remarqué que quelqu'un nettoyait un aspirateur et aperçu un camion de transport transportant un camion de transport<sup>64</sup>. Il y a donc ici une considération du sens des choses, de leurs fonctions, comme le fait qu'un aspirateur serve à nettoyer ou qu'un camion de transport serve à transporter. Ces « vortex » nous apparaissent donc en image et sont également une « émergence insolite dans le champ de l'existence ». Mais ces vortex ne sont qu'une idiotie parmi tant d'autres. Demandez à Philippe Katerine quel objet il aimerait être, il vous répondra qu'il souhaiterait être une assiette, car une assiette on la remplit de nourriture, on la lave, l'essuie, on s'en occupe tout le temps... « On n'est jamais seul quand on est une assiette<sup>65</sup> ». Cet objet est ici sorti de sa banalité par ce regard singulier porté sur sa fonction. *Lerouflaquette Consortium* est une entreprise. Il existe une infinité d'entreprises. Elles sont faites pour fonctionner financièrement, c'est leur but. Créer une entreprise pour perdre de l'argent est donc une idiotie dans le sens donné aux choses, une idiotie dans le contact lisse du réel.

---

<sup>64</sup> Centre National de Recherche du Vortex, *A la recherche du Vortex*, [vidéo en ligne], 2019, disponible sur [https://www.youtube.com/watch?v=\\_Vv1bj7Zz4k](https://www.youtube.com/watch?v=_Vv1bj7Zz4k), [consulté le 8 juin 2019].

<sup>65</sup> Juliette Plagnet, *Philippe Katerine, « J'adorerais être une assiette »*, Causette, No. 66, avril 2016, p.84.



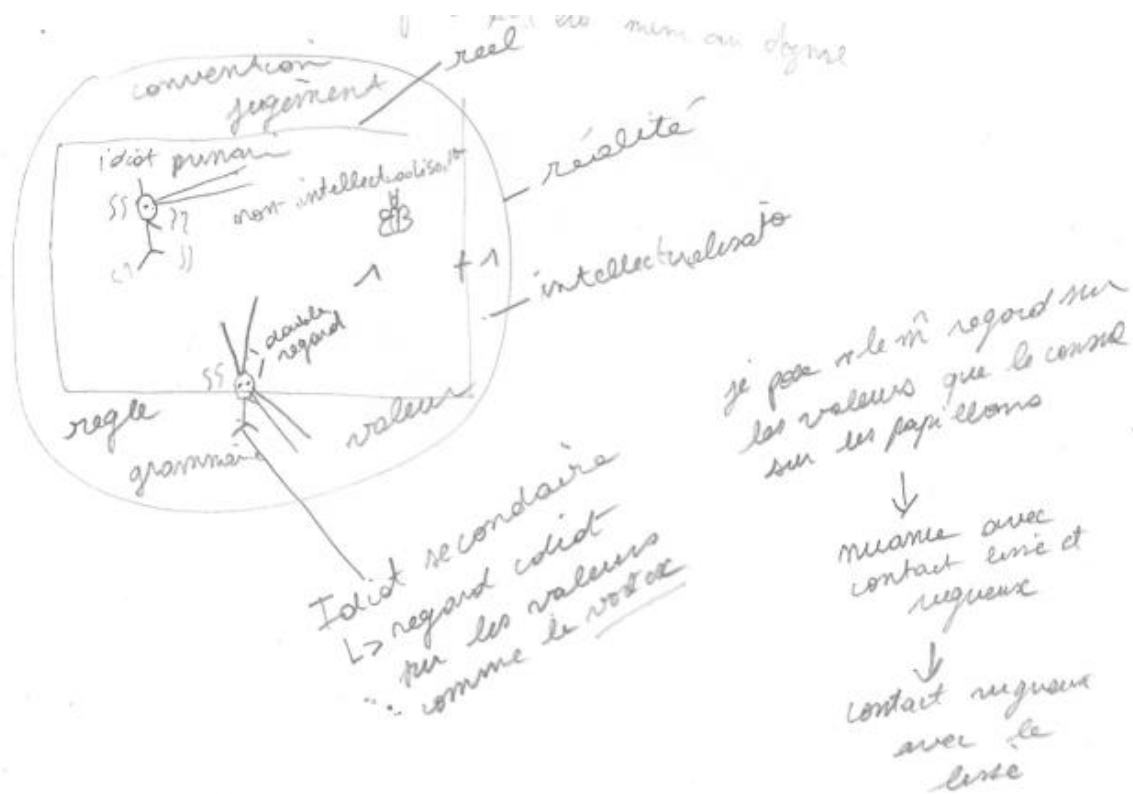


Schéma réalisé sous la direction de Pierre-Alexis Delomez.

### 1.3 Jouer à faire l'idiot

Dans son essai *L'idiotie – art, vie, politique – méthode*, Jean-Yves Jouannais, à travers les arts plastiques, la littérature, la musique et le cinéma, met à jour ces « artistes qui ont joué à faire les idiots »<sup>66</sup> et qui ont pour point commun d'avoir « fait le choix de n'être pas compris<sup>67</sup> ». Cet ouvrage, à la croisée de l'histoire de l'art et de l'essai, porte un regard singulier sur cette notion d'idiotie. S'incarnant à travers une multitude de figures artistiques, l'idiotie est une matière dans laquelle les artistes auront puisé et puisent encore, pour imposer une signature qui leur est propre.

<sup>66</sup> Jean-Yves Jouannais, *L'idiotie – art, vie, politique – méthode*, Paris, Editions Beaux arts magazine, 2003, quatrième de couverture.

<sup>67</sup> Ibidem, quatrième de couverture.

### 1.3.1 Idiotie et modernité artistique

Pour faire simple tout en étant grossier, la modernité artistique apparue vers le milieu du XIXe siècle avec la révolution industrielle et avec le développement de nouvelles techniques comme la photographie ou le cinéma. Les canons de beauté issus de l'antiquité, que l'académisme et la morale favorisaient, laissent place peu à peu à un art représentant le peuple, le quotidien, la vie. Perdant en légitimité, les décideurs de l'esthétique doivent faire face à l'émergence d'artistes qui révolutionneront la manière de représenter notre monde.

Pour Jean-Yves Jouannais, « l'art décisif du siècle dernier et l'idiotie ne font qu'un, « moderne » et « idiot » sont synonymes<sup>68</sup> ». L'idiotie n'est pas une sous-famille de la modernité mais regroupe les artistes de cette modernité. Elle est un atelier infini, composé d'un nombre incalculable d'outils que les artistes s'emparent pour s'exprimer. Prenons l'exemple de Roman Signer. Une de ses performances intitulée *Zelt*<sup>69</sup> datant de 2002, documentée en vidéo, consistait en un plan fixe sur une tente plantée en lisière de forêt, de le voir en sortir et courir vers nous, juste avant que celle-ci n'explose. Qualifier une performance de Roman Signer d'absurde serait le réduire à un état d'absurdité. Alors qu'en réalité, son travail a beaucoup plus à dire que cela. Son œuvre se place dans la matière de l'idiotie et ne se résume pas à un non-sens. Au fur et à mesure de cette partie, nous verrons en quoi *Zelt* n'est pas qu'absurde. Après lecture de la philosophie Rosseniene, je vous avoue utiliser de moins en moins le terme d'absurdité. Car l'utiliser, c'est se placer par rapport à une norme qui voudrait que tout ait du sens.

Se basant sur l'essai de Clément Rosset, Jean-Yves Jouannais nous donne à lire une citation du philosophe que je vous ai rapportée précédemment. Je vous la remets, juste pour le plaisir. « Toute chose, toute personne sont ainsi idiotes dès lors qu'elles n'existent qu'en elles-mêmes<sup>70</sup> ». Les avant-gardes, synonyme de nouveauté et de rupture avec leur époque, sont donc liés corps et âme avec l'idiotie : « Il faut y paraître singulier, y imposer une signature qui ne puisse entraîner ni contestation, ni confusion<sup>71</sup> » Afin d'arriver à cette singularité et de ne

---

<sup>68</sup>Ibidem., p. 12.

<sup>69</sup> *Zelt*, terme allemand, signifie tout simplement *tente*.

<sup>70</sup> Clément Rosset, *Le Réel, traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1977, p. 50

<sup>71</sup> Jean-Yves Jouannais, *L'idiotie – art, vie, politique – méthode*, Paris, Editions Beaux arts magazine, 2003, p. 13.

pas être confondus, les artistes de la modernité ont « convergé vers une signalétique personnelle, une héraldique en effet, des outils visuels forgés à fin d’auto propagande et d’auto proclamation<sup>72</sup>. Il s’agit d’être inimitable et de rester l’original.

### 1.3.2 L’idiotie contre l’intelligence et le sérieux

Mais devant tant de bouleversements, les défenseurs du bon goût ne restèrent pas passifs. Leurs idéaux, détroussés par l’avènement de la démocratie, de l’objet industriel reproductible à l’infini, de la culture de masse et de l’émancipation de l’individu, furent mis à mal. « L’ancien monde, fantasma pétri de légendes aristocratiques, voyait son esprit emporté par cette vague<sup>73</sup>. » Afin de barrer la route à tant de vulgarité, l’aristocratie en manque d’antique beauté, fit de sa prétendue intelligence un label qu’elle apposait sur les œuvres d’art qui méritaient sa considération. Le reste fût donc décrédibilisé : « Fût prônée une conception de l’art qui, du symbolisme au décadentisme, imposa les conditions de son inintelligibilité<sup>74</sup>. » L’intelligence, fût ainsi utilisée par la noblesse comme « un instrument de fermeture, de réaction et de rétention<sup>75</sup> » et non pas comme un outil d’ouverture. Même les écrivains, les penseurs et les artistes barrèrent la route à l’idiotie, imposant leurs dogmes, leurs vérités. Prenons l’exemple des surréalistes et d’André Breton<sup>76</sup> et mettons en face les dadaïstes. Opposons sérieux et idiotie.

Durant ces quatre décennies [1880-1920] décisives pour la maturation de l’idée moderne, vont donc s’affronter le scandaleux rire de l’idiot et la figure angélique, parce qu’authentique du fou. Cette confrontation culminera avec le pari surréaliste, sérieux de l’inconscient contre celui, dadaïste, rieur de l’inconscience<sup>77</sup>.

Les surréalistes avaient développé, comme le cadavre exquis, des méthodes de création faisant appel à l’automatisme, au rêve et à l’inconscient. Ils étaient tellement sûrs que leur façon de faire permettait d’atteindre un niveau de création sans précédent, qu’ils élevèrent leur pensée au rang de vérité. Les surréalistes utilisèrent leur intelligence dans une fonction

---

<sup>72</sup> Ibidem, p. 13.

<sup>73</sup> Ibidem, p. 31.

<sup>74</sup> Ibidem, p. 31.

<sup>75</sup> Ibidem, p. 31.

<sup>76</sup> André Breton écrivit le premier manifeste du surréalisme en 1924 et faisait partie des dadaïstes.

<sup>77</sup> Jean-Yves Jouannais, *L’idiotie – art, vie, politique – méthode*, Paris, Editions Beaux arts magazine, 2003, p. 66.



d'exclusion des formes d'art qui n'étaient pas les leurs. Alors que chez Dada, rien n'est pris au sérieux. Voici un extrait d'un tract-manifeste écrit par Tristan Tzara<sup>78</sup> en 1921<sup>79</sup> :

Si vous avez des idées sérieuses sur la vie,  
Si vous faites des découvertes artistiques  
et si tout d'un coup votre tête se met à crépiter de rire,  
si vous trouvez toutes vos idées inutiles et ridicules, sachez que  
C'EST DADA QUI COMMENCE A VOUS PARLER

DADA c'est l'invention d'un rire nouveau. Ce rire, qui d'un coup se met à crépiter et que Patricia Rivas qualifie de « moderne<sup>80</sup> » est décrit comme « fumiste ou grave, burlesque ou ésotérique<sup>81</sup> » par Jean-Yves Jouannais et permet par sa subversion de déjouer les normes établies et les vérités dites immuables. Mais attention à ne pas considérer l'idiotie comme un acte stupide. « L'idiotie est en cela proche de la sagesse, parce qu'elle suppose la maîtrise des outils de l'intelligence, auxquels elle ajoute la mise à l'épreuve de ceux-ci par la dérision<sup>82</sup>. » L'idiotie, c'est porter un regard sur le monde, sans pour autant chercher à l'imposer. C'est prendre en considération tous les points de vue sans les hiérarchiser. Mais c'est surtout faire attention à ne pas se prendre au sérieux. « L'idiotie est opposée à la prétention, à ce qui s'efforce de faire accroire à de la profondeur là où il n'y a que du sérieux, la prétention qui n'est pas tant l'utilisation performante de l'intelligence qu'un usage de la culture à des fins d'intimidation<sup>83</sup>».

L'artiste Arnaud Labelle-Rojoux a développé à travers un essai la notion d'*Art parodic*<sup>84</sup>. Et ce qu'on peut dire c'est qu'il n'y va pas de main morte face à un académisme toujours bien vivant. « Art parodic' : titre ad hoc, donc, pour parler de nique au bon goût. Exprès ! De pied de nez, de bras d'honneur. A l'art d'abord, sans doute. Enfin à l'art avec une majuscule. »<sup>85</sup>. Ce que cherche Arnaud Labelle-Rojoux à nous dire, c'est que « l'Art majeur », c'est-à-dire cet art élitiste

---

<sup>78</sup> Tristan Tzara est l'un des fondateurs et chef de file de DADA en 1916.

<sup>79</sup> Voir *DADA soulève tout*, MOMA, New York, [en ligne], disponible sur <https://www.moma.org/collection/works/184054>.

<sup>80</sup> Patricia Rivas, *La performance de l'idiotie dans la vidéo Actions in action du duo Halfifiers*, Mémoire de Master 2, Montréal, UQAM, 2016, p.18.

<sup>81</sup> Jean-Yves Jouannais, op cit., p. 15.

<sup>82</sup> Jean-Yves Jouannais, ibidem, p. 46.

<sup>83</sup> Jean-Yves Jouannais, *Le siècle Mychkine ou l'idiotie en art*, Art Press no. 216, 1996.

<sup>84</sup> Arnaud Labelle-Rojoux, *L'Art parodic'*, Honfleur, Editions Zulma, 2003, 221 p.

<sup>85</sup> Ibidem, p.21.

visant à élever l'âme vers des cieux IKB<sup>86</sup> et laissant de côté ceux n'ayant pas les clefs de l'avion, chercherait à gommer les expressions triviales de l'existence humaine comme les « bruits de ventre<sup>87</sup> » notamment. L'Art parodic', c'est donc s'exprimer à l'aide de moyens grossiers, loin d'un raffinement exigeant et de permettre une compréhension immédiate du message à faire passer. Il s'agit de ne pas hiérarchiser les choses. Ainsi le « mineur » vaut le « majeur », et pour l'artiste-essayiste, les plus grands artistes sont ceux l'ayant compris.

Car c'est bien là la force de l'idiotie : elle est accessible. Une œuvre idiote, et déjà le terme d'œuvre me paraît pompeux. Parlons plutôt de trouvaille. Une trouvaille idiote doit être par le spectateur directement compréhensible. Elle doit parler au plus grand nombre et le regardeur n'a pas à faire appel à son intellect et à une culture artistique pour comprendre. L'idiotie c'est une variation subtile de la représentation du réel dans son « contact lisse ». Et quand cette variation opère, on sait tout de suite reconnaître le symptôme de l'idiotie. Revenons à *Zelt* de Roman Signer. Malgré la gravité de la situation, puisque notre artiste prend le risque d'exploser avec sa tente, il n'en demeure pas moins que l'effet est comique. Nous pourrions penser : « mais qu'il est con », sauf que la nuance avec l'idiotie artistique, est que la connerie est involontaire : « le con ne sait pas qu'il est con »<sup>88</sup>. Alors qu'ici Roman Signer sait très bien ce qu'il fait. Il n'est pas dénué de raison et a conscience des valeurs morales et des normes. Le risque et l'inutilité de ce risque nous apparaissent directement et ne peut laisser indifférent. En se mettant en scène ainsi, il joue à l'idiot. La tente, l'explosion et un homme courant pour l'éviter fait référence dans l'imaginaire collectif à une multitude films d'action. Avec peu de moyens, Roman Signer rejoue cette partition. Le spectateur ne peut se sentir exclu face à *Zelt* car il n'y pas besoin de clefs pour comprendre. Il n'y d'ailleurs peut-être rien à comprendre.

---

<sup>86</sup> L'International Klein Blue est une couleur déposée par Yves Klein à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) en 1960.

<sup>87</sup> Raphael Cuir, *Entretien avec Arnaud Labelle-Rojoux*, Dailymotion, [vidéo en ligne], 2012, disponible sur <https://www.dailymotion.com/video/xq68os>, [consulté le 23 juillet 2020].

<sup>88</sup> Interview du psychologue Jean-François Marmion pour son essai *Psychologie de la connerie* dans l'émission *Dans la tête d'un con* sur la Radio Télévision Suisse, [vidéo en ligne], 2019, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=WHor-JMZzBI>, [consulté le 12 janvier 2020].

### 1.3.3 La Révolte des Médiocres

« La Révolte des Médiocres », est définie comme Robert Filliou par « le refus d'être culturellement colonisé par une race auto-désignée de spécialistes de la peinture, de la sculpture, de la poésie, de la musique ». Pour lui, la médiocrité fait partie intégrante de la modernité artistique :

Depuis la fin de la Première Guerre Mondiale, l'invention a eu tendance à se substituer à la composition comme critère d'excellence dans les milieux d'avant-garde. Je citerai pour mémoire les ready-made de Marcel Duchamp, les monochromes d'Yves Klein, le Silence fait musique de John Cage, la « found poetry » de John Giorno et Ronald Gross, des films comme « Sleep » d'Andy Warhol [...] Bien sûr, les partisans d'une composition longue et laborieuse trouvent que ces artistes et leurs œuvres sont « médiocres ». D'où ma proposition : l'art moderne est « La Révolte des Médiocres<sup>89</sup>.

Robert Filliou oppose *invention et composition*. La composition fait référence aux artistes possédant un savoir-faire, une technique que l'on leur a enseignée, qui font d'eux des spécialistes. Michel-Ange possédait une technique sculpturale proche de la perfection, laissant sur le spectateur une impression se rapprochant du sublime. La production de ses œuvres demandait énormément de moyens financiers et matériels. Le temps passé sur chaque œuvre était colossal. L'invention, quant à elle, c'est la création poétique dans son plus simple appareil, c'est utiliser la vie et le quotidien comme matière. Il n'y a pas de prétentions ou de quête d'une beauté plastique absolue. En *Idiotie*, cette contrée imaginaire, l'invention, c'est entreprendre dans un domaine où les codes et les techniques ne sont pas maîtrisés. D'ailleurs l'étymologie latine d'idiot, *idiotus*, désigne un individu sans instruction et par extension un individu ignorant. Le rendu est donc singulier, unique et inattendu. Vivant dans une pauvreté économique, mais dans une très grande richesse spirituelle, Robert Filliou utilisait des objets qu'il trouvait dans son quotidien, ramassés parfois dans la rue. Grâce au discours, il créait autour de ses inventions des univers poétiques qui nécessitent peu de moyens matériels et aucune technique manuelle. Son invention intitulé *Idiot-ci, Idiot-là (Ample Food for Stupid Thought)* est une série de quatre-vingt-dix cartes postales, prêtes à être postées, chacune comportant une question comme « Comment allez-vous et pourquoi ? » ou « C'est quoi le problème ? ». L'idiotie, c'est une simplicité des moyens mis en œuvre, elle ne nécessite aucun

---

<sup>89</sup> Robert Filliou, *Enseigner et apprendre, arts vivants*, Paris/Bruxelles, Editions Leeber Hossman, 1998, p.12.

talent. L'idiotie artistique, ce n'est pas exceller dans un domaine particulier mais c'est peut-être être moyen dans une multitude de domaines. Touche à tout, mais bon à rien. « Cet accent mis sur l'invention plutôt que sur la composition a notamment eu pour conséquence d'abolir les frontières que la composition s'appliquait à maintenir<sup>90</sup> ». Les cloisons imaginaires qui séparaient les médiums comme la peinture, la photographie, le théâtre, l'existence... s'effacent. Il est dorénavant possible d'être tout à la fois. Cette norme, qui séparait l'art et la vie, voit entrer dans son champ des objets du quotidien, qui n'ont pas été créés par l'artiste. La pièce la plus connue étant *Fontaine*, l'urinoir détourné de Marcel Duchamp datant de 1914. Grâce au discours, grâce au titre donné à ce réceptacle à urine, il nous offre une nouvelle façon de voir le monde. Ce n'est plus un urinoir mais une fontaine. Question d'angle de vue. Tout peut alors être art. Roman Signer travaille essentiellement avec des objets de consommation de la vie courante, comme avec cette *Zelt*. L'artiste a sûrement acheté cette tente dans un magasin de randonnée, puis s'est muni d'explosifs. Si l'explosion relève du spectaculaire, ce n'est pas grâce à un savoir-faire artistique de l'artiste. Cette sculpture en action, qui résulte de cette expérience idiote de destruction, a été générée par de la dynamite. Le rendu visuel a été provoqué par l'artiste mais n'est pas le fruit d'une compétence manuelle, si ce n'est de monter une tente ou d'allumer un bâton de dynamite. Cette performance, filmée en un plan séquence fixe, ne nécessite pas de savoir-faire en réalisation ni en montage. La vidéo est la plus simple possible.

Cependant, on ne peut nier un talent de l'esprit. Car pour mettre en œuvre de telles inventions, comme envoyer des cartes postales questionnant l'existence ou faire exploser une tente, il y a forcément eu une réflexion en amont. Par leur vision singulière du monde, Robert Filliou, Marcel Duchamp et Roman Signer arrivent à nous surprendre en proposant un décalage avec ce qui est attendu. Les cartes postales servent habituellement à raconter ses vacances à ses proches, pas à obliger un à un bilan personnel existentiel. La tente sert à dormir en extérieur. Alors faire exploser un objet aussi inoffensif est très surprenant. Je qualifiais le travail de l'artiste suisse de *sculpture en action*. Si l'on compare *Zelt* à *David* de Michel-Ange, *David* est une sculpture issue de la composition, tandis que *Zelt* est issue de l'invention. Le travail de Michel-Ange relève d'une grande minutie et d'une finesse issue d'un savoir-faire

---

<sup>90</sup> Ibidem.



acquis au fil des années dans un but de longévité, *David* fêtant ses 515 ans cette année. L'idiotie de Roman Signer est d'utiliser des explosifs pour réaliser une sculpture éphémère, aussi captivante qu'un champignon atomique dans le pacifique<sup>91</sup>. Il y a un donc un contraste fort entre ces deux approches de la sculpture. L'artiste joue à l'artificier déraisonné qui ferait sauter tout et n'importe quoi, pour nous offrir une poésie aussi volatile que de la fumée. L'éphémère, la destruction et le tragique de la vie sont des notions fascinantes et contemplatives. Par l'intermédiaire de l'idiotie, un regard sans gravité peut être porté sur ces éléments.

## 1.4 Mort et sauvetage de l'idiotie

### 1.4.1 On veut tuer l'idiotie !

Conditionner un individu revient à provoquer chez lui un comportement échappant à sa volonté. La volonté quant à elle, est la faculté de l'Homme à se déterminer en toute liberté, à faire ou à ne pas faire quelque chose. Mais aujourd'hui, le système économique dominant dans lequel nous évoluons nous conditionne comme des produits. L'humoriste François Rollin<sup>92</sup>, dans son spectacle "Le professeur Rollin se re-rebiffle"<sup>93</sup> nous dit que le capitalisme a tout intérêt à ce que chaque individu perde son identité, son idiotie, à nous uniformiser pour pouvoir nous vendre les mêmes produits aux quatre coins de la planète :

Quel est l'adversaire le plus résolu de notre identité ? Je veux dire, qui nous a fait gober à tous ce mensonge selon lequel la notion d'identité serait à elle toute seule, infâme et réactionnaire ? Je vous laisse réfléchir quelques instants... Je reformule la question : c'est qui ? [...] Bon je vous aide un petit peu, c'est celui qui aurait le plus intérêt à le faire. Donc c'est qui ? Bon vous n'êtes pas très concentré, je vous le dis : c'est le commerce mondialisé. Parce que le commerce mondialisé lui, il se fiche éperdument que nos identités disparaissent, au contraire, c'est ça qu'il veut depuis le début le commerce mondialisé. Ça l'arrange. Il veut un grand marché planétaire unique, une grande masse informe. Par conséquent manipulable à loisir, à son profit. Une masse

---

<sup>91</sup> Voir la vidéo de Bruce Conner, *Crossroad*, 1976, 36', 16mm.

<sup>92</sup> François Rollin est adepte de la Pataphysique, science développée par Alfred Jarry, visant à accorder de l'importance à des choses pouvant être jugées inutiles, question de point de vue bien évidemment. Il est également membre de l'Académie Alphonse Allais, illustre fumiste auquel je consacrerai par la suite une réflexion qui je l'espère sera lumineuse.

<sup>93</sup> François Rollin, *Le professeur Rollin se rebiffle*, [vidéo en ligne], 2017, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=iggzbUR8U6Y>, [consulté le 3 octobre 2019].



dont soit surtout exclu tout ce qui ne l'arrange pas. C'est-à-dire : le détail, la nuance, la préférence, la différence. En un mot : l'identité. Poil au nez.

Passer de l'individu sensible donc, au consommateur conditionné sous vide. Prenons l'exemple de la SNCF, entreprise pourtant publique qui a offert pendant des décennies des avantages sociaux décents à ses employés, qui j'imagine devaient se sentir plus impliqués dans leur travail que d'autres salariés payés au lance-pierre et encouragés par le fouet. SNCF<sup>94</sup> développe aujourd'hui un modèle de gare qu'elle exporte à l'internationale, notamment en Chine. Et ce qu'elle souhaite dans chacune de ces gares, c'est que l'on puisse retrouver les mêmes enseignes, pour que le voyageur se sente à l'aise en retrouvant les produits qu'il a l'habitude de consommer. Voici les mots de Patrick Ropert, directeur général de SNCF Gare et Connexions :

"Ce que nous faisons dans nos gares, c'est que nous cherchons à satisfaire le maximum de personnes, et pour les satisfaire, il faut à la fois être capable d'apporter des marques qui ont un côté rassurant, et de se dire que la marque à laquelle nous sommes habitués, on va la retrouver"<sup>95</sup>.

Il s'agit de se sentir à l'aise dans son existence par le biais de la consommation de marchandises et de services.

Dans son essai *La condition postmoderne*, Jean-Michel Lyotard considère que la deuxième partie du vingtième siècle est le témoin de la fin des métarécits. Un métarécit<sup>96</sup>, c'est un récit commun à tous, un récit qu'une société est prête à intérioriser pour légitimer les règles de cette même société, comme la justice par exemple ou la religion catholique, un récit à caractère utopique donc. Les métarécits agissaient comme des guides pour les Hommes, les chemins qu'ils devaient suivre étant tout tracés, balisés par des dogmes faisant accepter l'existence, promulgués comme des vérités inébranlables. Mais aujourd'hui la croyance en ces métarécits décline, et ce depuis la fin de la Seconde Guerre Mondiale. L'industrialisation de la mort y est peut-être pour quelque chose. Comment une société aussi évoluée que la nôtre,

---

<sup>94</sup> Dorénavant, il ne faut plus dire « La SNCF » mais « SNCF ». Le pronom a pris un aller sans retour. Les publicitaires ont bien travaillé.

<sup>95</sup> Documentaire intitulé *SNCF : la fin d'un mythe*, diffusé sur la chaîne Public-Sénat le 12 septembre 2019.

<sup>96</sup> Le terme de *métarécit* a été introduit par Jean-François Lyotard dans son ouvrage *La condition postmoderne*.

avec des valeurs humaines issues d'abord de la religion catholique puis des Lumières, a-t-elle pu laisser faire une chose pareille ?

« Cette crise de crédibilité s'explique moins par le progrès des techniques et l'expansion capitaliste que par des raisons internes »<sup>97</sup>

Nos sociétés traditionnelles semblent alors trouver refuge dans la quête d'un confort matériel et la quête d'un profit financier sans limite. Et pour y parvenir, il faut que nous consommions. La consommation, c'est comme une nouvelle religion à laquelle on aurait adhéré malgré nous. Car même si nous en avons conscience, il est difficile de s'y extraire complètement. Tout est fait pour que nous consommions et vite. Prenons pour exemple Amazon. En littéralement trois cliques, il nous est possible de recevoir n'importe quel objet chez nous le lendemain, sans même devoir se déplacer. Favorisant les achats compulsifs qui nous procurent un plaisir instantané, nous nous retrouvons à accumuler des objets qui répondent à un besoin qui s'est créé en nous à l'instant où nous avons vu cet objet. Nous achetons de l'inutile. La publicité, qui est le dernier maillon du processus capitaliste, encourage ce phénomène de surconsommation au détriment de ressources naturelles qui s'amointrissent, et d'une biodiversité en déclin.

Cela est à mettre en lien avec les progrès techniques qui n'ont jamais été aussi importants. A titre de comparaison, la première révolution que l'homme ait connue fut en -10 000 avant J-C, avec la sédentarisation. Puis ce fût l'imprimerie qui au XIX siècle en Chine et en 1954 en Allemagne changea la façon de communiquer. La révolution industrielle éclata au XVIII siècle en Angleterre. Et nous sommes aujourd'hui en pleine révolution numérique, révolution venant modifier nos comportements, notre rapport à l'autre et nos habitudes. Ces bouleversements technologiques sont une aubaine pour le système néo-libéral<sup>98</sup>, dont les libertés ne doivent pas être entravées. Comme produire des objets dont la fin de vie est programmée (chez Lerouflaquette Consortium, pas de risque que cela arrive, les produits sont vendus neufs et mi- fonctionnels). Les entreprises inventent des besoins matériels qu'il nous faut assouvir si l'on veut atteindre ce nouveau nirvana, le confort, symbole d'un hédonisme

---

<sup>97</sup> Jean-François Lyotard, *La condition postmoderne*, Paris, Editions de Minuit, 1979, p. 7.

<sup>98</sup> Thinkerview, *Barbara Stiegler : s'adapter à une société malade ?*, [vidéo en ligne], 2019, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=uSSFmNHgJQQ>, [consulté le 6 juin 2019].



individuel qui n'a jamais autant été poussé<sup>99</sup>. Ce confort qui a été vendu et promulgué en masse à partir des trente glorieuses, soulève bien des interrogations. Lorsque les archéologues du futur étudieront notre société actuelle, tout comme ceux d'aujourd'hui étudient les sociétés de la Grèce antique, que verront-ils ? Zeus comme guide spirituel pour les uns, Apple pour les autres ? Et *Les Grecques ont-ils cru à leurs mythes ?*<sup>100</sup> Et nous comprenons-nous ce qui nous arrive aujourd'hui ? Lorsque nous avons acquis la panoplie complète du parfait homme moderne, allant du smartphone avec l'écran le plus petit et le plus grand à la fois jamais créé depuis trois mois, au canapé-machine à laver-dentiste, et que le besoin a été assouvi, reste-t-il de place pour un idéal spirituel, autre que le nouveau canapé-machine à laver-dentiste-pompe à bière, qui devrait sortir dans six mois ? Où est l'idiotie dans tout ça ? Par idéal spirituel, j'entends par exemple une certaine quête de la connaissance de soi, pour pouvoir créer du sens dans notre existence. Je pense que Robert nous aidera à y voir plus clair.

#### 1.4.2 On peut sauver l'idiotie !

Dans son essai *Learning and teaching as performing art*, Robert Filliou souligne l'importance de revoir le monde à travers les yeux d'un enfant, de regagner son innocence, de retrouver sa créativité d'antan, pour créer du sens dans son existence, son propre sens. En 1967, l'université de l'Etat de New-york souhaite ouvrir une université expérimentale et fait appel à des personnes extérieures pour discuter à propos de ce projet. Allan Kaprow en fait partie et il n'hésitera pas à inviter Robert Filliou à ces tables rondes. Il y donnera son avis au sujet de ce qui lie jeunesse et créativité. Pour lui, l'école devrait servir à l'épanouissement personnel, aidant à acquérir une certaine liberté d'esprit. C'est pourquoi l'artiste aurait une place importante dans le processus éducatif, car le créateur, de par sa sensibilité est à la meilleur place pour rendre compte des bouleversements sociétaux. Il aiderait l'étudiant à mieux se préparer face aux défis de la vie. Mais le système éducatif en place briderait la créativité des jeunes, c'est pourquoi il faut le transformer.

---

<sup>99</sup> Gilles Lipovetsky, *L'Ere du vide*, Paris, Gallimard, 1983, 256 p.

<sup>100</sup> Paul Veyne, *Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes ?* Paris, Point, 2014, 176 p.



Voici quelques réflexions menées par Robert Filliou quant à la jeunesse et à la créativité. Elles sont comme un état des lieux de ce que la société attend et exige de nous, avant même que nous ayons acquis la moindre capacité cognitive :

- **Le fossé des générations**<sup>101</sup> : « *il y a un fossé entre les personnes créatives et les personnes non-créatives [...] ceux qui un don pour la vie et ceux qui n'en ont pas* »
- **Le fossé du temps** : « *Les artistes connaissent le secret de la jeunesse permanente. Mieux encore, ils la mettent en pratique. Ils sont créatifs tout au long de leur vie* »
- **Le fossé des personnalités** : « *il y a une différence énorme entre ce que nous sommes et ce que nous voudrions être [...] il y a aussi un grand fossé entre ce que nous sommes et ce que les autres voudraient que nous soyons* »
- **Le fossé de l'initiation** : « *la plupart des sociétés estiment que seule l'adversité et la souffrance [...] peuvent préparer les jeunes à un rôle positif* »
- **Le fossé du pouvoir** : « *la société ne leur propose pas des rôles à tenir, mais seulement des tâches à remplir* »
- **La notion d'admiration** : « *NOUS DEVONS NOUS DEFAIRE DE LA NOTION D'ADMIRATION. L'artiste est aussi un étudiant, et l'étudiant un artiste* »

Voici pour moi, l'une des plus belles inventions de Robert Filliou : *l'économie poétique*<sup>102</sup>. Notre système capitaliste est bâti sur la compétition, la performance et la victoire. Il en va ainsi dès notre plus jeune âge. Ce système, basé sur des chiffres, symbole d'une évaluation permanente, est un frein à la créativité. Notre *animateur de pensée* détourne ici l'ouvrage « *Principes d'économie politique* » écrit en 1848 par John Stuart Mill, philosophe et économiste britannique. Pour faire très court, Mill nous dit que le progrès matériel engendré par la révolution industrielle aurait dégradé les libertés des hommes. Avec *l'économie poétique*, Robert Filliou veut introduire de nouvelles valeurs telles que l'innocence, l'imagination, la liberté et l'intégrité dans les équations économiques. Il y a ici l'ancêtre du Bonheur National Brut que j'opposerai au Produit Intérieur Brut qui ne juge la bonne santé d'un pays que par rapport à un niveau de croissance économique positif. Depuis des décennies, les différents gouvernements français engagent un nombre incalculable de moyens pour augmenter cette croissance. Les richesses produites par un

---

<sup>101</sup> Robert Filliou, *Enseigner et apprendre, arts vivants*, Paris/Bruxelles, Editions Leeber Hossman, 1998, p. 45.

<sup>102</sup> Filliou Robert, *Enseigner et apprendre, arts vivants*, Bruxelles, Editions Leeber Hossman, 1998, p. 47.

Etat ne sont pas révélatrices du niveau de joie des populations. Je dirai même que le système, dans lequel Robert Filliou et moi-même avons failli simultanément nous retrouver à quatre ans près, normalise les individus et interfère avec l'épanouissement personnel et avec l'idiotie de chacun. Seule une connaissance de soi-même, de son potentiel créatif et des parasites qui le limitent, permet de tendre vers une liberté d'esprit...



# La tulipe

Ma première rencontre idiote avec Bernard fût quand Jean, mon autre collègue, cueillit une tulipe. La tendant vers Bernard, il lui demanda de la nommer. Après un court moment de silence, la réponse de Bernard fût celle-ci : « La tulipe ». Ainsi la tulipe fût nommée *La tulipe*. Comme l'ivrogne dans l'exemple donné par Clément Rosset, la fleur ne sera que fleur et rien d'autre. C'est d'ailleurs le surnom qu'il gagna par la suite : *La fleur*. Une personne autre, dans une semblable situation aurait probablement cherché à l'humaniser, en la nommant Francine ou Jacques. Mais Bernard, peut-être déstabilisé devant la multitude de possibilités s'offrant à lui, choisira de la nommer le plus simplement possible.

# Partie 2

Leroufflaquette Consortium :

l'échec et la réussite



## 2. Lerouflaquette Consortium : l'échec et la réussite

**BIENVENUE !** chez Lerouflaquette Consortium. Si vous souhaitez célébrer l'importance des choses inutiles vous êtes au bon endroit. Si pour vous foirer c'est réussir, ici vous êtes le roi.

### 1. L'art d'entreprendre

Sans entrer dans l'analyse des produits de la firme picarde, cette partie sera là avant tout pour présenter le système Lerouflaquette. Ce système, aussi farfelu qu'il soit, ne sort pas de nulle part et trouve des points communs dans l'art contemporain. Après des (relatives) conséquentes recherches, il s'avère que la création artistique est depuis des décennies sortie des sentiers traditionnels et a investi des réseaux parallèles. Il s'avère également que les relations que les artistes ont pu entretenir avec le monde de l'entreprise ne datent pas d'aujourd'hui, mais d'hier. A bon entendeur, salut. A mauvais tendeur, j'ai bu.

#### 1.1 Vers un art contextuel

Dans son essai intitulé *Un art contextuel*<sup>103</sup>, Paul Ardenne analyse les travaux d'artistes qui produisent et diffusent leurs œuvres en dehors des circuits classiques de l'art que sont les institutions muséales ou les galeries. Le constat est que ces circuits peuvent circonscrire la liberté des artistes dans un périmètre contraignant. Devoir rendre des comptes à un commissaire, adapter son travail aux dimensions d'un lieu ou encore limiter la diffusion de ses œuvres dans un endroit bien spécifique comme un musée, en sont des exemples. Dans un article récent<sup>104</sup>, la critique fût poussée plus loin. Ainsi pour Antoine Idier, critiquer la société de consommation et le marché de l'art est devenu quelque chose de normal et de trop facile. Il serait plus subversif de mettre à mal le système institutionnel, système dont les modalités encouragent l'élitisme dans l'art contemporain. En effet, les moyens financiers investis par l'État sont contrôlés par des lieux

---

<sup>103</sup> Paul Ardenne, *Un art contextuel*, Paris Flammarion Champs arts, Paris, 2002, 255 p.

<sup>104</sup> Antoine Idier, *Pour une critique de l'art contemporain : question de méthode*, Mediapart, [en ligne], 2020, disponible sur <https://blogs.mediapart.fr/antoineidier/blog/060420/pour-une-critique-de-l-art-contemporain-questions-de-methode>, [consulté le 5 mai 2020].

de pouvoir qui vont décider si un artiste ou pas mérite d'être mis en lumière. Et cela n'est pas toujours dû à la qualité de leur travail.

L'art traditionnel, celui de la description figurative et du simulacre, a pour fonction de produire des images et ce, depuis des millénaires. Cet art est celui de la représentation. L'art contextuel quant à lui, est :

l'ensemble des formes d'expression artistique qui diffèrent de l'œuvre d'art au sens traditionnel : art d'intervention et art engagé de caractère activiste (happening en espace public, « manœuvres »), art investissant l'espace urbain ou le paysage (performance de rue, art paysager en situation...), esthétique dite participative ou active dans le champ de l'économie, des médias ou du spectacle.<sup>105</sup>

Active dans le champ de l'économie... Lerouflaquette Consortium... On chauffe ! Les années soixante sont les témoins de la naissance d'un nouveau paradigme. En 1962, Robert Filliou inventera *Le couvre-chef-d'œuvre*, qui n'est autre qu'un couvre-chef, contenant des œuvres d'art miniatures, qu'il présente aux passants dans la rue. Idée découlant sûrement de Marcel Duchamp et de sa *Boîte en valise*, valise contenant les reproductions miniatures de ses œuvres. La différence est que Robert Filliou présentait sa galerie mobile à n'importe qui. Prémisse d'un art participatif. En 1967, Michelangelo Pistoletto promènera dans les rues de Turin une boule de journaux comme quelqu'un promènerait son royal canin, attirant l'attention des passants. Aussi, l'atelier de l'artiste n'est plus un lieu à part et coupé du monde. L'atelier de l'artiste devient le monde dans sa totalité. Il est dans l'immédiateté du quotidien, et chaque événement, chaque objet, chaque interaction est sujette à la création. L'artiste contextuel ne cherche pas à représenter un idéal mais s'affaire avec la réalité : « L'œuvre est insertion dans le tissu du monde concret, confrontation avec les conditions matérielles. Plutôt que de donner à voir [...], l'artiste « contextuel » choisit d'investir la réalité d'une façon événementielle »<sup>106</sup>. Jouer avec les signes publics, mettre en scène des postures incohérentes, détourner la fonction des choses... sont autant d'actions qui viennent bousculer la réalité. L'artiste devient un acteur de cette dernière, qu'il approche et analyse et qui par son intervention lui impose une vision personnelle.

---

<sup>105</sup> Paul Ardenne, *op. cit.*, p.11.

<sup>106</sup> Ibidem, p.12.

## 1.2 Les artistes et l'entreprise ou l'economics art

L'artiste sort des sentiers battus, intègre la réalité et le quotidien et va même jusqu'à devenir acteur de ce qui peut paraître le plus éloigné de l'art : l'argent et la marchandise. Le nombre de créateurs ayant travaillé avec cette matière est suffisant pour que Paul Ardenne invente une catégorie les regroupant :

Au cours de la modernité, l'*economics art*, ou ce qui a pu en tenir lieu, a pris des tours divers : confrontation des artistes à la notion de production, jeu avec la valeur matérielle, mise en place d'échoppes ou d'entreprises, implication personnelle dans le circuit économique, militantisme *No Projet* ou parasitisme. »<sup>107</sup>

L'art a toujours été le reflet de la société. Ainsi la création médiévale fut de nature métaphysique, traduisant la prééminence de la religion dans le quotidien. L'art de la Renaissance se questionne sur la place de l'homme et développe la perspective. La modernité est éprise de liberté et abandonne les canons classiques. A l'ère libérale, l'art « se fait mise en scène, ou répétition formelle de l'économie réelle »<sup>108</sup>. L'art économique se veut être une expérience avec la réalité de l'entreprise ou cherche à s'intégrer pleinement dans le système capitaliste, c'est-à-dire produire et vendre pour dégager un revenu, et parfois il est les deux à la fois. Pour en savoir plus, procédons à des études de cas.

### *Cas numéro 1 – Fluxland*

*Fluxus*, c'est avant tout l'idée d'un flux de personnes, d'un flux d'énergie. Car si on s'attarde sur les différentes productions plastiques inhérentes à chaque artiste de ce groupe, il serait difficile de visuellement trouver des points communs. *Fluxus* est esthétiquement informel, car chaque membre s'exprime de manière singulière. Si l'on compare les travaux de John Cage à ceux de Joseph Beuys, ou ceux d'Alan Kaprow avec les installations-vidéo de Nam June Paik, rien ne semble les lier, si l'on s'arrête sur leurs formes. D'ailleurs Nam June Paik définira Fluxus en 1960, comme : « *de nombreuses personnes qui sont toutes libres, autant de personnes qui*

---

<sup>107</sup> Ibidem, p. 214.

<sup>108</sup> Ibidem, p. 214.

sont restées amies aussi longtemps, sans discipline et sans dispute<sup>109</sup> ». Mais ce qui réunit leurs productions, c'est un goût pour la provocation empruntée à *Dada*, des gags issus du Vaudeville, une structuration de leurs prestations scéniques façon théâtre futuriste, une volonté d'éclater le cloisonnement des médiums artistiques, l'expérimentation d'un art qui ne ferait qu'un avec la vie, où tout dans le quotidien serait poésie, ainsi qu'une évolution du rôle du public qui devient acteur des performances proposées. S'inspirant des théories de Marcel Duchamp, ils prônent une modification du sens traditionnel de l'art. Dans son ouvrage *Esthétique de la vie ordinaire*<sup>110</sup>, Barbara Formis met en exergue le fait que Fluxus aurait un double discours. Pour Ben Vautier, « *tout est art* », alors que pour George Brecht « *rien est art* ». Dans le premier cas, Fluxus est « *une attitude artistique qui élargit le champ de l'art aux modes ordinaires de la vie* ». Dans le second cas, Fluxus est anti-artistique, car « *il ne porte aucunement sur l'art et cela tout simplement par ce qu'il le dépasse* ». Cela montre bien la difficulté à définir ce groupe. Même si Ben Vautier et George Brecht semblent avoir un avis opposé, ce qui les réunit, c'est bien cette tentative de vider l'art de son sens institutionnel. C'est-à-dire d'aller au-delà de ce qu'on attend de lui, de l'affranchir des mœurs et des conventions et ainsi proposer une expérience nouvelle.

Après avoir brièvement présenté Fluxus, intéressons-nous à la façon dont George Maciunas, à partir de 1962, a structuré ce groupe de joyeux lurons en une entreprise désintéressée. Ayant étudié la communication et la publicité pendant deux années, j'ai retrouvé dans l'organisation de Fluxus plusieurs éléments que l'on m'a enseignés, comme *l'identité visuelle* d'une entreprise. *Definition-marketing.com* l'explique ainsi :

Les éléments constitutifs de l'identité visuelle sont les différents éléments graphiques (logotype, sigle, polices, couleurs, etc..) représentant la marque sur l'ensemble de ses supports de communication. L'identité visuelle a pour objectifs de permettre la reconnaissance de la marque, de véhiculer ses valeurs et de conforter son image de marque.

Ayant été graphiste pour l'armée étatsunienne, George Maciunas utilisera ses compétences au profit de Fluxus. Ainsi tous les documents communicationnels comme les programmes des spectacles ou les affiches furent édités par ses soins, assurant une cohérence graphique. Il eut ensuite l'idée des *Fluxkits*. Ces derniers étaient des valises composées de différents objets

---

<sup>109</sup> Feuillie Nicolas, *Fluxus dixit : une anthologie. Vol.1*, Les Presses du réel, Dijon, 2002, 283 p.

<sup>110</sup> Formis Barbara, *Esthétique de la vie ordinaire*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010, p. 69-71.

inventés par les membres de Fluxus. On pouvait y retrouver les *Fingerbox*<sup>111</sup> d’Ay-o, les flacons *Dirty water* de Ben Vautier ou la *Flux-Smile Machine* de George lui-même. Tels les produits d’une marque de lessive ou de pain de mie, il s’assurera de l’identité visuelle du packaging de ces objets. Ces derniers ont tout l’air d’être de consommation courante. Fait notoire : ils étaient en vente. Un catalogue dressait leur liste avec leurs prix et il était même possible de se les faire envoyer par voie postale, si vous ne pouviez pas vous rendre au *Fluxshop*, présent dans le *Fluxhall* du quartier new-yorkais Soho des années soixante. Le projet d’acheter une île pour créer le premier pays dont les habitants seraient des artistes a même failli se concrétiser : il s’agissait de Fluxland.

Il y a également une cohérence dans la dénomination des idées matérielles et immatérielles de Fluxus, que j’appellerai *l’identité lexicale*. Ainsi le nom Fluxus fût décliné pour désigner les intentions artistiques du groupe, comme vous avez pu le lire précédemment. Comme dans une entreprise, il y a cette volonté de catégoriser les produits et les services proposés. Cela sert également à créer une image de marque et assure une cohérence dans l’offre présentée au consommateur.

George Maciunas ne s’arrêta pas là dans son désir de structurer Fluxus. Ainsi virent le jour les *Fluxhouse Cooperatives*. Au nombre de vingt-huit<sup>112</sup>, elles furent des lieux de rencontre et de création. Il était même possible d’acheter des parts et de devenir actionnaire de ces coopératives artistiques. Elles furent l’exemple concret du désir de Fluxus de s’affranchir de la dépendance des institutions et des galeries pour ainsi pouvoir créer et diffuser en autonomie.

### *Cas numéro 2 – La Cédille qui sourit*

En 1965, Robert Filliou et George Brecht, ouvrent ensemble à Villefranche un atelier-boutique, *la Cédille qui sourit*. Cette aventure durera trois ans. Ils demandent à leurs amis artistes comme Ben, Arman ou Alice Hutchins de leur donner des œuvres d’art miniatures qu’ils

---

<sup>112</sup> Pour l’anecdote, ces coopératives étaient illégales car non-déclarées à l’état new-yorkais. 500 000\$ furent réclamés à George Maciunas, qui fut poursuivi pénalement et sous le coup d’une arrestation. S’en suivit un jeu de chats et de souris avec la justice. Georges demanda à des personnes du monde entier d’envoyer des cartes postales de sa part au procureur pour le narguer. Voir le documentaire *George – The story of George Maciunas and Fluxus*, réalisé par Jeffrey Perkins en 2019.



pourront revendre pour un faible prix. Dans la biographie<sup>113</sup> de Robert Filliou, écrite par le poète Pierre Tilman, on apprend que *La cédille qui sourit* est en réalité une non-boutique puisqu'elle n'a jamais été inscrite au registre du commerce. De plus, elle était la plupart du temps fermée et l'on peut trouver un écriteau sur lequel est signalé « On est au café du Midi, chez Giselle et Raymonde » ou « Nous sommes au café chez Lucien »<sup>114</sup>. Seuls les amis ou les potentiels acheteurs envoyés par Ben depuis Nice, connurent l'existence de ce lieu. Ce dernier n'eut pas vocation à être connu et rentable. Ce qui importe le plus pour Robert et George, qui sont tous les deux très influencés par la tradition zen, ce sont non pas l'argent ou la gloire, mais les idées. Elles ne coûtent rien, sont légères à transporter et n'importe qui peut en avoir.

*La Cédille qui sourit*, c'est avant tout l'idée d'un centre de *La Création permanente*. Un jour, la femme de Robert, Marianne, lui fit cette remarque : « Tu es artistes quand tu crées. Mais quand tu t'arrêtes, tu n'es plus artiste. »<sup>115</sup>. Le secret de *La Création permanente*, concept inventé par M. Filliou, est que nous sommes constamment en train de créer, que ce soit quand l'on discute avec les voisins, quand on lit ou quand on ne fait rien.<sup>116</sup> Il y a là le souci de mettre un terme à l'idée que l'art n'appartiendrait qu'aux institutions, aux collectionneurs et aux artistes, et serait quelque chose d'exclusif. *La Cédille qui sourit* fût donc un lieu de création autogéré, en plus d'être une boutique d'art. De nombreux concepts et idées y virent le jour, détachées de toutes contraintes économiques. A sa fermeture, une affiche fut laissée sur la porte où nous pouvions lire : « Il y a toujours quelqu'un qui fait fortune, quelqu'un qui fait... BANQUEROUTE (nous en particulier) »<sup>117</sup>

### *Cas numéro 3 - Airlines Ingold*

Nous parlions de la facilité qu'offre le transport des idées. Quoi de mieux qu'une compagnie aérienne qui leur est dédiée ? En 1982, l'artiste suisse Res Ingold crée une entreprise aujourd'hui toujours en activité : *Ingold Airlines*. Il reprend ainsi tous les outils communicationnels que l'on trouve dans une structure de ce type, comme l'identité graphique ou le site internet. Ce dernier comporte une section sur l'histoire de la compagnie, des photos de la flotte, un forum de discussions, une newsletter, la liste des partenaires avec

---

<sup>113</sup> Pierre Tilman, *Robert Filliou – nationalité poète*, Les presses du réel, Dijon, 2006, 294 p.

<sup>114</sup> Ibidem, p. 127.

<sup>115</sup> Filliou Robert, *Enseigner et apprendre, arts vivants*, Bruxelles, Editions Leeber Hossman p. 47.

<sup>116</sup> Voir le *poème-action* intitulé *LE FILLIOU IDEAL* présenté à New-York en 1965.

<sup>117</sup> Filliou Robert, *Enseigner et apprendre, arts vivants*, Bruxelles, Editions Leeber Hossman, 1998, p.203.



leurs histoires... Il y a même des analyses techniques et économiques sur le secteur de l'aviation et du transport avec des solutions proposées par la compagnie, sorte d'argumentaire de vente lui permettant de se démarquer de ses concurrents. Des services sont proposés comme l'accumulation de *Maxmiles* facilitant l'obtention des avantages financiers sur les vols, un service *VIP*, le club *Ingold Airlines*... Afin d'étendre sa position sur le marché européen, *Ingold Airlines* est devenue en 1996 une société par action, dont le siège social est situé en Allemagne, à Cologne. Ainsi chaque année un conseil d'administration se réunit pour effectuer un bilan de l'entreprise sur l'année révolue.

Sauf que, malgré tout l'inventaire que je viens de faire, *Ingold Airlines* est tout sauf réelle, elle est une fiction. La compagnie aérienne n'a jamais transporté de passagers puisque tout simplement elle ne possède ni avions, ni autorisation de vols, ni employés... Elle n'est qu'une entité juridique, un numéro d'identification et n'a pour activité propre à l'économie du transport que des démarches administratives.

L'histoire et l'existence de la marque relève ici du *storytelling*, de l'anglais « action de raconter une histoire » qui se définit comme :

une technique de communication politique, marketing ou managériale qui consiste à promouvoir une idée, un produit, une marque, à travers le récit qu'on en fait, pour susciter l'attention, séduire et convaincre par l'émotion plus que par l'argumentation.<sup>118</sup>

Il faut savoir qu'en communication il est permis qu'une marque invente sa propre histoire afin de se créer son image de marque, soit la représentation que l'on se fait d'une entreprise, d'une marque, d'un produit. Je pourrais très bien vous annoncer dans un spot publicitaire qui passerait avant le journal télévisé le plus regardé de France, que *Lerouflaquette Consortium* est issue de plus de cent années de savoir-faire et a hérité d'une tradition ancestrale. On y verrait dans une nature ensoleillée, un homme barbu d'un certain âge, utilisant une *lance à bout-carré*<sup>119</sup> pour pousser délicatement un de ses semblables. Avant d'agir il lui dirait : « attention, je vais te déplacer »<sup>120</sup>. S'en suivrait un fondu enchainé sur le logo de l'entreprise,

---

<sup>118</sup> Larousse, [en ligne], disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/storytelling/188202>, [consulté le 6 avril 2020].

<sup>119</sup> Une *lance à bout-carré* est un outil polyvalent permettant au spectateur d'en faire l'usage qu'il souhaite.

<sup>120</sup> Cette scène s'est produite lors des Essertivales en 2019. Une *lance à bout-carré* était à la disposition du public. A la différence que les protagonistes n'étaient ni barbus, ni d'un certain âge.



accompagné d'une voix-off suave : « Lerouflaquette Consortium, l'importance des choses inutiles depuis 1916 ».

Mais Res Ingold va encore plus loin puisqu'il invente le récit d'une entreprise qui propose un service qui n'existe pas. Bonjour l'idiotie. Pour être plus nuancé, sur [www.ingoldairlines.com](http://www.ingoldairlines.com), il n'y a aucun onglet où cliquer pour acheter des billets, ni d'indication d'horaires de vols. Mais le discours, comme le « Bienvenue chez Ingold Airlines. Pour certaines, personnes, voler signifie plus que se déplacer d'un endroit à un autre. Nous sommes là pour vous<sup>121</sup> », que l'on trouve sur la première page du site, participe à nous donner l'illusion d'une existence effective. L'artiste pousse encore plus loin la simulation, avec la présence d'un stand aux couleurs de l'entreprise sur des salons industriels. On peut y voir la matérialisation des outils de communication de la compagnie présents sur le site internet. Une salle de conférence dédiée à la marque fut créée et une photo nous donne à voir Res Ingold en costume de PDG traversant ce lieu. Il y a là une mise en scène que l'on peut trouver au cinéma ou au théâtre.

Si un consommateur non-averti rencontrait la compagnie aérienne sur un salon ou sur internet, il pourrait aisément se laisser duper. Mais elle est bien plus qu'une simulation, *Ingold Airlines* relève d'une réelle démarche artistique. Elle fût présentée dans des galeries d'art, des musées et des manifestations culturelles comme la Documenta 9 à Kassel. Il y fut créé des installations qui ne trompent pas quant à la démarche poétique, comme cette construction en pleine montagne, servant aux passagers en correspondance à s'abriter. Sauf qu'aucun avion ne peut se poser en pleine montagne, à cause du relief... *Ingold Airlines* est avant tout une démarche intellectuelle relevant du concept : il n'y a pas que les choses matérielles qui volent, il y a aussi les idées. L'invention d'un univers aéronautique commercial tout entier est pour Res une piste de décollage permettant la diffusion de ses propres réflexions. Sur [www.ingolduniversal.com](http://www.ingolduniversal.com), il poste des articles où s'entrecroisent la science, l'économie, le politique et la poésie. On y trouve ainsi la description de l'*Ornithoport* qui est un aéroport pour oiseaux et qui pour le coup existe vraiment. Créé avec l'artiste Stephan Andreae pour le Bundeskunsthalle de Bonn en 2012, cet aéroport comprend différentes infrastructures assurant la sécurité et le confort de ces passagers ailés. Dans une interview donnée pour le

---

<sup>121</sup> Traduit de l'allemand depuis le navigateur internet qui vous espionne.





Tagesspiegel<sup>122</sup>, j'ai relevé plusieurs phrases intéressantes : « Les oiseaux décollent et atterrissent, ils ont donc également besoin d'une infrastructure appropriée », « Où les oiseaux qui partent de Bonn devraient-ils atterrir ? Ils peuvent le faire où ils veulent parce que se sont eux les vrais experts », « Il y a un Ornithoport à Han et dans le Bergisches. D'autres sont prévus, par exemple dans les importants couloirs aériens d'oiseaux migrateurs sur le Bosphore et Gibraltar. Nous avons accordé des licences au Vermont, à la Namibie et à Zanzibar ».

Auparavant, le ciel n'était réservé qu'aux Dieux, aux insectes et aux oiseaux. L'artiste suisse questionne un secteur ayant remis en cause les lois de la gravité, celui de l'aviation. Secteur qui, depuis son invention il y a plus de cent-dix ans, a connu un développement démesuré. Son impact sur l'environnement est considérable, tant par les ressources qu'il utilise que par la pollution qu'il génère. Dans une ère où l'éco-anxiété grandit, il faut savoir que la Chine compte ouvrir plus de deux cent nouveaux aéroports dans cette décennie<sup>123</sup>. Par cette action *économimétique* et ce regard singulier sur le monde, Res Ingold à travers *Ingold Airlines* investit la réalité et vient modifier notre perception de celle-ci. Je m'interroge ainsi : est-ce qu'une compagnie aérienne doit forcément posséder une flotte d'avions et proposer des vols internationaux pour exister en tant que-t-elle ? Un département artistique, tout comme un département comptabilité, ne devrait-il pas être obligatoire dans les entreprises de plus de deux-cent salariés ? L'idée d'un service artistique plutôt que militaire ne devrait-elle pas être envisagée ? Et dernière question : la législation sur le transport des idées ne devrait-elle pas être plus encadrée ?

#### *Cas numéro 4 –Unlimited Responsibility*

Etudions ici un autre cas d'*économimétisme*, celui de l'artiste français Fabrice Hyber<sup>124</sup>, connu pour ses hommes-fontaine verts<sup>125</sup> et pour avoir gagné la coupe du monde de football de l'art contemporain de 1997, soit la biennale de Venise. Il n'y présenta pas une installation ou une

---

<sup>122</sup> Markus Harmann, *International Ornithoport*, Tagesspiegel, [en ligne], 2012, disponible sur <https://www.tagesspiegel.de/kultur/international-ornithoport-voegel-starten-und-landen-deshalb-brauchen-sie-einen-flughafen/7003754.html>, [consulté le 15 mai 2020].

<sup>123</sup> Jean-Marc Four, *Le nouvel aéroport de Pékin*, Francetvinfo, [en ligne], 2019, disponible sur [https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/un-monde-d-avance/le-nouvel-aeroport-de-pekin-symbole-des-ambitions-chinoises\\_3633761.html](https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/un-monde-d-avance/le-nouvel-aeroport-de-pekin-symbole-des-ambitions-chinoises_3633761.html), [consulté le 8 mai 2020].

<sup>124</sup> Fabrice Hyber est un pseudonyme. Son vrai nom est Fabrice Hybert.

<sup>125</sup> Raccordé au réseau d'eau des communes où ils prennent place, Les *hommes de Bessine* ont la particularité d'avoir de l'eau qui jaillit par tous les orifices présents chez l'être humain.



sculpture, mais une réelle chaîne de télévision créée pour l'occasion. Durant onze jours, des artistes, des entrepreneurs, des télépathes... vinrent échanger au sujet de l'art. Mais ce n'est pas la télévision qui nous intéresse aujourd'hui mais bel et bien les rapports multiples que Fabrice Hyber entretient avec le monde de l'entreprise, depuis bientôt quarante années. Dès ses débuts artistiques, il chercha les moyens de produire des œuvres sans devoir attendre que des subventions émanent des institutions. Ces moyens de production, il les obtiendra auprès de différentes entreprises au profil capitaliste, avec lesquelles il conclut des partenariats. En 1981, pour réaliser *un mètre carré de rouge à lèvres*, il fera appel à *Liliane France*, ancien établissement de cosmétique, qui lui fournira la matière première de son monochrome, soit une vingtaine de tubes. En 1981, il prendra contact avec *Chimiotechnique-SED-Idéal* qui lui octroya ce dont il avait besoin : de quoi réaliser un savon de vingt-deux tonnes, sobrement intitulé *Le plus gros savon du monde*. La contrepartie réclamée par la société fût celle de pouvoir utiliser l'image de ce savon hors norme<sup>126</sup> pour sa communication interne. Fait intéressant : cet objet aux propriétés hygiéniques n'a pas été exposé dans un musée mais sur les parkings des supermarchés *Leclerc*, durant une tournée européenne de plusieurs années. Avant chaque démonstration du savon, des annonces à la radio et dans les journaux locaux prévenaient de son arrivé. L'objet de la démesure était déplacé dans une benne offerte par une entreprise de transport, qui a dû également profiter de l'occasion pour communiquer auprès de ses partenaires. Ainsi, par le biais d'un partenariat, l'artiste et l'entrepreneur ont, par la mutualisation de leurs ressources respectives, tiré des bénéfices de cette rencontre : la gratuité d'une œuvre monumentale pour l'un contre une publicité des plus singulières pour l'autre.

Cette volonté de rapprocher les artistes et les entreprises, Fabrice Hyber l'a matérialisée en 1994 en créant *Unlimited Responsibility*. Dissoute aujourd'hui, UR était une entreprise, dont le but fut de limiter les intermédiaires entre les créateurs et ceux possédant les moyens financiers. Elle comptait sept employés et produisait des événements artistiques comme des projets d'éditions. De nombreux projets d'artistes virent ainsi le jour, notamment ceux de Fabrice, comme sa chaîne de télévision conçue pour la Biennale de Venise. Les statuts de son entreprise lui permettent de transformer en 1995 le musée d'art moderne de Paris en un véritable magasin qu'il nommera *l'Hybermarché*. Il y vendra ses *POF (Prototype d'Objet en*

---

<sup>126</sup> *Le plus gros savon du monde* est inscrit au Guinness des records.

*Fonctionnement*)<sup>127</sup>, au prix des coûts de production des objets. S'inspirant d'une technique de merchandising qui nous dit que le consommateur a tendance à acheter les produits qui se situent au niveau de ventre, il fit réaliser des meubles pour présenter les *POF* à hauteur d'estomac. Ainsi durant plusieurs semaines le musée fût transformé en un lieu d'échanges économiques où l'artiste devint entrepreneur, ce qui lui permit une certaine rentrée d'argent.

Dans une conférence, Fabrice Hyber se confia à nous : « j'avais le désir d'être l'artiste de l'entreprise<sup>128</sup> ». Et c'est ce qu'il deviendra. En 1998, la *Fnac* lance un appel d'offre autour de la coupe du monde de football. Fabrice, qui eut vent de la nouvelle, ne manqua pas d'y répondre. Et de remporter la mise grâce au *Ballon carré* et l'univers qu'il créa autour, comme la première équipe de ballon carré au monde, une fédération... L'artiste devient une agence de communication à lui seul. Il ira plus loin devenant le directeur marketing d'un magasin *Sephora* d'île de France durant une année. Il collabore régulièrement avec l'une des plus grandes agences de communication mondiales, *Dentsu*. Mais là où il est coutume de faire appel à un artiste pour réaliser la campagne d'affichage ou le spot télévisuel d'un produit, Fabrice Hyber est quant à lui convoqué en amont. On lui demande d'intervenir dans les prises de décisions stratégiques. Pour lui, la sensibilité de l'artiste peut amener des nouvelles façons de penser au sein des entreprises. Evidemment si les talents de l'artiste sont utilisés pour modifier le fonctionnement d'une société dans un souci écologique, c'est louable. Mais s'il est question de faire plus de profit en polluant toujours autant, le créateur perd alors son statut d'artiste et devient un avide consultant financier.

L'artiste ne se cantonne plus à produire des formes mais intervient dans le champ de la stratégie économique en devenant artiste-entrepreneur. Pour l'historien Christian Ruby :

une partie des artistes contemporains a, semble-t-il, intériorisé la nécessité de déployer systématiquement une double pratique. Cette dernière contribue d'un côté à produire des objets ambitieux ou complexes, dont l'achat n'est pas envisagé sauf par des institutions. Et de l'autre, à susciter ou à produire soi-même des produits dérivés : images, objets qui permettent de financer les pièces plus ambitieuses et leur servent de support publicitaire<sup>129</sup>.

---

<sup>127</sup> Nous y reviendrons plus tard.

<sup>128</sup> ESAPB, *Conférence de Fabrice Hyber*, Youtube, [vidéo en ligne], 2015, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=qZpili-7e0M>, [consulté le 4 avril 2020].

<sup>129</sup> Christian Ruby, *L'artiste contemporain et la conscience de son époque. Un entrepreneur sans état d'âme ?* Actuel Marx, n°32, 2002, p. 193.

Cette idée de produits dérivés n'est pas à prendre à la légère : photos, reproductions miniatures d'installations... sont autant de sources de revenus potentiels pour *Lerouflaquette Consortium*. Dans un souci de produire encore et encore des produits invendables.

#### *Cas numéro 5 – Gross Domestic Product*

Outre-manche, un artiste mondialement connu mais au visage inconnu s'est également essayé au commerce. En octobre 2019, les habitants de Croydon, bourgade du sud de Londres, ont découvert un nouveau magasin dans leur centre-ville. Une échoppe aux multiples vitrines où des objets peu communs furent présentés. Il s'agissait de *Gross Domestic Product*, un projet de Banksy. Il reprit le concept du pop-up store et cet établissement éphémère disparut au bout de deux semaines. Mais une différence non-négligeable existait : il n'était pas possible de pénétrer à l'intérieur. Il s'agissait donc ici d'une installation ayant pignon sur rue, une installation présente dans l'espace public à la vue de n'importe qui. En reprenant la scénographie des vitrines des grands magasins, Banksy mit en scène ses propres œuvres en les intégrant dans un univers commercial. Ainsi on pouvait trouver des objets comme le gilet pare-balle aux couleurs du drapeau de la Grande-Bretagne, un kit de jeux pour enfant où l'on peut jouer avec un camion et des migrants, un tapis en fausse peau de bête de l'égypte des céréales *Frosties*, une « brique sac à main » ou encore des produits dérivés comme *La petite fille au ballon rouge* imprimée sur des tee-shirts ou son emblématique rat peint sur des horloges.

Mais ce projet dépasse la simple installation. Derrière cette démarche artistique se cache une intention bien plus prosaïque. Un site internet marchand, [www.grossdomesticproduct.com](http://www.grossdomesticproduct.com), a été mis en ligne par Banksy où l'on pouvait retrouver et acheter une partie des objets exposés, soit 22 au total. « L'objectif est en effet pour l'artiste d'affirmer son droit d'auteur afin d'éviter que la société de carte de vœux Full Color Black ne s'approprie légalement la commercialisation de son nom<sup>130</sup> ». Car la législation européenne est faite de sorte que si une personne ne commercialise pas ses inventions, quelqu'un d'autre peut le faire à sa place. Il transforme ici le droit européen en un événement artistique. Un slogan accompagne son

---

<sup>130</sup> Agathe Hakoun, *Banksy ouvre sa boutique en ligne pour défendre son droit d'auteur*, Connaissancedesarts, [en ligne], 2019, disponible sur <https://www.connaissancedesarts.com/arts-expositions/banksy-ouvre-un-pop-store-londres-pour-defendre-son-droit-dauteur-11127097/>, [consulté le 5 février 2020].

magasin en ligne : « when art irrites life<sup>131</sup> », ce qui résume plutôt bien la démarche perturbatrice de Banksy. Ses créations furent vendues à bas prix si on les compare à leurs côtes sur le marché de l'art : le gilet pare-balle évalué à 200 000 livres<sup>132</sup> était ici vendu à 850 livres. Les premiers prix débutaient à 10 livres pour une tasse et allaient donc jusqu'à 850 livres. Ce qui est relativement accessible pour le commun des mortels. Mais pour acquérir ces objets produits en quantité limitée, il ne fallait pas être le premier à sortir sa carte bancaire, il fallait répondre à une question que voici : « L'art est-il important ? ». Le tout en moins de cinquante mots. C'est le comédien Adam Bloom qui était chargé d'évaluer la pertinence des copies. Si le procédé ne permettait pas d'éliminer les spéculateurs, il permettait au moins d'écartier les moins drôles. Et Banksy ne s'est pas arrêté là. Sur le modèle d'Ebay, on peut trouver un lien sur le site internet nous emmenant vers une plateforme en construction intitulée Bbay. L'on y trouve une photographie d'un homme au visage masqué se situant devant un camion où sont exhibées des œuvres de Banksy. Il y est inscrit « The approved used banksy dealership<sup>133</sup> ». Ainsi l'artiste a même anticipé la revente de ses objets, et si le futur site fonctionne comme Ebay, il récupérerait des revenus sur chaque transaction.

Comme Marcel Duchamp qui fut à la fois artiste, jury, conservateur de musée, commercial... Banksy endosse différents rôles, ce qui lui permet de maîtriser la chaîne de production artistique : de la création jusqu'à la vente en passant par l'exposition et la revente. Grâce à la l'invention de Gross Domestic Product, il peut ainsi garder un contrôle relatif sur son œuvre, en ne dépendant que de lui-même.

## 2. Le système Lerouflaquette

Après avoir étudié des cas d'art économique, intéressons-nous à ce qui fait l'idiotie de Lerouflaquette Consortium. Nous verrons dans un premier temps que cette entreprise est divisée en différents départements, chacun ayant un rôle déterminé. Cette division du travail permet à l'entreprise au logo pouibelle de développer un système, c'est à dire un ensemble

---

<sup>131</sup> Là où l'art irrite la vie.

<sup>132</sup> Estimation faite par Joey Syer, co-fondateur de MyArtBroker.com, voir l'article de Ian Youngs, *Why is Banksy vetting the customers of his online store ?*, BBC, [en ligne], 2019, disponible sur <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-50080766>, [consulté le 5 février 2020].

<sup>133</sup> Le concessionnaire certifié des Banksy d'occasion.



d'éléments interagissant entre eux dans un but précis. L'objectif étant de continuer à produire de l'inutile le plus efficacement possible, tout en permettant sa diffusion. Puis je montrerai en quoi l'échec économique est lié à la supposée réussite poétique de Lerouflaquette Consortium. Par échec économique, j'entends toutes les actions qui font que mon entreprise est perdante dans le système capitaliste : objet non-efficace, quête vaine, non-performance, non-événement.... Et que malgré cet échec, une réussite semble s'amorcer, celle du poétique, grâce notamment à la création d'espaces utopiques, au détournement, au développement de liens sociaux, à l'amélioration de l'habitat, au jeu... Le tout mis en lien avec des artistes travaillant dans la même direction.

## 2.1 Une division départementale

### 2.1.2 Le département *Stratégie*

C'est ici que les décisions sont prises quant à la conduite de l'entreprise. Voyons quelle définition nous donne *leblogdudirigeant.com* :

La stratégie d'entreprise est élaborée et mise en œuvre par un stratège : le chef d'entreprise. Le chef d'entreprise, comme dans l'armée, dirige son entreprise et ses employés, répartit les tâches, assigne à chacun des devoirs spécifiques afin que l'unité entière parvienne à un objectif commun. C'est le chef d'entreprise qui décide de la stratégie et veille à ce qu'elle soit appliquée à tous les échelons hiérarchiques. Il coordonne les actions et les forces de chacun.

Me voilà ainsi propulsé au rang de caporal-chef de l'inutilité française. Je dirige officiellement un bataillon composé de personnes invisibles, ne répondant pas au son du clairon quand celui-ci advient à la première heure du matin. Cela s'explique sûrement par le fait que je suis le seul employé de mon entreprise. Dans tous les cas, il me faut une stratégie aussi solide qu'un pavé dans une mare pour que ce projet perdure dans une durée aléatoire. Ma stratégie est donc, par une rigueur certaine, de créer des *produits-œuvres*<sup>134</sup> sous couvert d'une démarche artistico-entrepreneuriale et de les diffuser massivement, à mes frais s'il le faut. «Donnez de l'importance à l'inutile», voilà le message que je souhaite transmettre à l'auditoire.

---

<sup>134</sup> Nous aborderons cette notion dans la troisième partie.



### 2.1.2 Le département *Production*

Le département *Production*, c'est le lieu physique où sont construits les produits vendus dans le *Flaquette Shop*. Il s'agit d'un atelier modulable géographiquement, ce qui permet de produire de l'inutile n'importe où, n'importe quand. En effet il est possible de concevoir les produits Lerouflaquettiens où l'on veut, en raison de leur taille humaine. Une boîte à outils permet de transporter le matériel nécessaire à leur fabrication. Il est possible de se fournir en matériaux dans toutes les villes de France. Ainsi les coûts de location d'un atelier sont inexistantes. Ce département est avant tout un lieu d'expérimentation de l'inutile où des tests, des assemblages et des bricolages sont réalisés.

### 2.1.3 Le département *Magasin*

Toutes ces années de recherches auront servi à développer l'élément central de Lerouflaquette Consortium : Le Flaquette Shop. Sa présentation au public au Safran en septembre deux-mille vingt, représentera la somme de tous les efforts fournis, de toutes les gouttelettes de sueurs physiques et psychiques qui auront ruisselées sur le front imberbe de mes actes et pensées. Il constituera le plus grand Flaquette Shop jamais présenté au public. Cette échoppe, qui est la matérialisation de la vision Lerouflaquettienne, regroupe en un même lieu tous les autres départements. Il est le magasin de tous les possibles, et est le fidèle représentant de l'idiotie, c'est-à-dire un lieu dont l'objectif est la remise en cause de la norme par tous les moyens imaginables. Ici, « ce qui doit être » se voit remplacer par « ce qui peut être ». De nature mobile, sa forme s'adapte en fonction des lieux.

### 2.1.4 Le département *Intervention-produit*

Le département *Intervention-produit*, c'est la rencontre des différentes formes d'expressions artistiques qui ont vu le jour à partir de la fin du dix-neuvième siècle avec les fumistes et les hydropathes, suivi des dadaïstes jusqu'aux années soixante, avec le *happening* et la *performance* et le *théâtre de rue* couplé aux procédés de vente du monde de l'entreprise, comme la démonstration des produits. Allan Kaprow, à partir des années soixante, définissait le *happening* comme une action pouvant se produire :

dans un supermarché, sur une autoroute, sous une pile de chiffons et dans la cuisine d'un ami, soit toutes à la fois soit de façon séquencée. Si elles sont séquencées, cela peut durer plus d'un an. Le happening est réalisé à partir de plans mais il n'y a ni répétition, ni public. C'est de l'art mais de l'art proche de la vie<sup>135</sup>.

Le happening apparaît en réaction face à la société de consommation et sa profusion d'objets et à la marchandisation de l'art. Ce medium artistique était considéré comme du non-art puisqu'une action est immatérielle et ne peut donc être vendue sur un marché. Le happening se différencie de la performance par le fait qu'il nécessite la participation des spectateurs pour avoir lieu, ces derniers étant non-professionnels. La vie de tous les jours a une place importante au sein de ce moyen d'expression : « des objets du quotidien ou technologiques sont utilisés comme des moyens de s'ouvrir à l'expérience artistique. On peut parler de théâtralisation des gestes et des pratiques du quotidien<sup>136</sup> ». La performance quant à elle, trouverait son existence dans des formes artistiques préétablies comme les arts visuels, le théâtre, la musique, la chorégraphie et est « accomplie sur place, sans possibilité de reprise<sup>137</sup> ». La performance peut avoir lieu dans l'espace public comme à l'intérieur des institutions culturelles. Dans notre système économique, la démonstration d'un produit correspond à la :

présentation d'un bien ou d'un service dans les conditions d'utilisation requises. L'acheteur potentiel percevant ainsi plus aisément les modalités d'utilisation ou de consommation du bien ou du service concerné, il peut être plus enclin à en faire l'acquisition. Cette démonstration peut avoir lieu dans le cadre d'une animation sur le lieu de vente, sur la voie publique, au domicile du prospect, ou à l'aide d'un support de communication<sup>138</sup>.

Le théâtre de rue pour finir, est tout simplement la monstration de pièce de théâtre, non-pas dans un lieu clos comme le théâtre, mais dans l'espace public. Le Bread and Puppet Theatre, dont le manifeste prône l'abolition du mur séparant art et vie, œuvre dans ce sens. Ces moyens d'expression et de communication forment *l'intervention-produit*.

*L'intervention-produit* est la mise en scène, dans l'espace public ou privé, d'actions réalisées à

---

<sup>135</sup> Définition du terme « happening », in Words, livret conçu par Allan Kaprow, 1962.

<sup>136</sup> Louise Poissant, *Dictionnaire des arts médiatiques*, PUQ, 1997, p.149.

<sup>137</sup> Ibid., p.254.

<sup>138</sup> Définition provenant de [www.e-marketing.com](https://www.e-marketing.com), [en ligne], disponible sur <https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Demonstration-241246.htm>, [consulté le 3 mars 2020].



partir de produits Lerouflaquettiens, activés par mon propre corps ou par celui du spectateur. Il s'agit de la démonstration fonctionnelle des produits à un public qui devient spectateur au moment même où le micro-événement est activé. Le public ne choisit pas d'assister à l'évènement, c'est l'évènement qui surgit dans son quotidien.

Les premières irruptions d'évènement-produit ont vu le jour avec l'invention du *vélo-souffleur*. Ce produit a été présenté dans l'espace public à partir de 2017 à trois endroits différents : Le Crotoy, Villers-Vicomte et Amiens. En 2019, un lâché de bouées-plantes lumineuses a eu lieu sur un étang dans un espace privé. Enroulées de guirlandes lumineuses fonctionnant en autonomie grâce à une pile, cette *intervention-produit* fit irruption sans prévenir lors de cette soirée, rassemblant les invités transformés en public autour du plan d'eau. Ainsi, il est possible d'appliquer cette méthode à tous les produits de *Lerouflaquette Consortium* : se rendre à la plage et utiliser le PCDS, déplacer des inconnus dans la rue à l'aide de la *lance à bout carré*, attraper du vent grâce au *range-air* au milieu d'une foule abasourdie, donner une *carte de visite sans coordonnées* à quelqu'un qui souhaiterait me contacter.

#### 2.1.5 Le département communication

Pour qu'une entreprise existe sur un marché donné, il faut qu'elle soit visible par ses clients potentiels. Le département communication assure cette fonction. Il permet de propager la sainte parole Lerouflaquettienne à travers la planète Terre. Car effectivement, à l'heure d'internet, il est aisé de toucher quelqu'un à l'autre bout du globe. Ce nouveau média offre dans cet espace virtuel une visibilité continue à mon entreprise, dont l'adresse n'est qu'un simple URL. Il existe une vitrine impalpable dont les stores ne s'éteignent jamais. Il n'est donc plus nécessaire pour exister, comme c'était le cas avant l'avènement d'internet, d'être cité dans un magazine, un journal ou un livre. On peut également se passer des lieux d'exposition institutionnels ou des galeries pour faire connaître son travail. Internet est un espace de diffusion interplanétaire, et n'importe qui, de n'importe où, peut découvrir *Lerouflaquette Consortium*. Bien évidemment cela ne pourra pas remplacer le contact réel avec le *Flaquette Shop* par exemple et la possibilité de toucher mes produits, mais ce que je veux montrer à cet instant précis, c'est que les artistes ont la possibilité d'être leur propre agence de communication, agence servant leurs propres intérêts.



Il y a donc l'opportunité de modeler son image par l'intermédiaire des différents mediums investis, le medium devenant le message<sup>139</sup>, notamment sur les réseaux sociaux. Ainsi publier une vidéo sur *Youtube* ou sur *Vimeo* ne veut pas dire la même chose. Le premier étant, dirons-nous, une chaîne grand public où l'on trouve des vidéos de personnes allumant leurs flatulences à l'aide d'un briquet, jusqu'au documentaire sur les limules. Le second est un lieu plutôt réservé à des vidéos à caractère artistique, même si l'on en trouve également sur *Youtube*. On n'appréhende pas de la même façon un contenu en fonction du moyen utilisé pour le transmettre, tout comme il existe une différence d'appréciation lorsqu'on reçoit un *sms* ou un courriel. Il en est de même entre *Facebook* et *Instagram*. Aujourd'hui le second semble plus enclin à la diffusion de contenus artistiques, de par les différents filtres photographiques assurant une qualité de l'image mais aussi par la fonction de *hashtag* qui permet un étiquetage de ses photos par mots-clefs comme « art, exposition, contemporain, idiotie, produits, vélo-souffleur ». Cela permet aux utilisateurs en recherche de tels sujets, amateurs ou professionnels, de découvrir ce type de contenu et à ceux qui les postent de les faire connaître. La stratégie de *Lerouflaquette Consortium* est pour l'instant celle de la diagonale. Les vidéos des produits sont diffusées sur *Vimeo* mais pour communiquer directement avec le public, *Facebook* est utilisé. Cela s'explique par le fait que ce réseau social offre des outils adaptés aux entreprises comme un onglet coordonnées, horaires d'ouverture, avis... S'il est possible de se façonner sa propre image, il est donc possible de simuler, de tricher. Faire croire que l'on a obtenu une exposition à Londres, laisser croire qu'il s'agit d'un lieu réputé et poster des photos de ses produits installés dans un espace blanc. Cela est un exemple sur la façon d'influencer un public et de rendre son travail crédible auprès de ce qui est nommé en communication, une cible. Notons que c'est le même terme qui est utilisé à l'armée.

Avoir un site internet présentant son travail paraît évident. Ne pas en avoir, l'absence de medium donc, peut également signifier quelque chose de la part d'un artiste. Mais cela ne nous regarde pas. Si *Lerouflaquette Consortium* ne possède pas aujourd'hui de site internet, cela ne saurait tarder. Il sera construit à la fin de l'écriture de ce mémoire. Il sera divisé en différentes catégories. La première étant le *e-Flaquette Shop* qui sera la boutique en ligne avec photos et vidéos de démonstration appuyées par la description des produits. *Flaquette*

---

<sup>139</sup> Voir Marshall McLuhan, *Pour comprendre les médias*, Paris, Editions du Seuil, 2015, 432 p.

*Production*, c'est un service offrant la réalisation de vidéos pour artistes. *Flaquette Service* offrira, à quiconque voulant concevoir un objet fonctionnel et inutile, une aide personnalisée et un accompagnement dans la réalisation de son projet. Une page de présentation de l'entreprise et de sa démarche sera également conçue.

Des supports de communication physiques sont développés comme le catalogue, les brochures et les cartes de visites. Ils permettent de diffuser l'image de l'entreprise à travers des médiums palpables, ce qui est important pour moi même à l'ère de la dématérialisation des supports. Qu'ils soient physiques ou virtuels, ces supports se doivent de respecter une identité visuelle, notamment avec l'apposition systématique du logo de mon entreprise : une poubelle verte marquée d'un sigle représentant le recyclage. L'utilisation d'une typographie vient conforter cette identité. Une identité lexicale est également développée avec la déclinaison du terme *Flaquette* en fonction des catégories de biens et de services. Le ton employé à travers ces supports se doit également d'être le même ; il est sérieux mais devient humoristique puisqu'il évoque des faits d'idiotie : ceux d'objets fonctionnellement inutiles.

#### 2.1.6 Le département vidéographie et photographie

Si la photographie et la vidéographie ne font pas partie de la Communication et possèdent un département à part entière, cela est volontaire. Elles sont réalisées dans un souci cinématographique et plastique, non dans une optique publicitaire. Elles dépassent la simple trace documentaire de l'intervention-produit et constituent des récits portés à l'écran ou imprimés. Mise en scène, choix de la position de la caméra ou de l'appareil photo, montage, scénario idiot, travail sur le son, retouche photographique... participent à l'élaboration de créations qui appartiennent plus au cinéma, industriel et expérimental, et à la photographie plastique qu'à la publicité. Elles sont une mise en image et en situation de la fonctionnalité de mes inventions. Vous pourrez me dire que la publicité procède de la même manière. La différence est que la publicité est là pour faire vendre.

Pour autant, vidéographies et photographies sont tout de même utilisées en tant que médium publicitaire. Il est bien connu que la publicité puise dans la création artistique. Nous sommes donc devant un cas « d'auto-puisage » puisque que j'utilise mes propres créations à mes



propres fins marketing. Etant la démonstration de l'utilisation de mes produits, elles permettent de les faire connaître aux clients potentiels sous couvert d'idiotie. C'est d'ailleurs ce qu'attend le département Communication de la part du département Vidéographie et Photographie.

### 2.1.7 Le département Vente

En 2007, le groupe de musique anglais Radiohead a fait parler de lui en sortant son album *In Rainbows*, d'abord en version numérique puis par la suite en version physique. Et les musiciens d'Oxford ne se sont pas arrêtés là : l'album était en vente à prix libre sur un site internet dédié. Il s'agissait d'un véritable pied de nez aux maisons de disques et à l'industrie musicale, quand on sait que le groupe a vendu au total, tout album confondu, plus de trente millions d'albums. Si cela ne fût pas un succès financier comparé à la vente d'album physique puisque « 62% de ceux qui l'ont téléchargé n'ont rien payé, et 38% ont payé, entre 4 et 12 dollars<sup>140</sup>», la vente physique de l'album deux mois plus tard, fut une réussite. Ce qui est subjectivement lié à la qualité de l'album et/ou à ce bruit médiatique et numérique. Tom York, le chanteur du groupe, a eu deux réactions qui nous intéressent ici face à l'échec commercial de la version internet de l'album. La première étant que peu importe le manque à gagner, ce qui compte est que leur musique soit diffusée et écoutée. La seconde étant que ne pas être représenté par une major de l'industrie musicale avait réduit le nombre d'intermédiaires entre le groupe et leur public, et les avait rapprochés. Dernier point important concernant le groupe : les musiciens créent pour chaque album une entreprise à part entière, afin de limiter les pertes financières en cas d'échec commercial. « Leur particularité à ces entreprises, des noms, très second degré. Il y a *Random Rubbish Limited* (détritus à l'abandon), *Unreliable Limited*, (non fiable), ou encore *Over Normal*, (Trop Normal)<sup>141</sup> ». Aujourd'hui et sur le même modèle d'*In Rainbows*, il y a *Bandcamp*. Cette plateforme dont l'ancêtre n'est que *Myspace*, permet aux musiciens de diffuser leur musique, dans un lieu virtuel qui est un véritable espace de vente. Il y est possible de choisir comment vendre sa musique : par titre, par album avec

---

<sup>140</sup> Marie Viennot, *Le business model de Radiohead*, Franceculture.fr, [en ligne], 2016, disponible sur <https://www.franceculture.fr/emissions/le-billet-economique/le-business-model-de-radiohead>, [consulté le 20 mai 2020]

<sup>141</sup> Ibidem.



un prix fixe ou libre. Des espaces dédiés à la vente de produits dérivés sont également disponibles. Comparé aux plates-formes de streaming leader, qui deviennent à leur tour majors de la diffusion en ligne, *Bandcamp* permet aux artistes utilisant la matière sonore une rémunération plus qu'honnête. Sur un album vendu 9.90€, 7.50€ va directement dans le portefeuille du créateur.

La vente à prix libre est le modèle économique choisi par *Lerouflaquette Consortium*. Mes produits seront cependant vendus en exemplaire limités. Les produits ayant nécessité un trop grand investissement financier seront disponibles à la location à prix libre. Ce modèle deviendra effectif lors de la soirée d'inauguration du *Flaquette Shop*. Ce choix s'explique par le plaisir que me procurait le fait que des clients potentiels prennent possession de mes objets. Et puis *Lerouflaquette Consortium* n'étant pas côté sur le marché de l'art, ce n'est pas comme si j'avais vraiment le choix. Enfin si, je pourrais attendre qu'un jour ils le soient, et faire le choix de ne pas les vendre aujourd'hui. Mais la politique de l'entreprise tend vers la diffusion et ce, dès à présent. Répandre l'idiotie à travers une société de plus en plus normée. Le prix libre laisse donc au public le choix de décider comment la musique et l'art en général doivent être rémunérés. Doit-il être gratuit ? Faut-il payer les coûts de production ? Donner plus que les coûts de production pour encourager l'artiste ? Ou est-ce aux États ou aux multinationales de prendre en charge le financement de la création ?

La vente est un échange entre un fournisseur et un client. Si le fournisseur est *Lerouflaquette Consortium*, qui sont les clients ? Il existe trois catégories visées par la firme picarde. La première étant le *client-consommateur*, la seconde s'intitule le *client-culturel* et la troisième est le *client-spectateur*. Le client-consommateur, c'est celui qui va hypothétiquement acheter mes produits et les posséder *ad vitam aeternam*. Et s'il s'avère qu'il achète deux produits, il deviendra un *client-consommateur-collectionneur*. Le *client-culturel* est quant à lui, toute structure ou acteur culturel faisant appel aux services de *Lerouflaquette Consortium* afin d'exposer l'entreprise et ses produits dans un évènement, un musée, un festival, un colloque.... Le *client-culturel* n'achète pas des produits pour les posséder, mais il loue le concept Lerouflaquetien pour l'exposer. Le *client-spectateur* pour terminer, est celui qui va s'intéresser à l'entreprise en la découvrant par hasard ou non grâce à un moyen de communication ou en se rendant dans une exposition ou un festival. Le *client-consommateur* et le *client-culturel* ont d'abord été *client-spectateurs* avant de devenir ce qu'ils sont.


### 2.1.8 Le Service à la personne

C'est en me rendant à la *Nuit des idées* à Trois-Rivières au Québec en 2020, que l'idée du département Service à la personne a commencé à germer. Le philosophe Mickael Lachance, l'artiste Christine Ouellet ainsi que le critique et historien de l'art Paul Ardenne, débattaient sur la création à l'ère de l'éco-anxiété. Une question resta sans réponse : l'artiste doit-il continuer à produire des objets, en ne gaspillant pas, en utilisant des produits non-toxiques... en somme, doit-il être exemplaire ? Après avoir échangé avec Paul Ardenne à la suite du débat et lui avoir brièvement présenté mon entreprise, il me conseilla d'aller voir du côté d'*Ikhea Services*. Par l'intermédiaire de cette entreprise, l'artiste Jean-Baptiste Farkas propose une démarche plutôt radicale quant à la création de nouveaux objets : il n'en produit plus. Il propose à la place des modes d'emploi qu'il nomme Services. Un manuel a été édité et permet de les réaliser. Voici le premier<sup>142</sup> :

#### **IKH(S).N°1\***

**Alcools intervertis : " Attention, ça va faire mal ! "**

NOUS LE RÉALISONS POUR VOUS OU À VOUS DE LE RÉALISER

Mode d'emploi : aucune des boissons servies lors d'une réception, d'un vernissage ou d'une fête n'est contenue dans sa bouteille d'origine, elles ont été " interverties ". Une pénombre bien gérée et des serveurs indifférents aux réprobations apporteront le crédit nécessaire à cette réalisation pouvant instantanément faire d'" un Pastis®, s'il vous plaît ! " un véritable cauchemar : un Malibu® délayé au vin rouge. 

Si *Lerouflaquette Consortium* rend idiot le quotidien avec la création de nouveaux objets, *Ikhea Services* vient le perturber avec un manuel composé de services à réaliser soi-même, en invitant des personnes à passer à l'acte. Afin de s'adapter à la concurrence, l'entreprise au logo poubelle a pris la décision d'ouvrir un nouveau département, celui du service à la personne : *Lerouflaquette Consulting*. Des idées idiotes, une bonne partie des êtres humains en ont produit et en produisent encore. Ce département s'adresse à ceux désirant les concrétiser. Véritable structure d'accompagnement, *Lerouflaquette Consortium* met à disposition des intéressés ses compétences quant à la création d'objets fonctionnels et inutiles. La rémunération horaire de la prestation est bien-sûr à prix libre. Les produits seront par la suite intégrés au *e-Flaquette Shop* si leurs créateurs le désirent

---

<sup>142</sup> Jean-Baptiste Farkas, *Ikhea Services*, 64 pages, 13,5 x 19 cm, Photographies noir et blanc, Broché, couverture à rabats, 2004.

## 2.2. L'échec économique

### 2.2.1 La décroissance

Le documentaire intitulé *Sacrée Croissance*<sup>143</sup> réalisée par Marie-Monique Robin, commence d'une manière originale. On nous montre les dirigeants des plus grandes puissances économiques de notre civilisation, de John Fitzgerald Kennedy jusqu'à François Mitterrand, en passant par Angela Merkel et François Hollande, évoquer cette notion de croissance. Tout en faisant son apologie, ils l'énoncent comme un facteur nécessaire à la bonne santé d'une société. D'un point de vue économique, la croissance se définit par « une augmentation significative et durable de la production de biens et de services. Cette variation positive se mesure grâce à l'évolution annuelle de l'indicateur du produit intérieur brut (PIB)<sup>144</sup> ». Elle est donc liée à la consommation, puisqu'il faut que ces biens et services soient achetés. Une société qui consomme plus est-elle vraiment en bonne santé ? Dans notre système capitaliste, il faut croire que oui. Pourtant, au vu des inégalités sociales à l'intérieur de ces grandes puissances, à l'augmentation constante des syndromes d'épuisement autant personnel que professionnel et à la prise d'anxiolytiques<sup>145</sup>, aux conséquences climatiques qui semblent nous emmener vers un désastre écologique, à l'influence sans précédent des multinationales sur les états au détriment de l'intérêt publique... il est évident que ce modèle économique va à l'encontre du concept de bonne santé d'une société.

Depuis une vingtaine d'années, un nouveau terme a fait son apparition, celui de la *décroissance*. Serge Latouche la définit comme :

un projet alternatif et complexe, la décroissance n'est ni la croissance zéro, ni la croissance négative, mais une matrice d'alternatives. Elle vise à nous faire sortir du

---

<sup>143</sup> Marie-Monique Robin, *Sacrée croissance*, 1h32', 2014, Vimeo [en ligne], disponible sur <https://vimeo.com/111022792>, [consulté le 12 février 2020].

<sup>144</sup> Définition provenant de [www.chefdentreprise.com](http://www.chefdentreprise.com), [en ligne], disponible sur <https://www.chefdentreprise.com/Definitions-Glossaire/Croissance-economique-245209.htm>, [consulté le 12 mars 2020].

<sup>145</sup> Oliver Monod, *La France fait-elle partie des plus consommateurs de médicaments dans le monde ?*, Libération, [en ligne], 2019, disponible sur [https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/29/la-france-fait-elle-partie-des-plus-gros-consommateurs-de-medicaments-dans-le-monde\\_1740068/](https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/29/la-france-fait-elle-partie-des-plus-gros-consommateurs-de-medicaments-dans-le-monde_1740068/), [consulté le 25 avril 2020].

cercle infernal de la création illimitée de besoins et de produits et de la frustration croissante qu'il engendre<sup>146</sup>

L'idée serait de s'affranchir du désir du « toujours plus », du « toujours plus vite » et revenir à des façons de vivre en adéquation avec la nature. Consommer localement afin de réduire la pollution liée au transport et créer de l'emploi dans son pays, acheter en ligne non pas sur *Amazon* mais se fournir chez des indépendants et attendre quelques jours de plus pour recevoir sa commande, réparer plutôt que de jeter, acheter des biens d'occasion, créer des monnaies locales pour ne pas subir les fluctuations de la bourse, établir des règles limitant la taille des entreprises, « « démarchandisation » de ces trois marchandises fictives que sont le travail, la terre et la monnaie<sup>147</sup> »... sont autant de façons d'agir contre notre système productiviste et nous montre que consommer différemment est une réelle arme politique. D'où l'intérêt d'investir plus de moyens dans l'éducation nationale et d'adapter les programmes afin de modifier les mentalités pour l'intérêt commun, et ce dès le plus jeune âge.

Dans un article de la revue québécoise *Inter : Art Actuel*<sup>148</sup>, Ariane Daoust nous rappelle les mots déclamés par Marcel Duchamp en 1961, dans une conférence nommée *Vers où allons-nous ?*. Les voici : « en marge d'un monde aveuglé par le feu d'artifice économique, [...] le grand artiste de demain [proposerait des] nouvelles valeurs saisissantes [qui mèneraient à une] révolution d'ordre ascétique ». Soixante ans plus tôt, l'artiste à l'urinoir dénonçait déjà la marchandisation de l'art, dont la qualité semble être évaluée par un prix et non par une intention. Mais alors comment allier art et décroissance ? Pour Ariane Daoust, il faut :

imaginer un art dont on ne parle plus en termes de production, d'objet, de performance ou d'exposition, mais qui pourrait plutôt se définir en termes d'énergie, d'intensité ou de manière d'être. Un art qui activerait l'activité paresseuse, le rien, la décréation et le désœuvrement. Il s'agit de penser un art qui, en dehors de la compétition permanente entre les individus, de l'obsession du « toujours plus », des idéologies du travail et de la performativité, cherche à créer par l'activation de la décroissance un mieux vivre-ensemble et plus de liens<sup>149</sup>.

---

<sup>146</sup> Serge Latouche, « Qu'est-ce que la décroissance ? », Constructif, no 31, [en ligne], janvier 2012, disponible sur [http://www.constructif.fr/bibliotheque/2012-2/qu-est-ce-que-la-decroissance.html?item\\_id=3136](http://www.constructif.fr/bibliotheque/2012-2/qu-est-ce-que-la-decroissance.html?item_id=3136), [consulté le 11 avril 2020].

<sup>147</sup> Ibidem.

<sup>148</sup> Ariane Daoust, *Vers un art de la décroissance*, Inter n° 121, [en ligne], 2015, disponible sur <https://www.erudit.org/fr/revues/inter/2015-n121-inter02146/79347ac/>, [consulté le 11 avril 2020].

<sup>149</sup> Ibidem.



Les artistes ont bien évidemment un rôle à jouer dans cette transition, celui de « réenchanter le monde<sup>150</sup> ». En tant que « spécialistes de l'inutile, du gratuit du rêve, des parts sacrifiées de nous-mêmes, devraient retrouver leur place et ouvrir une voie, ce qu'on pourrait appeler paradoxalement une « transcendance immanente »<sup>151</sup> » et permettent à l'homme de redonner un sens spirituel à son existence. *Lerouflaquette Consortium* ne prétend pas à un tel « réenchancement » mais en allant dans le sens contraire du dogmatisme productiviste, cette entreprise désintéressée financièrement met en exergue l'absurdité d'un système qui va à l'encontre de l'intérêt commun. En produisant des objets en édition limitée, dont la majeure partie des matériaux sont récupérés, et en les vendant à prix libre, elle vient donner une valeur symbolique à la notion d'inutilité. En revendiquant l'échec économique, *Lerouflaquette Consortium* promeut une façon alternative de produire et de consommer, celle de la décroissance.

### 2.2.2 L'improductivité

C'est dans mon peignoir offert par *La Redoute*, dans une commande datant de 2008, que j'entame cette partie ayant pour thème l'improductivité. La particularité de ce peignoir, si ce n'est son confort, est que le mot *zen* y est brodé. Comme si le fait d'inscrire cet état d'esprit japonais permettait d'y accéder plus facilement, et de faire savoir à son entourage que rien ne pourrait venir perturber cette sensation de tranquillité. Mais attention, l'habit ne fait pas le moine. Il n'est pas nécessaire d'être sur son trente et un pour effectuer un travail de l'esprit et d'enchaîner des expressions se rapportant à l'apparence. Ecrire sur l'improductivité relève d'une véritable performance, puisqu'elle en fait partie. Ces deux notions sont intimement liées, même si dans notre système productiviste cela peut paraître farfelu. Rappelons tout de même la définition de notre thème : « improductif se dit pour qualifier quelqu'un ou quelque chose qui ne rapporte aucun profit, aucun résultat positif, qui ne produit rien d'utile<sup>152</sup> » « qui ne contribue pas directement à produire des biens<sup>153</sup> ».

---

<sup>150</sup> Serge Latouche, *La décroissance*, Paris, Editions Que sais-je ?, 2019, p.121.

<sup>151</sup> Ibidem.

<sup>152</sup> [www.linternaute.fr](http://www.linternaute.fr), [en ligne], disponible sur <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/improductif/>, [consulté le 14 avril 2020].

<sup>153</sup> Ibid.



S'il y a un artiste qui a œuvré dans ce sens, c'est bien le croate Mladen Stilinovic. Auteur de *L'éloge de la paresse*, il met en avant le fait que la paresse fait partie intégrante de l'art. En voici un extrait :

La paresse est l'absence de mouvement et de pensée, du temps stupidement perdu – une amnésie totale. C'est aussi l'indifférence, regarder dans le vide, ne rien faire, l'impuissance. C'est la stupidité à l'état pur, un moment douloureux, une concentration vaine. Ces vertus de la paresse sont des facteurs importants dans l'art. Mais il ne suffit pas de les connaître, la paresse doit être pratiquée et perfectionnée<sup>154</sup>.

Une série d'autoportraits datant de 1978 intitulée *L'artiste au travail* le montre dormant dans son lit. Le message est simple et efficace et devient idiot par le reversement de la norme qu'il produit. La paresse devient une action, celle de ne rien faire. Et dans une société où elle est jugée négativement puisqu'elle ne produit rien de concret et d'échangeable sur un marché, faire preuve de paresse c'est agir contre la norme productiviste. Ainsi, pour Mladen Stilinovic, les artistes de l'Ouest ne font pas de l'art puisqu'ils passent leur temps à produire, à gagner de l'argent, à développer leur réseau... ils sont sous l'emprise d'une logique productiviste, privilégiant la quantité à la qualité, et pour reprendre les mots du natif de Zagreb, produisent « beaucoup de merde<sup>155</sup> ». Cela nous amène directement au *Secret de la création permanente* de Robert Filliou, secret qu'il ne faut pas hésiter à partager :

Le secret de la création permanente : quoique tu penses, pense autre chose. Quoi que tu fasses, fais autre chose. Le secret absolu de la création permanente : ne désire rien, ne décide rien, ne choisis rien, sois conscient de toi-même, reste éveillé, calmement assis et ne fais rien.

Et voilà qu'on se rapproche clairement du bouddhisme zen. Comme si ce 15 avril 2020, mon peignoir avait voulu me dire quelque chose. Mais Mladen comme Robert ne m'auront pas. Je continuerai à être efficace face à cette notion d'improductivité. Ne rien faire et ne plus produire d'art, c'est ce que le collectif YAWN a tenté de mettre en place entre 1990 et 1993, en lançant *la grève de l'art*<sup>156</sup>.

Nous appelons tous les artistes des Etats-Unis à déposer leurs instruments et à cesser de produire, de distribuer, de vendre, d'exposer ou de discuter de leur travail du 1<sup>er</sup> janvier 1990 au 1<sup>er</sup> janvier 1993. Nous demandons aussi aux galeries, musées, agences,

---

<sup>154</sup> Eloge complète à retrouver sur [dicocroate.over-blog.com](http://dicocroate.over-blog.com)., [en ligne], disponible sur <http://dicocroate2.over-blog.com/article-mladen-stilinovi-52003764.html>, [consulté le 22 avril 2020].

<sup>155</sup> Interview à retrouver sur [www.paperblog.fr](http://www.paperblog.fr), [en ligne], disponible sur <https://www.paperblog.fr/8770439/eloge-de-la-paresse-mladen-stilinovi/>, [consulté le 12 mai 2020].

<sup>156</sup> Cette grève s'inspire de Gustave Medzer a qui entama une grève de l'art de trois ans en 1977.



espace alternatifs, périodiques, théâtres, école d'art, etc., de cesser toute activité durant la même période.

Allant à l'encontre de la marchandisation et de la conceptualisation de l'art par une élite auto-proclamée, l'idée de YAWN était surtout de débattre quant au statut de l'art et de l'artiste. Dans ce manifeste, ils imaginent même un monde où l'art serait interdit, où il n'y aurait plus d'évasion et de distraction possible, ce qui permettrait de voir la réalité telle qu'elle est et ainsi de se concentrer sur les maux de notre société.

En 2013, deux artistes canadiens ont ouvert une résidence pour artistes d'un genre nouveau. Son nom ? Residency for Artists on Hiatus<sup>157</sup>. Les sélectionnés sont choisis, non pas pour une proposition artistique, mais au contraire pour une activité qui sort du champ de l'art. Ils doivent d'ailleurs être dans une période d'arrêt total de création artistique. Parmi les douze activités retenues depuis l'ouverture de cette résidence, il y a eu « l'ouverture d'un bar, la création d'un jardin biologique, la refonte d'un programme d'art par un directeur de département<sup>158</sup>... » Les sélectionnés doivent périodiquement écrire des comptes rendus décrivant les bénéfices tirés de cette expérience, qui sont publiés sur le site internet et accessibles au public. Une bourse mensuelle de trente dollars est allouée aux artistes en vacances. L'idée qui émane de ce projet est le fait que l'artiste est mis sous pression par le monde de l'art, qui attend de lui d'être productif. A travers cette résidence les artistes peuvent ainsi réfléchir à d'autres façons de vivre leur vie de manière créative, tout en restant zen.

« Ne produire rien d'utile ». Cette notion d'improductivité colle à merveille à la peau de *Lerouflaquette Consortium*. Ne rien produire d'utile, oui, mais d'utile pour un système capitaliste. Ni objet d'art, ni produit d'entreprise, comment alors les vendre ou les acheter ? Dans un système *poéticaliste* par contre, peut-être que qu'elle serait qualifiée d'entreprise productiviste. Mais ne rêvons pas, les utopies ne sont pas faites pour se réaliser.

---

<sup>157</sup> [www.recidencyforartistonhiatus.org](http://www.recidencyforartistonhiatus.org)

<sup>158</sup> Voir le catalogue de l'exposition *Grève de l'art* par Ariane Daoust sur <https://e-artexte.ca/id/eprint/29375/>.

### 2.2.3 La lenteur

Dois-je rédiger cette sous-partie sur le temps d'une journée, comme j'ai eu l'habitude de le faire pour les précédentes ? Où dois-je m'accorder plus de temps afin d'être en adéquation avec celle-ci ?

*Jour 1*

*Un autre éloge*

Produire plus, mais surtout produire plus vite ! Ce vieux couple indissociable n'a que faire des dégâts qu'il cause dans son passage. Pourtant, si leur union semble éternelle, un divorce pourrait bien être envisagé. Car oui, il semblerait qu'un fauteur vienne troubler le règne de la vitesse et de la quantité. Laissez-moi vous présenter la lenteur ! Dérivé de *lent*, elle trouve son origine avec le terme *lento* qui signifie « ployer, courber, prolonger, traîner en longueur ». Ainsi si je me déplace d'un point A à un point B avec lenteur, cela signifie que je vais mettre plus de temps que si je l'effectue avec rapidité. A la vue de cet exemple, mon inconscient me fait dire que me mouvoir lentement aurait quelque chose de négatif, de contre-performant et qu'il aurait mieux fallu être plus rapide. Cela vient sûrement du fait que désigner une personne comme « quelqu'un de lent », c'est considérer cette personne comme quelqu'un de stupide. Mais pas seulement, d'autres facteurs influencent mon jugement. Il y a aussi cette expression stipulant que « le temps c'est de l'argent<sup>159</sup> », le transformant en quelque chose de précieux. Cette marchandisation du temps qui passe ne va donc pas en faveur de la lenteur. Il s'agit de faire le plus de choses possibles en de moins en moins de temps. L'influence des technologies sur nos comportements ne l'aide pas non plus. Être joignable via internet à n'importe quel moment et à n'importe quel endroit agit comme une pression et nous oblige à des réponses instantanées. La société de consommation rend rapidement obsolètes des produits en parfait état de fonctionnement, puisqu'il y a sans cesse des versions améliorées qui sortent sur le marché. Culturellement, les sociétés de l'Ouest ne perçoivent pas le temps de la même manière qu'à l'Est. Chez nous, il est linéaire et a un début et une fin, alors qu'en Asie, il est perçu comme un cycle, et semble s'écouler avec moins de pression. Ces données participent ainsi à une culture de la vitesse. Pour l'auteur de *L'éloge de la lenteur*<sup>160</sup>, « tout le monde veut

---

<sup>159</sup> Benjamin Franklin.

<sup>160</sup> Carl Honore, *L'éloge de la lenteur*, Paris, Edition Marabout, 2005, 288 p.



savoir comment ralentir mais ils veulent savoir comment ralentir vraiment vite<sup>161</sup>». Heureusement le monde n'a pas attendu Carl Honore pour adopter des façons d'être et de faire prônant la lenteur.

## *Jour 2*

### *Le slow writing*

A la fin des années quatre-vingt est né le *slow movement*. L'acte déclencheur fut quand l'italien Carlo Petrini s'opposa à l'ouverture d'un *McDonald's* sur la Piazza di Spagna à Rome en 1986. Ce mouvement est né en réaction aux pressions exercées sur les populations par la modernité et sur ses dérives : hyperconnexion, tourisme de masse, restauration rapide, consommation à outrance... Ainsi cet état d'esprit s'est vu décliné dans une multitude de domaines : il y a la *slow food* qui s'oppose aux effets néfastes de l'industrie alimentaire, le *slow working* qui prône une réduction de temps de travail, le *slow sex* qui dénonce le productivisme coïtal, c'est-à-dire atteindre l'orgasme le plus rapidement possible, mais aussi la *slow TV*. Sur le principe d'Andy Warhol qui dans *Sleep*<sup>162</sup> avait filmé une personne pendant son sommeil durant 5h20, et l'Empire State Building<sup>163</sup> durant plus de six heures, la *slow TV* capte le temps qui passe au rythme de la nature. Sans artifices, elle nous donne à apprécier la réalité telle qu'elle est. Dans les pays scandinaves, il n'est pas rare de voir aux heures de grande audience des programmes diffusant un feu de cheminée, un trajet en train ou en bateau, le tout « sans aucune voix-off, ni commentaire<sup>164</sup> ». Evidemment cela est tout le contraire d'un blockbuster sous effets-spéciaux, où le rythme du montage agit sur le spectateur comme un stroboscope, l'hypnotisant tel un lièvre face aux pleins phares d'un véhicule lancé à centre trente kilomètres par heure sur une autoroute du nord de la France.

En 2004, l'artiste Julien Berthier invente un véhicule révolutionnaire, le *Para Site*<sup>165</sup>. Si pour l'industrie automobile, il s'agit plutôt d'un retour en arrière, pour la lenteur il s'agit d'un réel

---

<sup>161</sup> TED, *Carl Honore fait l'éloge de la lenteur*, [vidéo en ligne], 2005, disponible sur [https://www.ted.com/talks/carl\\_honore\\_in\\_praise\\_of\\_slowness?language=fr](https://www.ted.com/talks/carl_honore_in_praise_of_slowness?language=fr), [consulté le 27 mai 2020].

<sup>162</sup> Andy Warhol, *Sleep*, 321', noir et blanc, muet, 1964.

<sup>163</sup> Andy Warhol, *Empire*, 485', noir et blanc, muet, 1964.

<sup>164</sup> Dorothee Barba, *Vidéo : quatre heures de trajet en train pour apprendre à ralentir*, France Inter, [en ligne], 2019, disponible sur <https://www.franceinter.fr/emissions/capture-d-ecrans/capture-d-ecrans-08-janvier-2019>, [consulté le 12 décembre 2019].

<sup>165</sup> Julien Berthier a réalisé le Para Site lors d'une résidence à Mains d'œuvres.



progrès. N’avançant pas plus rapidement qu’un humain à pied, le *Para Site* a pour spécificité de ne pas être autonome. Fonctionnant à l’électricité, il faut pour qu’il avance le brancher sur une prise secteur. L’*Intervention-produit*, qui eut lieu dans les rues de Saint Ouen, a été captée en vidéo et nous montre d’une manière précise comment utiliser ce moyen de transport. Ainsi pour pouvoir se déplacer d’un point A à un point B, Julien Berthier doit frapper à la porte des Audoniens et des commerçants. Une fois le contact établi, il ne lui reste plus qu’à démarrer et à continuer son voyage. La longueur du fil électrique n’étant pas illimitée, il doit se garer, rebrousser chemin à pied, se débrancher et trouver une nouvelle âme charitable prête à lui dépanner un peu d’électricité. Et ainsi de suite. Créer une voiture faisant perdre du temps alors que tout pousse à en gagner, c’est remettre en cause la norme de la vitesse. Mais c’est surtout faire acte d’idiotie en inventant son propre système, celui du transport lent. En 2018, *Lerouflaquette Consortium* a rejoint la marche, en proposant au public le *vélo-souffleur*. Avec une vitesse maximale de sept kilomètres par heure, cette hybridation entre un vélo et un souffleur à feuilles permet de partir d’un point A pour rejoindre un point B en toute tranquillité. Parce qu’en en réalité qu’est ce qui nous oblige à nous déplacer rapidement ? Le trajet, aussi court soit-il, est un voyage entre deux positions. Profitons de ce moment pour prendre du recul...

### Jour 3

#### Des chiffres

Afin de confronter l’écriture d’une sous-partie en une journée à l’écriture en deux jours, effectuons un tableau comparatif quantitatif afin d’en retenir une analyse qualitative.

	1 jour : Décroissance	1 jour : L'improductivité	2 jours : La lenteur
nombre de mots	882	964	1054
nombre de citation	7	6	3
nombre de mots des citations	214	216	28
Ratio citation / total	24%	22%	2%
référence de bas de page	9	5	9
Références artistiques	4	5	5

## Jour 4

### Bilan

Quatrième et dernier jour d'écriture sur la lenteur. Je me sens tellement lent que j'ai l'impression d'être coincé dans le passé. Je regarde par la fenêtre et la planète semble être sauvée. Tout le monde marche main dans la main, au loin court un système économique égalitaire et les Orang-outan ont tellement de palmiers devant eux qu'ils préfèrent dormir par terre. Mais ce n'est qu'une impression. En réalité, nous sommes bien en 2020 et rien n'a encore changé. Et je ne suis pas là pour rêver mais pour effectuer un bilan comptable. Alors comptons. Si le nombre total de mots est équivalent, on dénombre quand même une différence de 172 mots entre la décroissance et la lenteur. La donnée intéressante nous vient du nombre de citations et du total de mots que représentent ces citations. Ainsi pour les sous-parties écrites en une journée, on remarque qu'elles sont deux fois plus nombreuses. Quant au nombre de mots de ces citations, il représente, pour ces sous parties que l'on qualifiera de *speed writing*, respectivement 22 % et 24% alors que le total de la sous-partie *slow writing* n'est qu'à 2%. Comment expliquer un tel écart ? L'hypothèse avancée est que n'ayant pas d'objectif à atteindre, qui est le fait d'écrire environ deux pages en une journée, la pression est moindre. Ainsi je ne suis pas dans une logique de remplissage et je vais puiser sur ma propre expérience et sur ma culture pour dépeindre un sujet. Mais cela n'est qu'une hypothèse. J'imagine que pour un statisticien de profession, la base comparative est peut-être trop légère pour pouvoir en tirer des conclusions. Dans tous les cas, voyez comme vous vous trouvez en plein cœur d'une mise en abîme littéraire puisque pour écrire ce mémoire, j'écris sur la façon dont est écrit ce mémoire.

#### 2.2.4 La non-efficacité

Qu'est-ce qui différencie la non-efficacité de l'improductivité ? Au vu des exemples donnés, notamment avec *L'éloge de la paresse*, l'improductivité témoigne d'un engagement dont l'objectif est atteignable. Mladen Stilinovic prône le « rien faire » et il le réussit à merveille. Residency for Artists on Hiatus propose de s'arrêter artistiquement mais pour que la résidence soit réussie, il faut s'engager dans une activité para artistique. Les membres de YAWN ont

arrêté de produire artistiquement. Il y a donc l'idée d'une action qui tend vers l'immobilité qui se dégage de ces propositions, action qu'il est possible de réussir. Ce qui les lie également, c'est un engagement revendicatif face au productivisme dans l'art.

L'efficacité est définie par le *Larousse* comme « un produit, une méthode, un appareil, etc., qui produisent l'effet attendu » « qui remplit bien sa tâche, qui atteint son but, qui aboutit à des résultats utiles ». La non-efficacité est selon moi à associer à l'idée d'une quête vaine, c'est-à-dire quelque chose dépourvu de sens. Dans *La Pluie (projet pour un texte)*<sup>166</sup>, Marcel Broodthaers sait que ce qu'il entreprend en 1969 ne fonctionnera pas. Dans cette vidéo, on le voit écrire un texte sur une feuille blanche dans son jardin bruxellois. Mais soudainement une pluie artificielle se met à tomber, rendant l'écriture impossible. Ses mots s'effacent au rythme des gouttes de pluie. Pourtant il continue, niant la quête vaine dans laquelle il s'est immiscé. Mais au bout de deux minutes il rend les armes. Son projet de texte restera un projet, il ne se réalisera pas. Il ne sera pas présenté à une maison d'édition et il n'en tirera aucun revenu. Mais nous ne pouvons nier la force poétique de cette œuvre. Se lancer dans une tâche aussi incongrue n'est pas sans nous rappeler Sisyphe et son rocher. *La Pluie (projet pour un texte)* est une ode à l'absurdité du monde et nous questionne ainsi sur le sens de nos vies et sur nos propres entreprises.

Il existe une approche de l'art singulière, celle du Nantais Régis Perray. Nous pouvons le considérer comme un artiste-nettoyeur. Depuis son examen aux Beaux-arts de Nantes où il y a brossé les marches de l'école, en passant par l'assainissement d'un cimetière polonais ou la remise en état des combles d'un musée à Roubaix, Régis Perray s'engage dans des actions de type décapantes. Mais celle qui nous intéresse aujourd'hui présente un caractère un peu plus idiot. En 1999, il est parti en vacances en Egypte et il a consacré celles-ci à balayer la route occidentale menant à la pyramide de Khéphren<sup>167</sup>. Muni d'un balai comme pinceau, il s'est lancé dans une œuvre monumentale : celle de repousser le sable. Objectif impossible à atteindre puisque le vent y effectuait son travail, celui de transporteur agréé de quartz, recouvrant ainsi la route à peine nettoyée. Pourtant des jours durant, il s'efforça dans la mission qu'il s'était donné, une mission impossible à réaliser. Seul face à l'immensité du désert,

---

<sup>166</sup> Marcel Broodthaers, *La Pluie (projet pour un texte)*, 1969, film 16mm noir et blanc, silencieux, Centre Pompidou, Paris.

<sup>167</sup> Voir *Balayage de la route occidentale vers la pyramide de Kréphre*, photographie présentée au Lieu Unique dans l'exposition Actif-Réactif, Nantes, 2000.





sa quête était perdue d'avance. Pourtant, en pleine conscience de son acte mais niant toute raison, Régis Perray, à « titre posthume », peut se voir attribuer le prix d'idiot de l'année.

En 2014, lors d'une résidence à la *Fabrica* de Brighton, l'artiste Claude Cattelain s'est lancé dans une action qui a bien failli lui coûter la vie. Son projet consistait à réaliser une vidéo par jour, soit quinze au total, mettant en lumière la cité balnéaire du sud de l'Angleterre. Au bout du second jour, il découvre une avancée en béton qui descend dans la mer. L'idée lui vient alors de protéger cet espace de la montée des eaux en tentant de repousser les flots à l'aide d'une raclette. Le dixième jour, face à la puissance des vagues gagnant en intensité, il fût plusieurs fois renversé, plaqué au sol sur le béton qu'il avait décidé de défendre. La caméra fût même emportée et il dût plonger à sa rescousse pour la récupérer. Si Marcel Broodtjers avait artificiellement créé son ennemi, assurant ainsi un contrôle sur la situation, Claude Cattelain s'est quant à lui confronté au déchainement d'un Poséidon qui avait mal dormi. Se lancer dans une quête vaine, c'est quelque chose que *Lerouflaquette Consortium* ne peut qu'approuver. Se lancer dans une quête vaine et dangereuse, c'est atteindre le degré suprême de l'idiotie. Car il n'y a pas besoin de vous expliquer scientifiquement, avec des schémas à l'appui, en quoi il est impossible de repousser la mer avec une raclette.

D'un point de vue économique, se lancer dans un projet de type *Lerouflaquette Consortium*, c'est prendre le parti de la non-efficacité. Car pour qu'une entreprise fonctionne, il faut qu'elle propose un bien ou service qui va être utile à quelqu'un. En résulte un échange pécunier qui permet de faire tourner l'entreprise. Mais au vu des produits proposés, il semblerait bien que ce ne soit pas le cas. Pourtant je dépense du temps et de l'argent en sachant très bien que l'entreprise ne pourra pas être rentable financièrement. Il y a donc l'idée d'un désintéressement qui permet à ce que *Lerouflaquette Consortium* ne fasse jamais faillite puisque les investissements matériels sont faibles et financés par mes fonds propres et que le seul employé à rémunérer, c'est moi. Ayant fait vœux de chasteté financière, cela n'est pas un problème. D'ailleurs pour pousser le concept *Lerouflaquetien* jusqu'au bout, s'il s'avérait que mon entreprise dégage un bénéfice deux années de suite, il faudrait tout simplement la dissoudre pour cause d'efficacité.

### 2.2.5 Le non-évènement

Derrière cette notion d'évènement se cache une définition au caractère subjectif : « ce qui arrive et qui a de l'importance pour l'homme » « fait historique marquant » « fait marquant de l'actualité ». Bien évidemment, l'importance d'un événement va dépendre de l'intérêt que chacun porte sur ce dit évènement. Pour l'Histoire de France, la bataille de Marignan est un fait marquant. La hausse du cours du blé suite aux incendies des champs russes est un fait marquant pour les agriculteurs français. Le transfert de Cristiano Ronaldo du Real Madrid à la Juventus de Turin est un évènement pour les passionnés de ballon au pied. L'interdiction des vols intérieurs en Suède est un fait important pour ceux souhaitant plus de justice écologique. L'annonce de la date et du lieu de la prochaine action de Roman Signer est pour moi un évènement. Pour autant, les actions de l'artiste suisse sont souvent qualifiées de non-évènement. Comment expliquer cela quand on connaît désormais la subjectivité de l'évènement ?

En communication, un non-évènement est défini comme un évènement très attendu mais qui finalement n'a pas le caractère exceptionnel espéré. Derrière cette définition se cache la notion de fiasco. Si ce dernier trouve son origine avec la panne sexuelle, elle n'en est pas moins synonyme d'échec entraînant de la déception. Pour quelqu'un qui se rend à une action de Roman Signer pour la première fois et qui ne connaît pas son travail, il y a des chances pour que cette personne soit déçue. Prenons un exemple concret que j'ai vécu qui va pouvoir servir de point de comparaison. En 2018, je me suis rendu au théâtre des Amandiers à Nanterre car une action de Roman Signer y était programmée. Après vingt minutes à pied jusqu'à la gare d'Amiens, après une heure et dix minutes de train jusqu'à la gare du Nord, après quarante minutes de RER jusque Nanterre, après dix minutes de marche jusqu'au théâtre et après une heure d'attente face au lieu qu'avait choisi Roman Signer pour son action, j'étais prêt. Allongé dans la pente donnant sur l'immense porte extérieure de la grande salle, mes yeux contemplèrent un lit à barreaux de nouveau-né, encerclé par des boîtes de conserves reliées entre elles par de la mèche explosive. Roman Signer était quant à lui assis sur une chaise, regardant son installation en attendant ce pourquoi il était là. Quelques minutes avant le début de son micro-spectacle, un assistant est venu remplir les conserves d'eau. Puis l'artiste suisse enfila un imperméable, enjamba le lit pour s'asseoir en position fœtale. Il s'empara d'un casque anti-bruit qui était déjà placé dans le lit et enfila sa capuche. Cinq secondes plus tard,

une détonation eût lieu, faisant jaillir à plusieurs mètres de haut des colonnes d'eau verticales depuis les boîtes de conserves. Ces sculptures aquatiques atterrirent sur l'homme redevenu enfant. Puis il quitta son temple protecteur. Temps total du spectacle : environ vingt secondes. Applaudissements et rires mélangés<sup>168</sup>, suivis d'un remerciement du créateur idiot.

Pour quelqu'un comme moi qui connaît le travail de Roman Signer, effectuer plusieurs heures de trajets pour un spectacle de vingt secondes, ça fait partie de l'œuvre. C'est ajouter de l'idiotie à une œuvre idiote et ça me réjouit d'autant plus. Mais la réception de l'œuvre peut être totalement différente et il est normal que le spectateur puisse être déçu ou qu'il ne se déplace pas. D'ailleurs, la majeure partie des personnes présentes travaillaient au théâtre des Amandiers. Si l'on compare la durée des spectacles de Roman Signer à celle des pièces de théâtre ou de danse ou aux long-métrages cinématographiques, il y a un gouffre. Son travail remet ainsi en question la norme temporelle dans l'économie du spectacle en donnant de l'importance à l'éphémère. Ici, comme pour toute représentation scénique, on effectue un trajet jusqu'au lieu, on s'assoie, on attend, on regarde, on applaudit... et on rit. On ne rit pas seulement par le caractère idiot de la scène, on rit aussi car il y a décalage avec la norme. Un spectacle n'est pas censé durer si peu de temps. C'est peut-être là où la qualification de non-événement prend son sens puisqu'il est une remise en question de la notion d'évènement et nous questionne sur les facteurs de rendement et de productivité. *Bett* est donc est à la fois évènement car accorder de l'importance à l'éphémère à la manière du Suisse est pour moi un fait marquant mais également non-évènement pour les raisons citées précédemment. Notons que d'un point de vue fonctionnel, nous ne pouvons pas parler de fiasco ou d'échec, puisque les actions du suisse fonctionnent, les détonations ayant bien eu lieu, l'eau lui retombant bien dessus. Cela nous montre qu'en fonction du point de vue sur lequel on se place, cette notion glisse aisément d'une subjectivité à l'autre.

C'est donc le travail de Roman Signer qui m'inspira l'arrivée en *vélo-souffleur* à la Maison de la Culture d'Amiens pour le vernissage de l'exposition intitulée *Hétérotopie* en 2018. Pendant une dizaine de minutes, une soixantaine de personnes ont attendu sur le parvis du lieu culturel, pour une action dont ils ignoraient la nature. Une caméra placée au centre de la place appuyait l'idée que quelque chose allait se passer. Puis, dans un son de souffleur à feuilles

poussé à sa puissance maximale, je traversai la place en n'effectuant qu'un cercle, avant de pénétrer dans l'exposition intérieure. L'action dura moins de soixante secondes, ce qui laissa peu de temps au public d'interpréter la chose. Là où il me semble avoir atteint mon objectif, c'est que plusieurs personnes m'ont demandé pourquoi cela n'avait pas duré plus longtemps. Ainsi un sentiment de frustration, voire de déception, s'était emparé de certaines personnes. Elles ont été touchées par le syndrome du non-événement. Si ces micro-spectacles, d'un point de vue temporel, sont ici mis en scène, il n'en demeure pas moins qu'il en existe une infinitude au quotidien qui ne sont pas prémédités : une feuille qui se décroche d'un arbre, un son dans la rue, un rayon de lumière sur un mur...

## 2.2.3 La réussite poétique

### 2.3.1 L'invention d'un espace utopique

L'utopie, c'est cet espace entre le rêve et la réalité. Elle est le fruit de mon imagination, et cette dernière aimerait bien la voir effective. Mais à peine elle se réalise, déjà elle disparaît. L'utopie est à la jonction de la pensée et du passage à l'acte. La reconnaître n'est donc pas une chose aisée puisqu'elle se matérialise d'une manière impalpable et furtivement. L'utopie est donc une idée, et sa réalisation lui retire son caractère utopique. Si elle est vouée à être éphémère, il n'en demeure pas moins qu'elle peut exister concrètement. Mais où ? Et comment juger ou mesurer son existence et sa durée ?

Si l'on juge les communautés qui ont tenté de réaliser leurs utopies sur le Monte Verità en Suisse à partir du début du vingtième siècle, nous pouvons dire que l'idée d'un espace matérialisé géographiquement, où des êtres-humains vivent reclus de la Société avec leurs propres règles, est utopique, et même hétérotopique. Des artistes ou écrivains comme Hermann Hesse, Hugo Ball, Otto Dix, Paul Klee... ont vécu sur ce mont haut de trois cent trente-deux mètres. Ils rejetaient la propriété privée, pratiquaient le végétarisme, vivaient nus, et les partis politiques étaient pour le moins du monde envisageables : « ils étaient

toléramment intolérants<sup>169</sup> ». Il y a donc ici une tentative de rapprochement avec la Nature, un retour aux sources dans le but de se débarrasser, ou du moins de s'éloigner le plus possible de nos affects primaires<sup>170</sup> et ainsi soulager sa conscience des maux stimulés et provoqués par la Société. Dans l'idée, nous sommes face une à une utopie. Ou plutôt à une tentative d'utopie, car même si pendant des dizaines d'années des rêveurs se sont retrouvés sur ce lieu, aujourd'hui le Monté Verità n'est plus chevauché par les pieds nus d'intolérants tolérants. Le jardin d'Eden qu'ils avaient imaginé a été rattrapé par la réalité.

Leurs rejets des normes et des conventions établies rejoignent ainsi mon sujet de recherche. L'idiotie en action, c'est un acte gratuit, non justifié par une fin. Il s'oppose ainsi à la raison, au bon sens et à la logique. L'idiotie est un joli pied de nez à ce qui nous est dicté, aux comportements que l'on doit adopter et à la façon dont nous devons organiser notre esprit.

Dans un monde utilitaire, parcouru par le réseau serré des signalisations, dans un univers pratique où tout s'est vu assigner une fonction, une valeur d'usage ou d'échange, l'entrée du clown fait craquer quelques mailles du réseau, et, dans la plénitude étouffante des significations acceptées, il ouvre une brèche où pourra courir un vent d'inquiétude et de vie<sup>171</sup>.

Si la fonction première d'une entreprise est de produire des marchandises ou des services qui seront par la suite vendues sur un marché, s'imaginer qu'une entreprise produirait des biens qui n'ont aucune valeur économique, ou plus loin encore une entreprise qui produirait du vide<sup>172</sup>, est idiot. Mais le simple fait de se l'imaginer peut créer en nous un début d'utopie. Un domaine qui échappe bien cette idée d'entreprise improductive absurde, c'est bien celui de l'art. Bien entendu, il existe un marché de l'art où les spéculateurs investissent à l'intérieur de ce marché comme s'ils investissaient dans des actions en bourse, et non parce qu'ils souhaitent posséder quelque chose d'unique. Parce que l'art, dans sa définition fonctionnelle la plus noble, est économiquement inutile. Une vidéo ne permet pas de tondre sa pelouse ou de pondre des œufs pour les revendre ensuite. Sa fonction est spirituelle. Et l'art se doit d'être utopique par la perception nouvelle qu'il nous offre sur le monde et a comme finalité,

---

<sup>169</sup> Colin Ward, *Walter Segal – Community Architect*, [ en ligne], disponible sur [www.segalselfbuild.co.uk/news/waltersegalbycol.html](http://www.segalselfbuild.co.uk/news/waltersegalbycol.html), [consulté le 26 avril 2019].

<sup>170</sup> Roger Pouivet, *Des arts populaires aux arts de masse. Cultures et arts populaires dans Les arts de masse en question*, sous la direction de Jean-Pierre Cometti, Bruxelles, La Lettre volée, 2007, p.15.

<sup>171</sup> Jean Starobinski, *Portrait de l'artiste en saltimbanque*, Paris, Gallimard, 2004, 128 p.

<sup>172</sup> Voir l'exposition d'Yves Klein dites du « vide » en 1958.

l'amélioration de nos conditions de vie par le refus de ce qui nous est imposé comme marche à suivre. L'art et l'utopie, c'est la volonté d'un monde meilleur, ou du moins dans un premier temps, d'un monde plus acceptable.

En 1967, Michel Foucault donna une conférence<sup>173</sup> où il poussa plus loin la réflexion sur l'utopie, et nous proposa à réfléchir quant à la notion d'hétérotopie. L'hétérotopie est pour le philosophe un lieu délimité géographiquement, régie par ses propres règles où les comportements humains sont régis par ces dites-règles. Par exemple, il est normal que le silence règne dans une bibliothèque et qu'à l'opposé il soit permis de hurler dans une discothèque. On parle alors d'utopie concrète. Et contrairement aux utopies, les utopies concrètes existent, et sont observables, mesurables, et quantifiables. Si l'entreprise *Lerouflaquette Consortium* relève d'une démarche utopique, celle d'un système économique basé sur l'échange de biens et services inutiles, elle existe pourtant concrètement. Le *Flaquette Shop* est un lieu délimité géographiquement et spatialement où il sera possible d'acheter de l'inutile, c'est en tout cas le comportement qui est espéré. Mais au-delà de la marchandise, c'est bien la pensée Lerouflaquetienne qui sera acquise.

### 2.3.2 La poétisation du quotidien

Qui de mieux pour passer de l'utopie à la poétisation du quotidien que Philippe Quesne ? Le metteur en scène a pour habitude de créer des pièces où des petites communautés inventent des mondes, comme dans *La mélancolie des dragons*, où un groupe de hard-rockers édifie un parc d'attractions mobile et éphémère ou dans *L'effet de Serge* où Serge transforme son domicile en salle de spectacle. Le point commun entre ces deux pièces est l'utilisation d'objets du quotidien dont la fonction est détournée. Mais avant toute analyse, laissez-moi vous conter le monde de Serge.

Nous sommes dans un appartement, ou plutôt une maison comme le laisse deviner cette baie vitrée donnant à voir sur un jardin, éclairé par des lumières au sol. Puis en un instant, une épaisse fumée vient inonder cet espace végétal et laisse apparaître, dans la plus grande des surprises, un cosmonaute. Ce cosmonaute c'est Serge, et il nous décrit avec beaucoup de

---

<sup>173</sup> Michel Foucault, *Des espaces autres*, [en ligne], disponible sur [https://www.youtube.com/watch?v=lxOruDUO4p8&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=lxOruDUO4p8&feature=emb_title), (consulté le 20 avril 2019).

précisions ce que nous allons voir durant la pièce dont il est le héros. Tous les dimanches Serge convit des amis, devant lesquels il compose un spectacle qui ne dure pas plus de trois minutes. Il crée des effets spéciaux à partir de choses faisant partie de notre quotidien : il fait clignoter les phares d'une voiture à travers de la fumée, sur le rythme de la *Marche des Valkyries*. Il habille une voiture télécommandée d'une boîte, qu'il fait se déplacer dans l'espace tel un danseur effectuant une chorégraphie. De même pour un hélicoptère miniature qui se meut au rythme de la musique. Et ses amis sont ébahis devant ces effets spéciaux d'une grande simplicité. Lors d'une interview à la suite du spectacle, Philippe Quesne confiera que les comédiens, en dehors de Gaëtan Vourc'h qui incarne Serge, sont dans l'improvisation de leurs mouvements et de leurs paroles, mais répondent quand même à certaines règles. Ils devaient par exemple toujours demander la permission à Serge s'ils voulaient toucher un objet, ou ne devaient s'exprimer que par l'intermédiaire de réflexions positives. L'improvisation a ici pour effet de renforcer l'atmosphère de la pièce, où le temps semble suspendu. Le peu de dialogue, les longs silences, confèrent un caractère très visuel à cette création et permettent une certaine contemplation. On s'étonne devant des petits riens et des grands tout, et les choses qui composent le quotidien nous apparaissent poétisées et sublimées.

Cette réappropriation des objets du quotidien, Michel de Certeau en a fait son sujet d'étude. En 1980, le philosophe publie ainsi *L'invention du quotidien. 1 Arts de faire*<sup>174</sup>. Cet ouvrage met en lumière le fait que dans les récits que l'on cherche à nous imposer, comme celui de la croissance, l'homme ordinaire trouve un espace où il réinvente des manières d'employer ces récits :

A une production rationalisée, expansionniste autant que centralisée, bruyante et spectaculaire, correspond une autre production, qualifiée de « consommation » : celle-ci est rusée, elle est dispersée, mais elle s'insinue partout, silencieuse et quasi invisible, puisqu'elle ne se signale pas avec des produits propres mais en manières d'employer les produits imposés par un ordre économique dominant<sup>175</sup>.

Nous distinguons donc deux types de production. La première étant la production de biens, celle-ci cherchant par la normalisation à nous imposer des comportements à adopter, ainsi que des modes d'emploi rationnels sur la façon d'utiliser ces biens. Le deuxième type de production, que l'on trouve à l'intérieur de la consommation, est la manière dont sont

---

<sup>175</sup> Michel de Certeau, *L'invention du quotidien. 1 Arts de faire*, Paris, Gallimard, 2002, p. 37.



employés ces biens par l'homme ordinaire. Ainsi, Michel de Certeau nous révèle qu'il existe une forme de résistance par rapport aux systèmes auxquels nous obéissons. Quand Serge utilise les feux de sa voiture pour créer des effets de lumière pour son spectacle, il contourne l'utilisation première de la voiture, qui est de se déplacer d'un point A à un point B. Serge, par l'usage détourné du bien qu'il a acquis, invente un espace qui vient déjouer la rationalisation fonctionnelle imposée par le constructeur automobile. Le philosophe oppose ainsi la notion d'*usage prescrit*, ici par Ford ou Renault, à la notion d'*usage réel*, qui est le clignotement des phares. Il existe donc des failles à l'intérieur du système qui permettent de s'en libérer, aussi infimes soient-elles. Utiliser un souffleur à feuilles pour propulser un vélo ou s'emparer de bouées de baignage pour faire flotter des plantes, c'est exploiter ces failles, c'est détourner leur fonction originelle.

### 2.3.3 Le détournement économique

Cette notion de détournement, on l'a doit aux situationnistes et notamment à Guy Debord et Gil J Woman. Pour faire court, le situationnisme fut un mouvement révolutionnaire fondé en 1957 dont le désir premier était de changer le fonctionnement du monde. S'inspirant de la pensée dadaïste, ils rejetaient une société bourgeoise et plus spécifiquement une société devenue marchande. Cette critique de la marchandisation, c'est celle de de *La société du spectacle*<sup>176</sup>. Guy Debord y dénonce l'aliénation des individus par une société de consommation utilitariste qui crée des désirs superficiels et influence nos rapports sociaux comme avec les modes vestimentaires par exemple. « Comment échapper à cette fausse vie avec des faux désirs, une vie d'aliénation et d'aveuglement, une vie de labeur et d'exploitation où le temps en dehors du travail est devenu une obligation<sup>177</sup> ». Les situationnistes souhaitaient accroître l'épanouissement personnel de l'individu dans « un monde ludico-amoureux où l'on réussit à harmoniser délicieusement l'ensemble des subjectivités radicales » comme le dit si bien Noël Godin<sup>178</sup>. Ainsi un des moyens qui a été mis en place pour diffuser leurs idées est celui du détournement. En 1956 Guy Debord et Gil J. Wolman donc, publient

---

<sup>176</sup> Voir l'ouvrage de Guy Debord, *La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 208 p.

<sup>177</sup> Karel Vanhaesebrouck, *théâtre public – Internationale Situationniste, Théâtre, Performance*, n°231, 2019, p.99.

<sup>178</sup> Interview réalisé par Karolina Svobodova dans *théâtrepublic – Internationale Situationniste, Théâtre, Performance*, n°231, 2019, p.96.





dans le périodique belge surréaliste *Les lèvres nues* le *Mode d'emploi du détournement*.

Laurent Jean-Pierre a fait pour nous un résumé en trois points de cette méthode :

*séparation* d'un matériau à l'intérieur d'une œuvre déjà existante ;  
*modification* de cet élément sélectionné ; *combinaison* d'autres éléments.  
Le détournement n'est donc pas un plagiat au sens strict, mais plutôt son contraire, non pas une imitation littérale mais un emprunt modifié<sup>179</sup>.

Le détournement est utilisé comme un moyen de dépasser l'art du passé en proposant de corriger celui-ci, car il véhicule des idées jugées obsolètes, comme la séparation avec la vie quotidienne. Ainsi, toutes les formes artistiques sont détournées, du cinéma à la bande dessinée. Des plans sont supprimés, d'autres sont ajoutés, des bulles sont effacées, des nouveaux textes sont collés. Le détournement situationniste peut donc être qualifié d'artistique puisqu'il emprunte et modifie des œuvres venant de l'art majeur ou mineur comme les photos de magazines ou de comics étatsuniens. Mais qu'en est-il du détournement économique Lerouflaquetien ?

Un été où je travaillais comme barman, ou plutôt mixologue pour utiliser un terme français, je fis la rencontre d'un artiste belge nommé François Laurent. Il me confia qu'il organisait des ventes d'un produit bien spécifique. Il s'agissait de pièces de vingt centimes belges qu'il était possible d'échanger contre vingt centimes belges. Quel intérêt me direz-vous ? Et bien la pièce que vous récupérez avait subi une légère modification : l'effigie du roi Albert II, qui est frappée sur l'argent, se voyait affubler d'un nez de clown rouge. Ainsi des pièces détournées circulent actuellement dans l'économie européenne. Le détournement économique est donc le fait d'emprunter un produit et de le modifier. C'est ce qu'a fait *Lerouflaquette Consortium* avec la *Gamme Anti-Bien-Etre*. En empruntant le graphisme de marques pharmaceutiques et leurs formats, j'ai modifié le nom des produits, conférant ainsi des fonctions idiotes à ces médicaments. Leur présentation sur le bar où je travaillais faisait croire à des remèdes classiques, ce qui attirait l'œil du passant avant qu'il ne se rende compte de la supercherie. Il n'est évidemment pas sain d'ingérer du glyphosate comme il est irréal de s'appliquer de la crème de crise existentielle. Ce moyen ludique permet ainsi de parler de sujets graves.

---

<sup>179</sup> Laurent Jean-Pierre, dans *Critique - Retournement du détournement – Copier, voler : les plagiaires*, [en ligne], 2002, disponible sur [https://www.academia.edu/6100312/\\_Retournements\\_du\\_d%C3%A9tournement\\_Critique\\_num%C3%A9ro\\_s\\_p%C3%A9cial\\_Copier\\_voler\\_les\\_plagiaires\\_663\\_664\\_ao%C3%BBt\\_septembre\\_2002\\_pp\\_645\\_659](https://www.academia.edu/6100312/_Retournements_du_d%C3%A9tournement_Critique_num%C3%A9ro_s_p%C3%A9cial_Copier_voler_les_plagiaires_663_664_ao%C3%BBt_septembre_2002_pp_645_659), [consulté le 8 avril 2020].



Notons ici qu'il s'agissait d'une autre *intervention-produit*. Il en est de même pour la *Cabane à squatte*, où une maisonnette permettant l'éveil des enfants par le fait de jouer au plus grands a été détournée en lieu de squatte. Bansky, dans son magasin *Gross Domestic Product*, proposait également un produit du même type. Il s'agissait d'un kit de jeu intitulé *Early Learning Counting Set* où étaient représentés des figurines d'un policier et un camion de transport. Apprendre à compter tout en jouant à attraper des migrants. Au-delà du détournement de marchandises issues de notre économie, c'est bien le modèle de l'entreprise qui est détourné. Les codes, comme la déclaration à l'URSAFF ou la division départementale qui permet une meilleure efficacité dans ce qui est entrepris, sont respectés ; cependant le sens premier d'une telle démarche est inversé. *Lerouflaquette Consortium* produit de l'inutile pour économiquement ne rien gagner, dans un souci de remise en question du modèle entrepreneurial et de la façon de consommer des biens et des services.

#### 2.3.4 Jouez !

J'aime dire que *Lerouflaquette Consortium* est une blague matérialisée à l'intérieur de laquelle on trouve une multitude d'autres blagues. Le *Larousse* définit la blague ainsi : « histoire plaisante imaginée pour amuser ou pour tromper ». Derrière cette définition, c'est la notion de jeu qui joue à cache-cache. Maintenant que nous l'avons trouvée, ayons une discussion avec lui.

Du latin *jocus*, qui signifie plaisanterie, le jeu est une « activité d'ordre physique ou mental, non imposée, ne visant à aucune fin utilitaire, et à laquelle on s'adonne pour se divertir, en tirer un plaisir<sup>180</sup> ». Ainsi le jeu est une caractéristique de l'idiotie, puisque l'idiotie c'est jouer avec les normes, c'est les mettre à nu, les désacraliser et les réinventer. Ce jeu a commencé il y a plus d'un siècle, dans le quartier latin à Paris. Dans les années quatre-vingt du dix-neuvième siècle à une heure qui nous est inconnue, des groupes de personnes se forment et se retrouvent au cabaret du Chat Noir. On retiendra les *Hydropathes*, les *Hirsutes*, les *Zutistes* ou les *Jemenfoutistes*. Tous ont pour point commun, un esprit qualifié de fumiste<sup>181</sup>. Cet esprit,

---

<sup>180</sup> Larousse, [en ligne], disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/jeu/44887>, [consulté le 12 mai 2020].

<sup>181</sup> Voir Daniel Grojnowski, *Aux commencements du rire moderne. L'esprit Fumiste*, Paris Éditions José Corti, 1997, 329 p.



c'est celui de ne pas prendre parti et de tout tourner en dérision, surtout les choses les plus graves, par l'intermédiaire du jeu de mots et du second degré. Un individu qui en faisait partie, dont la plume a traversé les âges et qui portait une moustache comme plumage, a pour nom Alphonse Allais. Si vous le voulez bien, laissez-moi vous en parler. Le mieux serait pour commencer de donner quelques phrases sales qui lui sont propres : « Les familles, l'été venu, se dirigent vers la mer en y emmenant leurs enfants dans l'espoir souvent déçu, de noyer les plus laids », « Il faut prendre l'argent là où il se trouve, c'est-à-dire chez les pauvres. Bon d'accord, ils n'ont pas beaucoup d'argent, mais il y a beaucoup de pauvres », « Pour la chasse aux lions : vous achetez un tamis et vous allez dans le désert. Là, vous passez tout le désert au tamis. Quand le sable est passé, il reste les lions » et pour terminer « Comment, recevant l'eau d'une quantité énorme de fleuves, la Méditerranée ne déborde pas ? La Providence a prévu cette catastrophe et a mis des éponges dans la mer<sup>182</sup> ». S'il gagnait sa vie en tant que journaliste humoristique, il produisit des jeux de mots qui dépassaient le papier pour devenir image. En témoigne sa série de monochromes peints sur toile dont l'une est rouge et ayant pour titre *Récole de la tomate par des cardinaux apoplectiques au bord de la mer rouge* en 1882. Il faut savoir qu'à l'époque, casser du sucre à l'aide d'une cuillère sur le dos courbé du dogmatisme cléricale n'était pas chose courante, l'État et l'église n'étant point séparés. Cette toile sera présentée au salon des incohérents, où l'organisateur Jules Levy invitait tous ceux ne sachant pas dessiner ou sculpter à venir exposer. Notons que l'incohérence traduit quelque chose manquant de sens. Dans le cas de ce salon, il s'agissait de dénoncer l'académisme qui ne validait qu'un seul sens à l'art et qui rejetait les autres. Une autre année, il y exposa une sculpture en terre cuite, qu'il nomma le plus simplement du monde *Pomme de terre cuite*. Alphonse Allais présentera même aux élections législatives de 1893 le personnage de Capitaine Cap et tournera en dérision le système politique en proposant des idées inutiles.

Les fumistes nous montrent que jouer avec le langage est source de créativité et qu'à partir d'un jeu de mots des univers peuvent être créés. Il me paraît évident qu'une bonne partie des idées nous viennent par le langage. Que l'on se parle à soi-même ou que l'on discute avec un semblable, c'est bien des mots que l'on emploie. Alphonse Allais les utilise comme matière, comme un peintre utilise de la peinture. Il joue avec leur sens premier et nous les donne à lire

---

<sup>182</sup> Ouest-France, [en ligne], disponible sur <https://citations.ouest-france.fr/citation-alphonse-allais/comment-recevant-eau-quantite-71782.html>, [consulté le 1 juin 2020].



dans de nouveaux espaces, là où l'on n'a pas l'habitude de les voir. Ainsi en pensant aux éponges dans la Méditerranée, l'idée d'un *kit inondation* me vient à l'esprit et pourrait être commercialisé par *Lerouflaquette Consortium*. Les expressions toutes faites sont aussi une bonne source d'inspiration. *L'éclaircisseur d'idées* sera bientôt une structure portable que l'on attache comme un casque et permettra de diriger une lampe vers sa tête, afin d'y voir plus clair. Associer des mots dont les sens semblent éloignés est également un système permettant de matérialiser des jeux de mots en objets. Je pense ici à des produits actuellement en cours de conception dans le département *Production* : le *marteau-guimauve* qui permet d'enfoncer des clous sans bruit et le *pistolet-blanc* dont la fonction est de corriger des fautes d'orthographe à distance. Le jeu de mots a pour conséquence de provoquer l'humour, parce qu'il est quelque chose qui surgit d'une façon inattendue par rapport à la norme. Enfin ce qui est drôle pour l'un, ne l'est pas forcément pour l'autre.

### 2.3.5 Créer du lien social

Si nous avons étudié le jeu d'un point de vue linguistique, dans les années soixante, Allan Kaprow, Robert Filliou ou les situationnistes souhaitaient étendre cette notion à la société entière. Déjà, ils reprochaient à l'art d'être séparé de la vie, puisqu'il était devenu une marchandise comme une autre. Aujourd'hui encore, seule une poignée d'artistes produit des œuvres, vendues sur un marché à des spectateurs/consommateurs passifs.

La surestimation du facteur économique dans la société et dans l'esprit humain était, en un sens, le fruit naturel du rationalisme et de l'utilitarisme qui avaient tué le mystère et déclaré l'homme affranchi de faute et de péché. [...] Tel était le XIXe siècle, vu sous son pire aspect. Les grands courants de sa pensée allaient presque droit à l'encontre du facteur ludique dans la vie sociale. Ni le libéralisme, ni le socialisme ne fournirent à celui-ci d'aliment<sup>183</sup>

Pour l'historien, Johan Huizinga, si l'homme a été qualifié de *sapiens* ou de *faber*, il mérite également le qualificatif de *ludens*, c'est-à-dire l'homme qui joue. « Le jeu est plus ancien que la culture. [...] Les animaux n'ont pas attendu l'arrivée de l'homme pour qu'il leur apprit à

---

<sup>183</sup> Johan Huizinga, *Homo ludens - Essai sur la fonction sociale du jeu*, Gallimard, Paris, 1988, p.307-308. Cité Dans Florent Schmitt, *L'art comme jeu – Pratiques et utopies*, thèse présentée à l'université de Strasbourg, 2015.



jouer<sup>184</sup> ». Mais l'utilitarisme a fait perdre à l'homme cette faculté de jeu. Ainsi l'objectif des dernières avant-gardes artistiques fut de réintroduire le jeu dans l'art et l'art dans la vie. Le jeu possède un caractère subversif. « Pour Kaprow et les situationnistes il s'agit d'utiliser le jeu comme outil de changement social<sup>185</sup> ». Pour cela ils développèrent des nouvelles façons de créer, comme avec le happening d'Allan Kaprow où l'objet d'art n'existe plus et est remplacé par des actions participatives. Il y a également les œuvres environnementales où le spectateur est invité à venir jouer, comme dans *Yard*, où des centaines de pneus étaient dispersés dans la cour d'une galerie<sup>186</sup>. Ce furent les premiers cas d'art participatif. Il souhaitait ainsi abolir la position de spectateur pour que celui-ci devienne acteur dans un souci d'échange mutuel. Ceci fût une première étape dans le processus d'abolition de la séparation entre art et vie, afin de remettre un peu d'humanité là où celle-ci avait disparu.

Les inventions de l'artiste contemporain Benedetto Bufalino pérennisent cette volonté de rapprochement. En choisissant l'espace public comme lieu d'intervention, il transforme la rue en véritable musée, ce qui met l'art directement au contact de tous. Son sujet de prédilection, c'est le quotidien et les objets qui le composent. Et ses objets préférés semblent bien être les véhicules de transport motorisés, de la voiture au camion de chantier. Il les récupère et les transforme, les détourne de leur fonction originelle. Ainsi, il existe à ce jour *Le bus piscine*, *La Fiat Coupé friterie*, *Le camion bétonnière boule à facettes*, *La FORD Mondeo à pizza*, *La Peugeot 206 table de ping-pong...* Leur point commun, si ce n'est que ces créations possèdent toutes quatre roues, est l'importance de la place du spectateur. Si elles existent en tant qu'objet artistique autonome, il faut pour que l'œuvre soit complète que le spectateur l'active par sa participation. Ainsi, il faut des gens qui dansent devant le *Camion Bétonnière boule à facettes*, il faut des personnes qui viennent se nourrir aux voitures, d'autres qui viennent se baigner, échanger des balles... L'œuvre est la rencontre entre les spectateurs qui deviennent des acteurs par leur contribution. Il y a l'idée de regarder avec le corps, de faire appel à son imagination par le tactile.

---

<sup>184</sup> Ibidem, p.15.

<sup>185</sup> Florent Schmitt, *L'art comme jeu – Pratiques et utopies*, thèse présentée à l'université de Strasbourg, 2015, p.197

<sup>186</sup> Allan Kaprow, *Yard*, Galerie Martha Jackson Pollock, 1967.

C'est dans la même intention participative qu'a été pensée *Immobilisons-nous !* Cette performance, plus proche d'Allan Kaprow que Benedetto Bufalino car aucun objet ne fût produit, a permis la réunion d'une trentaine de personnes. Elle fut conçue comme un jeu où les pions furent remplacés par des instruments permettant de déplacer l'air afin de ralentir la vitesse de rotation de la Terre. *Immobilisons-nous !*, c'était surtout l'idée idiote d'organiser un geste collectif, geste qui n'aurait pas eu le même impact sans la participation de ces trente co-créateurs. Au-delà de cette ode à la lenteur, du lien, peut-être aussi fin que la soie d'un ver, fût créé entre des inconnus, notamment avec la fête organisée à la suite du ralentissement de la Terre. Il est en de même avec la *lance à bout-carré* qui peut être activée en tant que « pousse-pote », et qui permet ainsi de pousser délicatement d'autres personnes et de rentrer en communication avec ces dernières. Derrière *Lerouflaquette Consortium* se cache la volonté de rapprocher les gens en les faisant participer à un projet visant à déconstruire les normes et les dogmes imposés, pour que chacun prenne conscience qu'il est primordial de trouver son propre sens.

# À la tchine!

Dans une habitude aléatoire, nous buvions parfois des jus de houblons, le plus souvent offerts par les clients. J'insiste sur ce dernier point par peur que mon employeur ne me lise. La première fois que cela arriva, et que le nectar fut prêt à boire, nous fûmes surpris par la tringue verbale de Bernard : « A la tchine ! » Contraction de *à la tienne* et de *tchine*, notre protagoniste, le plus sincèrement du monde, venait de transfigurer le banal. Ce mélange d'expression fit date, et nous prîmes pour habitude de placer le « à la » un peu partout : « à la merci », « à la salut », « à la d'accord »... Référence directe au décalage grammatical que Bernard nous avait offert, nous nous mîmes à jongler avec les mots et les expressions sous un nouvel angle.

# Partie 3

L'idiotie lerouflaquetienne  
est  
une chimère



### 3. L'idiotie Lerouflaquetienne est une chimère

**CA Y EST !** Dernière ligne droite entamée. On retient son souffle, c'est bientôt terminé. Et n'allez pas croire que *Lerouflaquette Consortium* est un croisement entre un lion et une chèvre. Si j'utilise le terme de chimère, c'est simplement pour convoquer une image évoquant l'hybridité. A suivre.

#### 1. Le produit et l'œuvre

Lorsque l'on me demande quelle est ma pratique, il m'est difficile de répondre que je fais de la sculpture, même si cette dernière se définit par l'action de « tailler la pierre, le bois, etc., avec divers outils, en vue de dégager des formes, des volumes d'un effet artistique. Créer une œuvre d'art à trois dimensions par tout procédé, y compris le modelage<sup>187</sup> ». Cette définition est donc imputable à mon porte-château de neige, mais je me dois d'apporter un commentaire. Il va s'agir d'une sculpture si l'on porte un regard artistique sur cet objet. Si on l'observe d'un point de vue fonctionnel, qui est le fait de pouvoir transporter ce que l'on appelle en québécois un phare ou un château de neige en français, il ne s'agit plus d'une sculpture mais d'un objet utilitaire. Traditionnellement la sculpture appartient au champ de l'art tandis que l'utilitaire serait plus l'affaire de l'artisanat. Si on additionne l'esthétisme au fonctionnel, on arrive dans le champ du design... Ces multiples lectures d'un même objet montrent la difficulté que l'on éprouve à définir l'art contemporain. Comment et où puis-je placer le PCDN ?

Question que je ne me pose pas en tant qu'artiste mais ma fonction de chercheur m'incombe de répondre. Et je pense qu'il nous faut partir du côté de la notion d'hybridité. Mes objets seraient des *produits-œuvres* et relèveraient d'une démarche *propoétique*. Mais avant toute chose, tentons de mettre un cadre à la notion d'œuvre d'art et à celle de produit.

---

<sup>187</sup> Larousse, [en ligne], disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/sculpter/71655>, [consulté le 12 mai 2020].



## 1.1 Le produit

### 1.1.1 Quelques notions fruitières

Dans sa définition générale, le produit est un objet technique répondant à besoin, il a une fonction utilitaire. Il est aussi « ce qui naît d'une activité de la nature ou de l'homme ». Une pomme est ainsi le produit d'un pommier, mais elle aussi le produit du travail de la personne qui a planté cet arbre. Cette pomme peut également être qualifiée de bien. Un bien, comme un produit, est « une chose susceptible de faire l'objet d'une appropriation par un individu, et sur laquelle le droit de propriété est par conséquent applicable <sup>188</sup> ». Ainsi la personne possédant le pommier peut décider de manger cette pomme, soit directement, soit en format tarte, ou de la vendre. Libre à elle, nous ne sommes pas là pour la juger. Mais si finalement elle vend quand même cette pomme, c'est qu'en face il y a quelqu'un pour l'acheter. Cette personne, c'est le consommateur. Ce consommateur l'a peut-être achetée directement à l'arboriculteur ou peut-être qu'il a dû la choisir parmi une multitude d'autres variétés de pommes dans l'étalage d'un hypermarché situé au plein cœur d'une zone commerciale à la périphérie d'une métropole. Et c'est là que la notion de produit se spécialise : il existe la notion de produit marketing. A l'origine, la pomme est produite pour satisfaire un besoin primaire, qui est ici le besoin de se nourrir. Dans cet hypermarché, notre consommateur nommé Boris, a eu le choix entre des pommes produites sur le territoire français et d'autres produites en Nouvelle-Zélande, comme la *Pink Lady*. Sa couleur si rosée et sa chair si sucrée aura eu raison de notre acheteur. Disponible toute l'année, ce qui n'est pas possible pour nos pommes française saisonnières, la Pink Lady aura conquis le cœur de Boris un matin d'hiver l'année précédente. Ainsi le produit marketing relève du positionnement stratégique d'une marque, que ce soit au niveau du prix ou de l'image. Ici, avec son nom attrayant et la petite étiquette posée délicatement à même sa peau, on nous montre comment a travaillé le service marketing de cette marque de pommes. Mais il s'avère qu'aujourd'hui et ce depuis *la fabrication du consentement*<sup>189</sup>, l'on invente non pas des produits, mais des besoins. Comme celui de pouvoir manger des pommes n'importe quel jour de l'année. Si cela est valable pour la pomme, il est en est de même pour tous les autres fruits et légumes. Nous faisons ainsi face

---

<sup>188</sup> Définition à retrouver sur [www.wiki-compta.com](http://www.wiki-compta.com), [en ligne], disponible sur [http://www.wiki-compta.com/bien\\_\(economie\).php](http://www.wiki-compta.com/bien_(economie).php), [consulté le 26 mai 2020].

<sup>189</sup> Edward Herman, Noam Chomsky, *La Fabrication du consentement : De la propagande médiatique en démocratie*, Paris, Agone, 2008, 653 p.

à une profusion de l'offre alimentaire. Le fait est que cette profusion de l'offre et des besoins générés est valable pour n'importe quel autre type de produit, du papier hygiénique à quadruple épaisseur à la voiture automobile avec pneus auto-chauffants jusqu'au stylo-parapluie. Bienvenue dans ce que nommait déjà Jean Baudrillard en 1970, la société d'abondance.

### 1.1.2 Partout des produits

Dans son essai intitulé *La société de consommation*, le sociologue français Jean Baudrillard met en lumière ce nouveau métarécit qui régit les sociétés où la croissance est vécue comme un indicateur de bonne santé. Si le moyen-âge était régi par le bien et le mal, les sociétés industrielles sont aujourd'hui basées sur une nouvelle dualité, celle de la consommation et de sa dénonciation<sup>190</sup>. Ce que remarque dans un premier temps Jean Baudrillard, c'est la multiplication et la profusion des produits et des services. Ceci a pour conséquence de provoquer « une mutation fondamentale dans l'écologie de l'espèce humaine<sup>191</sup> ». Un changement de paradigme a eu lieu :

Nous vivons le temps des objets : je veux dire que nous vivons à leur rythme et selon leur succession incessante. C'est nous qui les regardons aujourd'hui naître, s'accomplir et mourir alors que, dans toutes les civilisations antérieures, c'étaient les objets, instruments ou monuments pérennes, qui survivaient aux générations d'hommes<sup>192</sup>.

Si l'homme proche de la nature vivait au rythme des saisons et des récoltes, l'homme moderne vit au rythme des catalogues. Chaque année, telle une pomme ayant terminé sa croissance, un nouveau modèle de machine à laver est mis sur le marché, rendant les précédentes désuètes. L'obsolescence programmée n'aide évidemment pas la longévité des produits : elle nous démontre cette obsession du renouvellement effréné des objets.

Cette abondance de produits, il lui faut un lieu où être vendue. Ce lieu c'est le centre commercial ou plutôt son évolution, nommé par le sociologue, drugstore. Ce dernier est plus qu'un simple magasin, il est la combinaison de l'acte d'achat et de la promenade ludique. Ainsi les drugstores sont conçus comme des sortes de parcs d'attractions où il est possible de

---

<sup>190</sup> Jacob Peter Mayer, préface de *La société de consommation*, Editions Denoël, Paris, 1970, p.14.

<sup>191</sup> Jean Baudrillard, *La société de consommation*, Editions Denoël, Paris, 1970, p.17

<sup>192</sup> Ibidem, p.18

s’amuser dans des arcades de jeux-vidéos, de jouer au bowling, de se restaurer tout en faisant ses courses alimentaires et d’y ouvrir un compte en banque. La décoration n’est pas oubliée, ainsi fontaines et reproduction de places de villages sont au rendez-vous. Mais là où ce type de lieu va plus loin, c’est qu’il mélange centre commercial et centre culturel. On y trouve des cinémas et des librairies proposant des films et des livres pour le grand public ou pour ceux en quête d’œuvres plus pointues pour satisfaire leur matière grise. Il y en a pour tous les goûts.

Nous sommes au point où la consommation saisit toute la vie, où toutes les activités s’enchaînent sur le même mode combinatoire, où le chenal des satisfactions est tracé d’avance, heure par heure, où « l’environnement » est totalement climatisé, aménagé, culturalisé<sup>193</sup>.

Qu’il est plus facile d’aller au drugstore qu’à la forêt ! Ainsi il est possible de baigner dans une mer de produits, de sentir le va et vient de leur contact, sans forcément les acheter. Mais sentir leur présence chaleureuse est aussi rassurant que les murs d’une église. Ne nous en privons pas, puisque c’est prescrit ! Et comme si il n’y en avait pas assez sur Terre, Elon Musk prévoit le lancement d’onze mille neuf-cent quarante-trois satellites pour deux mille vingt-cinq<sup>194</sup>.

Les médias de masse et la publicité ont ainsi participé à transformer notre quotidien en une célébration permanente de l’objet. Un autel d’un nouveau type aura permis un culte d’un nouveau genre, celui de l’objet roi. Un jour, un ami du nom de Pierre-Alexis me fit cette remarque : « les archéologues du futur devront comprendre pourquoi, dans quasiment toutes les habitations, le mobilier était tourné dans une même direction ». Si cela vous rappelle les prières musulmanes, qui doivent être faites en direction de la Mecque, c’est normal. L’idée derrière cette affirmation n’en est peut-être pas si éloignée. Pierre-Alexis faisait bien sûr référence au poste télévisé, machine permettant la propagation de la parole divine consumériste. Ainsi, assis sur notre canapé, nous devenons une proie facile pour les rouleaux compresseurs que sont les créateurs de besoins. « Ce que nous vendons à Coca-Cola, c’est du temps de cerveau humain disponible ». Voici ce qu’en 2004, Patrice Lelay, directeur de TF1, offrait à ses annonceurs. Tout est marchandise, surtout l’esprit.

---

<sup>193</sup> Ibidem, p. 23

<sup>194</sup> Roland Lehoucq et François Granner, *Starlink : les dommages collatéraux de la flotte de satellites d’Elon Musk*, [en ligne], disponible sur <https://theconversation.com/starlink-les-dommages-collateraux-de-la-flotte-de-satellites-delon-musk-135330>, [consulté le 28 mai 2020].



### 1.1.3 Flying Tiger Copenhagen

Etudions le cas d'une chaîne de magasin danoise nommée *Flying Tiger Copenhagen*. Créée en 1995, la marque compte aujourd'hui plus de neuf cent boutiques réparties à travers le monde. Son offre est répartie entre des objets de décoration, des produits fonctionnels de tous les jours et des outils servant aux loisirs créatifs. Jusqu'ici, il s'agit d'une offre classique mais pour se démarquer, l'enseigne mise sur le design de ses objets et sur des prix vraiment très bas. D'ailleurs il y a plus d'argent investi en image que dans la qualité des matériaux. Mais ce qui nous intéresse aujourd'hui ce sont les autres types de produits que vend la marque. En effet, entre un cahier à la décoration végétale et une bouteille d'eau ayant reçu le prix du design allemand en 2016, il y a des gadgets, c'est-à-dire des objets futiles et amusants, dont l'efficacité est mise en doute. Leurs prix étant également futiles, on se laisse facilement tenter par l'achat d'un étron en plastique à un euro, un billard de poche pour deux euros cinquante ou une dinde en plastique au cri empli de nostalgie pour soixante centimes. Ces produits sont souvent pensés comme une bonne idée de cadeaux puisqu'ils provoquent toujours une réaction amusée chez celui qui va recevoir le présent. Et pour en avoir reçu, je peux vous affirmer que c'est le cas. « Parce que la vraie valeur ne réside pas dans les produits que nous possédons, mais dans les expériences que nous partageons<sup>195</sup> ». Mais une fois l'expérience partagée, l'objet est rapidement abandonné, attaché à un arbre sur une aire d'autoroute, espérant tristement le retour de son ancien maître. Evidemment investir autant de matériaux pour des expériences aussi fugaces a un coût élevé pour la Terre, même si la marque se vante de la respecter. Il faut savoir que le tigre volant de Copenhagen participe amplement à pérenniser l'abondance d'objets puisque plus de trois-cents nouvelles références sont mises sur le marché mensuellement.

Au-delà de la dénonciation consumériste, il y a pourtant certains éléments que je ne trouve pas si éloignés de *Leroufflaquette Consortium* ou de certaines œuvres d'arts. En effet, l'acte de miniaturiser des objets ou à l'inverse de les agrandir est quelque chose de courant dans le monde de la création. Modifier l'échelle d'objets faisant partie intégrante de notre quotidien provoque toujours une réaction chez le spectateur, puisqu'un décalage évident avec la norme est produit. Il s'agit pour cela de regarder les sculptures géantes de Claes Oldenburg ou les

---

<sup>195</sup> [www.flyingtiger copenhagen.com](http://www.flyingtiger copenhagen.com), [consulté le 18 mai 2020].



miniatures de Kevin Yates<sup>196</sup>. Alors quelle est la différence entre un billard miniature de chez Flying Tiger ou un pylône électrique de Kevin Yates ? Evidemment le tigre volant cherche le profit financier tandis que l'artiste nous fait vivre une expérience idiote grâce à un décalage avec la norme. Mais attendez, ce n'est pas aussi l'intention revendiquée par la firme danoise ? Si l'expérience du billard est vécue dans un magasin, celle du pylône est vécue dans un musée. Pour autant j'ai comme l'impression d'avoir réagi de la même manière face à la miniaturisation de ces objets.

L'expérience idiote, ajoutée à la possibilité d'acheter les produits à faible coût, est un autre point commun avec *Lerouflaquette Consortium*. Un *marteau-guimauve* vendu à deux euros aurait très bien sa place dans l'étalage d'une de ces boutiques. La différence entre les deux entités est que les produits ludiques danois sont vendus parmi d'autres gammes d'objets, qui eux sont fonctionnels et ont une utilité concrète pour le consommateur, comme une tasse, un stylo ou un cahier. Mon magasin quant à lui ne proposera que des objets inutiles et ludiques en édition limitée. Il n'y a donc pas la même possibilité d'enrichissement financier à part si un investisseur débourse une somme conséquente, puisque je vous le rappelle, mes produits seront vendus à prix libre.

## 1.2 L'œuvre

### 1.2.1 Des objets sans notice

Il est courant de sentir que l'art contemporain est décrié : « cela n'a pas de sens », « même un enfant de huit ans aurait pu le faire<sup>197</sup> », « ceci n'est pas de l'art » ... les exemples ne manquent pas et il en va de même pour les actes de vandalisme que subissent les œuvres contemporaines. La gifle reçue par Paul McCarthy en est un témoignage. Placer un sapin de Noël géant ayant la forme d'un plug anal dans un lieu bourgeois est un sacrilège. Le bon goût et l'académisme qui avaient tenté de barrer la route aux avant-gardes historiques trouvent

---

<sup>196</sup> J'ai eu l'occasion de voir une sculpture de l'artiste au musée des beaux-arts du Canada où un pylône électrique arboré d'un lampadaire projetant de la lumière était exposé.

<sup>197</sup> A ce propos, Banksy a fait dessiner son rat sur des tasses par des enfants de huit ans. Elles furent en vente sur [www.grossdomesticproduct.fr](http://www.grossdomesticproduct.fr). L'artiste a précisé dans la description de l'objet que cette démarche avait justement été entreprise pour contrer ce préjugé.

encore écho dans notre société actuelle. Mais pourquoi tant de haine provenant des néophytes comme des érudits ? Pour répondre à cette question il semblerait nécessaire de tenter de définir ce qu'est une œuvre d'art. Pour percevoir un objet comme tel, il faut « connaître les traits par lesquels une œuvre est dite d'art et les poser sur l'objet que l'on a en face de soi<sup>198</sup> ». Cela fait donc appel à une culture que l'on possède, à des connaissances spécifiques du milieu de l'art, à une grille de lecture que l'on connaît. Mais cela est également influencé par ce que l'on appelle la doxa. En grec ancien, doxa signifie « opinion », « avis », « jugement », « rumeur ». Elle se définit par « l'ensemble des opinions communes aux membres d'une société et qui sont relatives à un comportement social. Chez Edmund Husserl, elle est un ensemble des croyances et des idées non-objectives<sup>199</sup> ». L'art traditionnel que j'ai évoqué précédemment par l'intermédiaire de Paul Ardenne et par opposition à l'art contextuel, est plutôt facile à identifier. Sculpture, peinture, architecture ont été des siècles durant les formes d'art admises par l'académisme, jusqu'à l'arrivée de *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*<sup>200</sup>. Époque qui a vu naître ces deux nouveaux moyens d'expression que sont le cinéma et la photographie. Si aujourd'hui il n'y a aucun doute quant à leur caractère artistique, au début du vingtième siècle, cela faisait encore débat. Il en est de même aujourd'hui pour l'art utilisant le numérique ou détournant les outils des technologies de l'information. Ils ne sont pas encore communément admis comme des mediums artistiques, même si je pense que le temps fera son travail.

Aujourd'hui l'art dépasse le concept rétinien<sup>201</sup>, c'est-à-dire l'idée que l'œuvre d'art ne serait qu'un objet de contemplation associé au concept de beauté. Mais cela est loin d'être accepté par le plus grand nombre. Ce modèle traditionnel est selon Anne Cauquelin basé sur *La critique du jugement* d'Emmanuel Kant et serait donc dépassé puisque qu'elle date de 1790... A travers cet ouvrage, le philosophe allemand examine la façon dont on juge une œuvre, et met en avant le fait que le jugement, tout comme l'œuvre, sont désintéressés. Une œuvre ne sert qu'à la contemplation esthétique, et ne possède pas de fonction utilitaire, comme la brosse à

---

<sup>198</sup> Anne Cauquelin, *Petit traité d'art contemporain*, Paris, Edition du seuil, 1996, p.12.

<sup>199</sup> Larousse, [en ligne], disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/doxa/26675>, [consulté le 12 mai 2020].

<sup>200</sup> Walter Benjamin, *L'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Allia, 1936, 73 p.

<sup>201</sup> Voir Marcel Duchamp, *Where we go from here*, discours donné au Philadelphia Museum College of Art, [en ligne], mars 1961, disponible sur <http://centenaireduchamp.blogspot.com/2019/04/les-3-conferences-de-md.html>.



cheveux qui sert à l'être humain à se brosser les cheveux. Cela peut également servir de râteau, mais ce n'est pas pour ça qu'elle a été inventée. L'œuvre d'art, au regard de la doxa, se doit d'être un objet sans notice, sans explications, un objet libre d'interprétation où le spectateur doit pouvoir laisser libre cours à son imagination. « Les objets à notice sont donc limités par leurs fonctionnalités. Ils sont destinés à, prévus pour<sup>202</sup>. » Alors si nous suivons ce raisonnement, il faudrait faire abstraction de tous les objets qui composent notre quotidien. Il faudrait exclure du champ de l'art toutes ces créations utilitaires qui facilitent la façon dont nous évoluons dans notre environnement. Quelle aberration ! « Tandis que certains s'occupent ainsi de l'esthétisation de la vie quotidienne, d'autres entendent montrer que cette vie quotidienne recèle déjà des images qui méritent l'attention des esthètes<sup>203</sup> ».

### 1.2.2 Des objets avec notice

Les collages cubistes de Picasso ou de Braque, les dadaïstes, les surréalistes... ont fait entrer des objets du quotidien dans le champ de l'art, allant contre la prédominance des matériaux nobles comme le bronze ou le marbre. Après la seconde guerre mondiale, les mouvements comme Fluxus, les nouveaux-réalistes ou le pop-art, ont fait disparaître le mur qui séparait les médiums en catégories bien distinctes, rapprochant l'art et la vie. « La modernité s'autorise des formes et des images déjà admises dans l'environnement quotidien<sup>204</sup> ». César expose des compressions de voitures, Arman collectionne des objets industriels qu'il assemble ensuite, Warhol reproduit des boîtes de *Brioll...* ces formes ne sont plus l'expression d'une individualité comme pouvait l'être l'expressionnisme abstrait de Jackson Pollock, mais sont des miroirs de la société. Et ces objets sont connus de n'importe qui, chacun les utilisant dans son quotidien. Ils sont à l'origine des objets avec des notices puisqu'ils ont été créés pour une fonction précise : se déplacer pour les voitures, mesurer le temps<sup>205</sup> ou faire sa lessive. Il s'agit ici de *l'usage prescrit* théorisé par Michel de Certeau. L'art moderne va même jusqu'à devenir un objet de consommation courante : Victor Vasarely s'introduit dans le milieu de la publicité et refait le logo de Renault, des robes imprimées en op art sont disponibles à la vente, Ben

---

<sup>202</sup> Anne Cauquelin, op. cit, p.60.

<sup>203</sup> Catherine Millet, *L'art contemporain, histoire et géographie*, Paris, Edition Champs arts, 2006, p.37.

<sup>204</sup> Catherine Millet, op. cit., p.39.

<sup>205</sup> Arman, *O'Clock*, 1998.



Vautier écrit ses phrases sur des trouses, des coussins ou des agendas. Notons également l'importance des produits dérivés des œuvres que l'on trouve imprimés sur des tee-shirts par exemple, dont les marques de « fast fashion » n'hésitent pas à s'emparer.

Ainsi nous avons fait face à un décloisonnement à l'intérieur du champ de l'art, que nous pouvons appeler intradisciplinaire, mais également un décloisonnement interdisciplinaire. L'art se combine avec la musique, le théâtre, l'architecture, la littérature ou la bande-dessinée mais aussi avec la biologie, la géologie, la médecine, le droit, la mécanique, l'économie, la vie quotidienne... la liste étant infinie. L'identification de l'œuvre d'art devient alors plus complexe car la grille permettant sa lecture s'est complexifiée à mesure que les artistes sont sortis et continuent de sortir des sentiers battus. Plus complexe, mais surtout plus riche.

## 2. L'hybride

### 2.1 Hybride : quelques notions diverses et variées

Ma rencontre récente avec le terme d'hybride fut lors de ma lecture de l'ouvrage de Marshall McLuhan, *Pour comprendre les médias*, qui interroge la façon dont les médias influencent nos comportements. Dans le chapitre intitulé *L'énergie hybride*, l'intellectuel canadien affirme que le croisement de deux médias mobilise nos sens d'une manière nouvelle :

l'hybridation ou la rencontre de deux médias est un moment de vérité et de découverte qui engendre des formes nouvelles. Le parallèle entre deux médias, en effet, nous retient à une frontière de formes et nous arrache à la narcose narcissique. L'instant de leur rencontre nous libère et nous délivre de la torpeur et de la transe dans lesquelles ils tiennent habituellement nos sens plongés<sup>206</sup>.

Il prend pour exemple, l'invention du magazine, qui croise à la fois article de fond et reportage photographique. Ceci a eu pour conséquence de dépasser ce genre littéraire qu'est la nouvelle. Mais le processus d'hybridation se trouve dans d'autres domaines que celui des médias.

Du côté de l'étymologie, le terme latin « hydryda » a pour signification « sang mêlé », ce qui nous emmène vers la biologie. Un hybride est ainsi un individu issu de l'accouplement de deux

---

<sup>206</sup> Marshall McLuhan, *Pour comprendre les médias*, Paris, Seuil, 1977, 404 p.

êtres, animaux comme végétaux, venant d'espèces différentes et dont les caractéristiques génétiques vont être mélangées. Mais il manquera un petit quelque chose à la descendance issue de ce tête à tête : la capacité de se reproduire. Ainsi le ligre, qui est issu de la rencontre entre une lionne et un tigre, ne pourra pas donner d'autres ligres s'il s'avérait qu'il rencontre un ligre au détour d'un plan d'eau fréquemment fréquenté par les ligres. Si cette rencontre peut avoir lieu naturellement, elle est souvent provoquée par la main de l'homme. Ainsi :

le terme d'hybridation s'applique à une opération de croisement, dans le but d'exploiter certaines qualités appartenant à des espèces, des races, ou même, dans une acceptation plus large, à des variétés ou à des individus différents. Les partenaires seront donc sélectionnés pour un ou plusieurs caractères particuliers intéressants [...]. Généralement, l'hybride qui en résulte manifeste une vigueur exceptionnelle que l'on appelle hétérosis<sup>207</sup>.

Cette notion d'hétérosis fait écho à la pensée de Marshall McLuhan, qui disait que « comme la fission ou la fusion, les croisements ou hybridations des médias libèrent une énergie et une puissance nouvelles immenses<sup>208</sup> ».

La notion d'hybride est récemment apparue dans le secteur de l'automobile avec les fameuses voitures hybrides, alliant la motorisation essence à la motorisation électrique, dans un souci d'économie de pétrole et de limitation de la pollution. En effectuant une pause sur internet après la fin de la prose précédente, j'ai découvert un article paru sur le site du *Courrier International*, annonçant la création d'un prototype de trottinette électrique gonflable ayant la capacité de tenir dans un sac à dos. L'article parle alors « hybride entre un scooter et une trottinette électrique<sup>209</sup> ». Ça ne pouvait pas mieux tomber. Si ce terme vient à l'instant d'être employé dans l'article, il s'avère que cette notion trouve racine dans l'histoire humaine depuis belle lurette.

En effet le terme de chimère nous vient de la mythologie grecque et plus particulièrement de l'Illiade d'Homère. La chimère y est alors décrite comme une créature issue d'un croisement entre un lion, une chèvre, un serpent et un dragon. Bellérophon chevauchant Pégase fût chargé d'éliminer cet hybride maléfique cracheur de flammes. Chimère peut être en effet être

---

<sup>207</sup> Georges Barski, *Hybridation*, Universalis, [en ligne], disponible sur <https://www.universalis.fr/encyclopedie/hybridation/>, [consulté le 10 mai 2020].

<sup>208</sup> Marshall McLuhan, op. cit., p.95.

<sup>209</sup> *Courrier international*, *Prototype. Venue du Japon, cette trottinette électrique gonflable rentre dans un sac à dos*, [en ligne], 2020, disponible sur <https://www.courrierinternational.com/article/prototype-venue-du-japon-cette-trottinette-electrique-gonflable-rentre-dans-un-sac-dos>, [consulté le 1 juin 2020].

définie comme « une idée sans rapport avec la réalité », « un produit de l'imagination, une illusion<sup>210</sup> ». Ce terme possédait ainsi une fonction symbolique, celle de justifier l'existence humaine par des images. Derrière cette image chimérique se cache la notion de « monstre », c'est-à-dire un être vivant de conformation anormale et à la composition extraordinaire. Ainsi le monstre fut chassé, exposé dans des foires comme le fut Joseph Merrick<sup>211</sup>, ou est aujourd'hui moqué, mis à l'écart. Paul Ardenne a consacré tout un chapitre à ce sujet : « victime innocente d'un traquenard biologique, le monstre l'est en prime du voyeurisme des gens normaux, et se découvre comme tel voué à cet autre traquenard qu'est la scène<sup>212</sup> ».

Hybride est également utilisé pour parler du brassage des cultures. Mais ceci est à prendre avec des pincettes. En effet, d'un point de vue occidental, le terme d'hybride évoque une certaine dualité : il y a le noir « ou » le blanc. Mais pourquoi ne pas penser qu'il y a le noir « et » le blanc ? Le colonialisme a fait naître l'idée qu'il y aurait un centre et une périphérie<sup>213</sup>, et que le centre serait jugé plus « pur » et influencé par une périphérie jugée hybride. Si cette idée de « pureté » tend à s'estomper, l'idée de centre et de périphérie quant à elle demeure. Selon Edward Said, « toutes les cultures s'interpénètrent, aucune n'est solitaire et pure, toutes sont hybrides, hétérogènes, extrêmement et sûrement pas monolithiques<sup>214</sup> ». Et n'oublions pas que, étant issus de deux parents hétérogènes, nous sommes tous hybrides.

Ces divers exemples nous montrent « qu'il n'y a pas une seule et correcte définition de l'hybridité : elle change en se répétant, mais elle se répète aussi en changeant<sup>215</sup> ». Ainsi en fonction des situations, un même terme peut être employé et son interprétation est donc à nuancer. Tout comme l'idiotie.

---

<sup>210</sup> Larousse, [en ligne], disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/chim%C3%A8re/15341>, [consulté le 3 juin 2020].

<sup>211</sup> David Lynch a adapté l'histoire de cet homme au cinéma dans *Elephant man* en 1980.

<sup>212</sup> Paul Ardenne, *L'image corps. Figures de l'humain dans du XXe siècle*, Editions du regard, Paris, 2001, p.381.

<sup>213</sup> Raimi Gbadamosi, *Pour ce que ma mixture intéresse*, dans *Hybridation et art contemporain*, ouvrage collectif sous la direction de Raphael Cuir, Paris, Editions Al dante et Aica, 2012, p.67.

<sup>214</sup> Edward W. Said, *Culture et impérialisme*, Paris, Ed. Fayard, Le Monde Diplomatique, 2000, p. 29. Cité dans Emmanuel Molinet, *L'hybridation, un processus décisif dans le champ des arts plastiques*, Université de Lorraine, Strasbourg, 2012, p.20.

<sup>215</sup> Robert Young, *Colonial Desire*, Londres, Routledge, 1995, p.27 cité dans Raphael Cuir, *Hybridation et art contemporain*, Edition Al dante et Aica, Paris, 2012, p.17.

## 2.2 Hybride et art contemporain

Les sciences humaines et sociales ont pour fonction d'ordonner le monde et de classer les choses suivant des critères. Mais c'était sans compter sur les artistes.

Aujourd'hui de très nombreuses œuvres hybrident les catégories, désordonnent et réordonnent librement, nous incitent à échapper à toute logique préétablie afin d'explorer le potentiel de significations du monde que nous habitons et transformons à mesure qu'il nous fabrique<sup>216</sup>

Initié par les dadaïstes, notamment avec les collages de Raoul Hausmann et de Hannah Höch, l'hybridité intradisciplinaire et interdisciplinaire trouvera son écho dans l'art après la seconde guerre mondiale grâce au décloisonnement des catégories continuée par Fluxus, Allan Kaprow, les néo-dadaïstes ou l'Arte povera<sup>217</sup>. Cette hybridité est d'ailleurs une des caractéristiques de la postmodernité même s'il n'existe pas « d'art hybride ». Effectivement cela serait culoté de catégoriser une notion qui justement évince les cases. L'hybridation dans l'art s'apparente surtout à une méthode de création, consciente comme inconsciente, faisant intervenir différents domaines pour « la richesse polysémique dont elle est porteuse<sup>218</sup> ». Selon Raphael Cuir, il existerait deux types d'hybridation. La première intervient au niveau de la conception de l'œuvre et de l'intentionnalité et n'est pas forcément visible à l'œil nu. La seconde se repère visuellement et plastiquement via la confrontation de matériaux par exemple, jugés éloignés. Dans les deux cas, il y a l'idée d'une rencontre, le fruit de cette rencontre étant la création d'un entre-deux, d'un espace ni tout à fait l'un, ni tout à fait l'autre, un espace instable où les propriétés réciproques des différents éléments gravitent autour d'une chose « incatégorisable » puisque anormale. L'hybridation « nous pousse à voir autrement en nous plaçant face à l'inévidence<sup>219</sup> », remettant ainsi en question ce qui est établi.

Anne Coquelin utilise le terme d'hybride pour désigner les installations : « hybrides par la diversité des matériaux et l'appel à des techniques et à des domaines divers<sup>220</sup> ». L'installation

---

<sup>216</sup> Raphael Cuir, *ibid.*, p.21

<sup>217</sup> Je pense ici à l'œuvre évolutive de Giovanni Anselm datant de 1968 et intitulée *Senzo titolo (Struttura che mangia)* où un bloc de marbre est associé avec une salade. En 1969, avec *Untitled (12 horses)* Jannis Kounellis a également fait preuve d'hybridation en invitant des chevaux dans un musée.

<sup>218</sup> Raphael Cuir, *ibidem*, p.37.

<sup>219</sup> *Ibidem*, p.37.

<sup>220</sup> Anne Cauquelin, *op. cit.*, p.157.

permet de réunir en un endroit toutes les catégories, tous les domaines et tous les genres. Pour Elisabeth Couturier l'installation c'est aussi l'action de « mixer des objets, des outils, des pratiques en utilisant des manières différentes de produire de l'art : détournements, métissage, greffes, altérations ou hybridations<sup>221</sup> ». Elle permet à l'artiste une liberté d'expression sans précédent puisqu'il peut faire appel à tout ce qui l'intéresse et à tout ce qui va servir son propos. Ainsi cela lui permet de s'affranchir des supposées limites de l'art. J'ai résumé pour vous les conséquences des hybridations que permet l'installation<sup>222</sup> :

- Création de télescopes inattendus.
- Génération de ramifications inédites.
- Transgression des frontières.
- Emergences de nouveaux contenus et de nouvelles formes artistiques grâce aux relations inédites créées entre les objets, les pratiques et les techniques.

Ainsi, hybridation et idiotie sont intimement liées, puisque si l'on réfléchit quant aux conséquences précédemment citées, on remarque que l'hybridation permet la création de contenus singuliers. Cependant toute hybridation n'est pas idiote dans le sens où l'idiotie va à l'encontre du dogmatisme, du sérieux, de la posture héroïque... Ce que peuvent être des œuvres hybrides.

C'est ce qu'a fait l'artiste anglais Dominic Wilcox en 2016 en créant la première exposition d'art contemporain dédiée aux chiens, intitulée *Play more*<sup>223</sup>. L'espace a ainsi été transformé en une installation géante composée d'autres installations. En effet, tout le lieu a été pensé comme une sorte de parc d'attractions où des artistes ont été invités à réaliser des installations faisant appel à la participation du public canin. Ils pouvaient ainsi sauter dans une gamelle géante remplie de balles couleur croquette, passer sous des gamelles-fontaine, suivre un frisbee sur un écran vidéo ou contempler des peintures. Cette installation est donc une hybridation entre un musée, qui est un espace d'exposition, et un parc d'attractions, c'est-à-dire un lieu où l'on s'amuse. La rencontre de ces deux entités crée donc une exposition ludique. Mais le croisement qui nous met devant *l'inévidence*, c'est celui du monde des

---

<sup>221</sup> Elisabeth Couturier, *L'installation quintessence de l'hybridation dans l'art contemporain*, dans *Hybridation et art contemporain*, ouvrage collectif sous la direction de Raphael Cuir, Edition Al Dante et Aica, Paris, 2012, p.51.

<sup>222</sup> Ibidem, p.52.

<sup>223</sup> Cette exposition est une commande d'une compagnie d'assurance anglaise.



humains et du monde des animaux. Il y a rapprochement entre notre intellect et notre sensibilité avec celui et celle des non-humains. En consacrant aux canidés un évènement artistique, Dominic Wilcox remet en question la norme qui voudrait que l'art soit quelque chose qui nous est réservé. Les spectateurs à quatre pattes étant accompagnés par des bipèdes, on note également une hybridation du public réagissant face aux œuvres, c'est-à-dire un public inter-espèce. Le caractère idiot de cette exposition se perçoit dans l'humanisation des chiens et l'idée que l'on peut se faire d'eux face à une telle proposition. Car les chiens ne vont pas soulever un débat face à une œuvre, ils ne vont pas faire d'association avec d'autres artistes, ils ne vont pas discuter du prix avec le galeriste. Cela est réservé à l'humain.

Note pour moi-même : *Peinture pour taupe* sera une exposition dédiée à un public composé uniquement de taupes.

### 3. L'hybridité du Porte-Château-de-Neige

Mon récent voyage au Québec durant sa période hivernale, a été l'occasion d'étendre la gamme de *Lerouflaquette Consortium*. Après une étude approfondie du terrain, je me suis rendu compte qu'un élément était présent à chaque coin de rue et sur chaque branche d'arbre. Il s'agissait de la neige. S'il est courant par chez nous d'édifier des châteaux de sable, il est de coutume au Canada d'ériger des châteaux de neige. Mais le constat fut le même qu'en France : rien n'était prévu pour les ramener à son domicile. Le département *Stratégie* fut de suite réuni et la décision de solliciter le département *Production* fût prise. Ainsi naquit le *Porte-Château-De-Neige (PCDN)*. L'expérience apportée par le *Porte-Château-De-Sable* me permit de créer un objet aux finitions épurées. De forme rectangulaire, il mesure vingt centimètres de haut sur douze centimètres de large avec une profondeur de douze centimètres également. Le matériau choisit fût le bois. L'intérieur est recouvert d'une matière isotherme découpée dans des sacs servant à transporter un pique-nique par exemple où les ingrédients nécessitent et méritent un peu de fraîcheur. L'anse en tissu de ce sac a été ajoutée au *PCDN* afin de faciliter son transport. Pour préserver la fraîcheur intérieure au maximum, la porte de ce contenant se visse et se dévisse. Un test en condition réelle fût réalisé et les résultats se sont avérés plus que probants. En effet, après plus de trois heures passées dans une salle où la température

avoisinait les vingt degrés, le pâté de neige présent à l'intérieur n'avait pas bougé. Dans cette partie, nous mettrons donc en exergue les caractères hybrides du PCDN. Cette étude de cas pourra s'appliquer à tous les autres objets de la firme picarde et permettra également de caractériser la démarche de cette dernière. Malgré le caractère inclassable de la notion d'hybride, j'ai quand même, pour des besoins théoriques, créé des catégories. Faites comme si vous ne les aviez pas vues.

### 3.1 Entre produit et œuvre (propoétique)

Après avoir relativement défini ce qu'est un produit et donné quelques caractéristiques de l'œuvre, tentons de placer le PCDN dans un espace dédié. Cet objet a une fonction pratique, celle de permettre le déplacement d'un autre objet d'un point A à un point B. Il est ainsi au premier abord un objet de transport comme les autres. Cette notice est également accompagnée de photographies de mise en situation et devait même avoir le droit à une démonstration vidéo. Mais c'était sans compter sur une pandémie qui mit fin plus tôt que prévu au séjour de *Lerouflaquette Consortium* sur le territoire québécois. Notices photographiques et vidéographiques sont courantes dans le monde des produits. Il est en effet rare qu'ils en soient dépourvus. Mais la particularité de cette notice est qu'elle indique que le PCDN permet de transporter un objet bien précis, le pâté de neige. Tout comme son cousin de sable, il est une construction enfantine et éphémère que l'on laisse là où on l'a créée. En proposant de le ramener à son domicile, *Lerouflaquette Consortium* tente de poétiser ce geste ancré dans l'enfance en lui offrant une continuité, celle de le déplacer afin de le conserver. Si les parents ont pour coutume de garder les dessins de leurs enfants et de les accrocher, pourquoi ne pas faire de même avec ces sculptures enneigées ? Ainsi le PCDN est un produit dont la fonction permet une action superflue. Si je dis superflue, c'est par rapport au nombre de personnes qui ramènent leurs édifices. C'est à dire très peu. Cette hybridation entre le produit, qui est censé répondre à un besoin contre rémunération et la poésie qui est un geste gratuit, est nommée la *propoétique*. Cette dernière a pour objectif de donner de l'importance aux choses jugées inutiles par la création d'objets leur accordant de la valeur. Si la norme prône l'abandon, l'idiotie quant à elle propose *l'inévidence*, c'est-à-dire la conservation du pâté.

### 3.2 Entre musée et magasin (magasin)

Le plus grand *Flaquette Shop* jamais réalisé sera présenté au public en septembre 2020 dans un lieu culturel, le Safran. Ce lieu public accueille des concerts, des ateliers, des conférences et des expositions artistiques. Nous avons vu dans la seconde partie du mémoire que le *Flaquette Shop* est un magasin, c'est à dire un lieu où l'on entrepose des produits pour les vendre. Et effectivement les produits estampillés *Lerouflaquette Consortium* seront mis en vente à prix libre le soir du vernissage. Ce magasin assurera ainsi sa fonction commerciale le temps d'un moment donné. Mais le *Flaquette Shop* est doté d'une autre fonction, celle d'installation et de lieu d'exposition. Cette dernière est une présentation, à un public, d'objets d'art pour une durée déterminée. Elle se différencie du magasin par la nature des objets présentés et surtout par le fait qu'il ne soit pas possible d'acheter des objets dans une exposition et de repartir avec, si ce n'est que pour quelques exceptions comme avec Fabrice Hyber. Le *Flaquette Shop* est donc une hybridation entre un magasin et une exposition artistique. Ce croisement a pour conséquence de renforcer le flou quant à la catégorisation de mon entreprise et des objets qu'elle produit.

La scénographie du *Flaquette* puisera des éléments propres aux dispositions des magasins. Dès lors, le PDSN sera placé sur un rayon, avec une étiquette et une notice photographique afin d'expliquer au *client-consommateur* ou au *client-spectateur* pourquoi l'objet a été créé et comment il fonctionne. Lors du temps de vente, le PCDN prendra les caractéristiques d'un produit. Lorsque celle-ci sera terminée, il prendra celle objet d'art. Pourtant, durant ces deux moments distincts, le PCDN continuera d'être produit et poésie. Il sera dans cet entre-deux, cet espace sans frontières où la nature des choses n'est pas fixée.

### 3.3 Entre artisanat et manufacture (artifature)

La première caractéristique hybride du PCDN intervient avec la rencontre de deux entités hétérogènes, celle de l'artisanat et de la manufacture. L'artisan est considéré comme :

un travailleur indépendant qui produit des biens ou des services de manière autonome. Il travaille à son propre compte et n'emploie pas plus de dix personnes. L'acceptation classique d'artisan renvoie généralement à un travail manuel et à



diverses activités telles que la conception d'objet à partir d'outils et matériaux traditionnels<sup>224</sup>.

Cette définition s'oppose ainsi à celle de manufacture qui relève d'une transformation de matières premières à l'aide de techniques industrielles. L'industrie fait appel à des chaînes de production mécanisées afin de produire des objets en série en très grande quantité. Le travail est divisé, chaque opérateur assurant la confection d'une partie de l'objet. Ainsi, les différents composants du PCDN proviennent de l'industrie. La planche a été obtenue après la découpe d'un pin dans une scierie, le sac isotherme et les matériaux qui le composent proviennent de l'extraction industrielle de pétrole, la matière des vis provient de mines de fer, puis sa forme lui a été conférée dans une usine spécifique.

Si j'ai fait appel à des produits industriels pour le PCDN, il n'en demeure pas moins que sa construction est artisanale. Ce sont bien mes compétences manuelles qui ont permis son assemblage après avoir découpé le bois et le polyéthylène. D'ailleurs l'assemblage manuel laisse la place à la possibilité de défauts, ce qui est très rare sur une chaîne de production mécanisée. En effet, des décalages ont nécessité la pose de pâte à bois qui a ensuite été polie, ce qui est visible à l'œil nu. On note également un contraste entre l'anse en plastique, matériau artificiel, et le bois, matériau naturel. Le PCDN est donc un hybride entre le procédé artisanal et l'utilisation de matériaux industriels.

### 3.4 Un ésotérisme grand public (ésopublic)

Je souhaiterais attirer l'attention sur un autre caractère hybride de *Lerouflaquette Consortium*. En effet, mon PDCN renvoie à une action connue de tous, celle d'ériger des formes neigeuses (ou sableuses avec le Porte-Château-de-Sable). Ce geste est pratiqué depuis l'enfance, alors le mettre en scène par l'intermédiaire d'un objet n'est pas censé poser de problèmes quant à sa réception. C'est d'ailleurs l'une des particularités de l'idiotie lerouflaquetienne : être compréhensible instantanément puisqu'elle fait appel à des objets et des actions du quotidien. Grâce à ça, mes productions peuvent être classées dans la catégorie grand public. Il n'y a pas besoin d'être initié à l'histoire de l'art ou d'être une

---

<sup>224</sup> Journaldunet, [en ligne], disponible sur <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199363-artisan-definition-traduction/>, [consulté le 2 juin 2020].

pointure en sciences politiques pour accéder à mon idiotie. Mais comme vous pouvez le lire et le voir, nous sommes actuellement à la cent-vingt sixième page de ce mémoire et à la fin de cette phrase nous compterons quarante et un mille quatre cent quatre-vingt-dix-huit mots. Cela fait quand même beaucoup pour quelque chose d'aussi simple. C'est bien là un des paradoxes de l'idiotie. Ce paradoxe, je l'ai rencontré pour la première fois à la lecture de l'ouvrage de Jean-Yves Jouannais. En effet si l'étymologie d'idiot renvoie au terme « simple », il n'en demeure pas moins que cette notion est complexe, c'est-à-dire « composée d'éléments qui entretiennent des rapports nombreux, diversifiés, difficiles à saisir par l'esprit, et présentant souvent des aspects différents<sup>225</sup> ». Elle possède ainsi un caractère ésotérique, c'est-à-dire un caractère réservé aux initiés. En effet, pour tenter de cerner cette notion je suis passé par la recherche philosophique et par un auteur qui lui-même est une figure ésotérique à l'université. Pour avoir des amis étudiant dans ce domaine, ils n'avaient jamais entendu parler de Clément Rosset. Je suis également passé par la médecine, l'histoire de l'art, l'économie, la sociologie... où j'ai repris des théories d'experts afin de justifier mes propos. Et que la route fut parfois difficile pour comprendre leurs dires et les mettre en lien avec les miens. L'idiotie lerouflaquetienne produit donc des formes simples mais issues de la complexité du monde dans lequel nous évoluons. Elle en est un hybride ésotérique-grand public.

## 2.5 Le bricolage



Après avoir pris une vue d'ensemble sur l'activité de *Lerouflaquette Consortium*, il me semble qu'une notion à elle seule peut caractériser la démarche de mon entreprise : celle du bricolage. Une étude sociologique publiée en 1991 par Claude Bonnette-Lucat nous en donne quelques caractéristiques<sup>226</sup>: « activité amateur, non rétribuée, non spécialisée », « activité de l'esprit et des mains qui affronte la matière des choses », « activité technique qui recoupe une série de métiers artisanaux », « indépendance », « touche à tout, spécialiste de rien », « association élective de pratiques entre elles ». Ainsi, le bricoleur, dans un souci d'autonomie, est une personne faisant preuve d'habileté dans différents domaines, sans pour autant en

---

<sup>225</sup> [www.cnrtl.fr](http://www.cnrtl.fr), [en ligne], disponible sur <https://www.cnrtl.fr/definition/complexe>, [consulté le 3 juin 2020].

<sup>226</sup> Claude Bonnette-Lucat, *Les bricoleurs : entre polyvalence et spécialisation*, Société contemporaines, n°8, décembre, 1991, p.61.

devenir un spécialiste. Cette polyvalence est utilisée pour répondre à des problèmes surgissant dans le quotidien. Cette étude montre que plus les foyers ont des revenus modestes, plus les individus les composant sont bricoleurs. Car effectivement, ne pas faire appel à un artisan permet des économies financières, en plus de dégager une satisfaction personnelle certaine à résoudre un problème. Si *Lerouflaquette Consortium* n'est pas un foyer, il n'en demeure pas moins que ses revenus sont modestes. Ainsi le bricoleur « est obligé de se débrouiller avec les moyens du bord, de ruser avec les règles en vigueur, de manifester une certaine inventivité dans l'usage des matériaux pour parvenir à ses fins<sup>227</sup> ». Cette notion de ruse nous renvoie quelques millénaires en arrière, avec la *métis* des Grecs.

Du latin *mixtus*, qui signifie « mélangé », la *métis* a longtemps été oubliée par les hellénistes avant qu'un ouvrage ne lui soit consacré en 1989<sup>228</sup>. Rappelons que *Métis* est avant tout une déesse, connue pour être une hybridité de ruse et de sagesse. D'un point de vu conceptuel, elle est pour les auteurs :

un ensemble complexe, mais très cohérent, d'attitudes mentales, de comportements intellectuels qui combinent le flair, la sagacité, la prévision, la souplesse d'esprit, la feinte, la débrouillardise, l'attention vigilante, le sens de l'opportunité, des habiletés diverses, une expérience longuement acquise ; elle s'applique à des réalités fugaces, mouvantes, déconcertantes et ambiguës, qui ne se prêtent ni à la mesure précise, ni au calcul exact, ni au raisonnement rigoureux<sup>229</sup>.

Ainsi la *métis* est une intelligence appliquée à l'action de faire, une intelligence pratique. On la rencontre dans des domaines divers et variés allant de la joute verbale entre deux politiciens, de l'artisan face à ses matériaux, du sportif en compétition à l'explorateur sans repères... qui doivent ruser afin d'atteindre leur but. En réalité chacun de nous est susceptible, et ce tout au long de nos existences, de faire appel à la *métis*, que ce soit de manière consciente ou inconsciente, puisqu'elle peut être mise à contribution dans une infinité de situations. La ruse « suppose de la créativité : détourner le sens d'un objet, se jouer de la

---

<sup>227</sup> Georges Vignaux, *La ruse, intelligence pratique*, dans *Les savoirs invisibles – De l'ethnoscience aux savoirs ordinaires*, Sciences humaines, n°137, 2003, p.36.

<sup>228</sup> Marcel Detienne et Jean-Pierre Vernant, *Les ruses de l'intelligence : la métis des Grecs*, Paris, Flammarion, 1989, 316p. cité sur France Culture, <https://www.franceculture.fr/emissions/le-journal-de-la-philo/la-metis-des-grecs>, [consulté le 2 mai 2020].

<sup>229</sup> Ibidem.



vigilance par l'inattendu. Et jouer justement contre les routines intellectuelles et procédures de pensée habituelles<sup>230</sup> ».

Le bricolage est considéré par Georges Vignaux, comme la forme moderne de la métis. Son origine étymologique nous vient de *bricole* qui signifie « moyen détourné, habile ». Ce que détourne avant tout le bricoleur, c'est la norme. L'intelligence théorique classe des objets dans des cases, l'intelligence pratique quant à elle permet d'associer des éléments hétérogènes créant ainsi des nouvelles manières de faire.

---

<sup>230</sup> Georges Vignaux, op.cit.



# Gamm Vert

Un matin d'une autre année, le café nous fut offert. Je ne sais pas pour vous mais je le prends systématiquement sans sucre, non pas que je n'aime pas le sucre, c'est juste qu'un café sucré c'est comme commander une bière à la grenadine. Et soit on boit de la bière, soit on boit de la grenadine. N'y voyez là rien de politique ni de haineux, mais ça me fout en rogne. Ce matin-là, d'une autre année donc, Claude et Cinda nous offrirent un café, et du sucre. Et sachant que Frédéric, mon nouveau collègue qui remplaçait Jean, venait d'être père, ils le questionnèrent à ce sujet. Frédéric commença à raconter l'évènement, précisant que l'accouchement de sa femme Julie fut très difficile. C'est à ce moment précis que Bernard décida d'intervenir et de couper la conversation pour nous annoncer que lui aussi a vécu un accouchement. Cinq cochons d'inde étaient nés chez lui, ce week-end également. Puis d'enchaîner sur le fait qu'il s'était rendu chez Gamm Vert, pour interroger une vendeuse sur le prix qu'il pourrait obtenir de leur vente unitaire : « Entre 55 et 52€ » nous annonça-t-il. Tous nous sourîmes et c'est avec le même sourire que je terminerai cette phrase.

Conclusion

Conclusion

Conclusion

Cher lecteur, cher/chère ami(e),

C'est un long voyage que nous faisons ensemble. Mais sa fin commence ici. Au total 43 433 mots auront été nécessaires pour tenter de répondre aux questionnements que je vous ai transmis lors de l'inauguration de ce mémoire.

Cette fascination autour de l'idiotie avait émergé lors de ma découverte de l'ouvrage de Jean-Yves Jouannais. Abordant cette notion d'un point de vue artistique, l'essayiste avait mis le doigt sur quelque chose d'unique. Plus la lecture de l'ouvrage avançait, plus le sentiment que mon travail plastique pouvait se retrouver dans ce recueil grandissait en moi. Pourtant il m'était très difficile de l'expliquer avec des mots. Lorsque je regarde mes premiers courts-métrages réalisés en 2010, l'esprit qui y figure est le même que dans les vidéos que j'ai pu réaliser 5 ans plus tard à mon arrivée à la faculté des arts d'Amiens ou celles que je suis en train de monter au moment même où j'écris ces lignes. Cet esprit, c'est celui que l'on retrouve à travers *Lerouflaquette Consortium*, c'est-à-dire utiliser des moyens simples pour réaliser des formes complexes. Avec toujours un petit décalage avec la norme. Ce décalage peut avoir comme conséquence de faire sourire le spectateur, même si le sujet peut sembler grave, ou même quand il n'y a pas d'objet mais seulement un jeu avec la forme. Cet esprit, c'est celui de l'idiotie. Avant de m'être lié d'amitié avec elle, via ce mémoire, elle était pour moi une parfaite inconnue en cavale. Il fût donc primordial de mener l'enquête et pour cela d'élargir cette notion à d'autres domaines afin de pouvoir mieux la cerner et lui mettre les menottes.

La philosophie, et plus particulièrement la philosophie de Clément Rosset, me fût d'une grande aide pour débiter mes recherches. La première étape consistait à poser des bases stables qui m'aideraient à me propulser non pas vers l'infini, mais vers l'au-delà. Le terme d'idiotie fut utilisé par le philosophe pour définir cette chose dans laquelle nous évoluons tous : le réel<sup>231</sup>. S'il est difficile à définir, il est pourtant possible de le caractériser : il est idiot. Pour Clément Rosset on ne peut évoquer le réel sans évoquer l'idiotie, ils sont comme imbriqués l'un dans l'autre. En latin idiot signifie « simple, particulier, unique ». Il n'y a donc pas plusieurs réels, il n'y en a qu'un. Lui chercher un sens absolu serait peine perdue, mais lui créer du sens, cela est possible. Notons que les personnes qui cherchent à imposer leur propre

---

<sup>231</sup> Clément Rosset, op. cit., p.37.



sens aux autres sont des dogmatiques. Et ils font fausse route. Le réel est composé de tous les sens qu'on veut bien lui donner. Accepter cette idée me fut d'une grande aide pour justifier ma démarche plastique et l'assumer. Cela m'a permis de comprendre que *Lerouflaquette Consortium*, cette entreprise à première vue absurde, a en fait toute sa place dans notre société. Elle porte autant de sens qu'une entreprise en très bonne santé financière, qui année après année investit des moyens dans la recherche, recrute de plus en plus de personnel, conquérant ainsi sans cesse de nouveaux clients. Admettre que le réel est tous les sens que l'on veut bien lui donner, c'est également admettre que le réel n'a aucun sens. Afin d'échapper à ce plein ou à ce vide, les êtres humains, par le biais de la science, de la philosophie, des arts et de la représentation, l'affublent de ce qui est nommé par le philosophe Rosset un double. Mais n'existant qu'en lui-même, le réel ne peut se refléter dans un miroir. Il n'a pas un visage défini, il en est une infinité : il est indéterminé. *Lerouflaquette Consortium* est donc le double que j'ai créé. Cette entreprise est une parade pour justifier mon existence. Elle est le sens que j'ai donné au réel, parce que le sens dominant qui régit notre société ne me convient pas.

Et c'est que la réalité de notre humanité semble négliger toute essence humaine. Le système économique qui règne dans la plus grande partie du globe régit également notre système de pensée et nos mœurs. En effet, le capitalisme fondé sur des mécanismes d'offre et de demande, de biens et services, a tout à gagner dans l'uniformisation des individus pour un enrichissement durable. Si des exceptions existent comme à Cuba<sup>232</sup> ou au Bouthan<sup>233</sup>, force est de constater que la majorité des États suivent ce régime marchand, et les différents processus de mondialisation faisant disparaître des cultures<sup>234</sup> entières ne font qu'aggraver la situation. Si l'individualisme prend de la place, l'individualité se fait rare. Cette tendance prenant de l'ampleur insidieusement après la seconde guerre mondiale, tentait de répondre à la recherche de spiritualité d'une société désemparée suite à la mort de Dieu<sup>235</sup> en nous promettant le bonheur et l'épanouissement individuel grâce à la possession des biens. Il faut consommer plus et plus vite. Simplifier au maximum l'existence afin de gagner du temps et de l'argent, c'est dans la nature du système capitaliste néo-libéral. Ce système voit le pouvoir des états diminuer au profit de celui des multinationales.

---

<sup>232</sup> Cuba est défini comme un état socialiste.

<sup>233</sup> Le Bouthan a instauré le BNB, le Bonheur Intérieur Brut.

<sup>234</sup> Au sens anthropologique du terme dans un premier temps, mais également dans un sens artistique.

<sup>235</sup> Voir Nietzsche, *Le gai savoir*, Flammarion, Paris, 2007, 445 p.





La résistance face aux traités de libre commerce tels que le TTIP, CETA, TAFTA parmi d'autres, craignait la perte de pouvoir du peuple représenté par les États face au pouvoir grandissant des multinationales. Aujourd'hui, un seul homme ou plus difficilement une femme, comme par exemple Elon Musk, peut décider d'aller conquérir Mars et prendre possession de l'espace avec des moyens dépassant le PIB de nombreux pays. Leur rapide enrichissement économique est inversement proportionnel à la vitesse d'appauvrissement de l'immense majorité des terriens. L'avènement d'internet a permis l'accélération des échanges de marchandises et d'idées. Ce flux, qui encore aujourd'hui s'accélère puisque les avancées technologiques n'ont jamais été aussi importantes, semble gangréner notre société et les humains qui la composent. Roland Gorin, dont j'ai parlé plus haut, cite une phrase de Jean-François Lyotard : « dans un univers où le succès est de gagner du temps, penser n'a qu'un défaut mais incorrigible, en faire perdre<sup>236</sup> ». Et c'est dans ce sens que Lerouflaquette Consortium offre une pause. Si son échec économique est indiscutable, ma volonté est de répondre à l'échec poétique de l'économie. Le détournement du système me permet de remettre en question, comme nous l'avons vu dans ce mémoire, les notions de décroissance et d'improductivité, faisant l'éloge de la lenteur et répondant ainsi à la perte de sens vers laquelle la société nous mène. Pourquoi persister dans cette direction alors que tous les indicateurs, humains comme écologiques, nous avertissent d'un danger imminent ?

De fait, l'idiotie nous apparaît comme une forme de résistance. L'idiot est porteur d'idiotie, c'est-à-dire qu'il est l'expression incarnée de la singularité et par définition inclassable, sans limites, sans cadre. Le comportement et les actions de l'idiot viennent déjouer les normes et les conventions. Être idiot, c'est buter sur les façons de voir le monde qui nous sont imposées et en proposer de nouvelles, de façon délibérée ou pas. Par sa capacité à capter le réel d'une manière qui lui est propre, il fait voler en éclats les dogmes pesant sur les individus. L'idiot, c'est celui qui, pour aller d'un point A à un point B, ne va pas prendre le raccourci mais va emprunter le chemin qui va le faire arriver en retard. Parce que rien ne nous oblige à arriver à l'heure. Dans une société prônant la performance, la rentabilité, la compétition et la vitesse, c'est tout le contraire que *Lerouflaquette Consortium* met en avant. La perte, la lenteur,

---

<sup>236</sup> Jean-François Lyotard, *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Paris, Galilée, 1986, p.60 cité dans Roland Gori, *Le totalitarisme de la norme*, Youtube, [vidéo en ligne], 2017, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=dZFBkkQ9Mbo>, [consulté le 23 février 2020].



l'échec et l'inutilité sont des notions représentatives de mon entreprise. La poésie d'un mouvement lent prend le dessus sur cette prose insensée.

A travers *Lerouflaquette Consortium*, j'ai donc inventé un système avec ses propres règles. Un univers autonome où je joue au chef d'entreprise, comme un enfant pourrait jouer à la dinette. Je n'ai pas de contrainte d'efficacité et de rendement, aucun actionnaire à contenter. J'ai comme l'impression de jouir d'une totale liberté. Liberté que je ne pourrais m'octroyer si j'avais créé cette entreprise pour récolter de l'argent et en vivre.

Réussir à capter les nuances, les signes et les variations du quotidien. Accorder de l'importance à des événements qui paraissent sans intérêt. Prendre de la distance sur l'habituel. Relier des objets qui à première vue n'ont rien en commun. Conférer des fonctions nouvelles à ces objets, dont la conséquence est la création d'attitudes et comportements singuliers. Toutes ces actions permettent de sortir de l'ordre normal des choses, de s'extraire de ce qui est convenu et attendu. Si la fonction de *Lerouflaquette Consortium* est l'échec économique, sa réussite me semble-t-il sera poétique. Par la création d'un espace utopique affranchi des règles issues du sens commun, c'est-à-dire affranchi des normes et des valeurs de notre société, mon entreprise offre une résistance à ce que le cours des choses nous impose. Pour, comme le disait Gilles Deleuze, « libérer la vie qui a été emprisonnée »<sup>237</sup> et ainsi transfigurer le banal<sup>238</sup> en révélant l'extraordinaire.

Par ailleurs, je veux vous avouer quelque chose. *Lerouflaquette Consortium* n'est pas seulement une entreprise idiote. Elle est également la métaphore de l'artiste. En effet, perdre du temps et de l'argent, c'est le quotidien des artistes plasticiens. Répondre à des appels d'offre et les perdre, développer son réseau tel un commercial en se rendant dans les lieux culturels pour se faire connaître, dépenser de l'argent en transport, en essence, en frais d'entretien du véhicule, développer sa pratique et user son matériel, louer un atelier, suivre des formations à ses frais... Si l'on rapporte cela en taux horaire, on est bien loin du SMIC. En 2017, la moitié des artistes-auteurs affiliés à la maison des artistes ont perçu moins de

---

<sup>237</sup> Gilles Deleuze, *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Galilée, Paris, 1986, p.60 cité dans Roland Gori, *Le totalitarisme de la norme*, [vidéo en ligne], 2017, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=dZFBkkQ9Mbo>, [consulté le 23 février 2020].

<sup>238</sup> Cette expression est empruntée à l'ouvrage Arthur Danto, *La transfiguration du banal, une philosophie de l'art*, Paris, Seuil, 1989, 320 p.

4392€<sup>239</sup>. L'art étant le reflet de notre société, seul un petit nombre d'artiste se partage le butin. Les autres récupèrent les miettes. Je joue donc au chef d'entreprise idiot pour ne pas passer pour un artiste qui galère. Je suis sous couverture. Mais si j'ai créé cette entreprise, ce n'est pas pour dissimuler ce statut de plasticien précaire. En jouant à faire l'idiot, c'est à dire à faire celui qui ne comprend pas comment fonctionne une entreprise, je fais preuve d'autodérision. Je rejette le sérieux mais je le fais sérieusement. Pour preuve, mon entreprise est divisée en huit départements, chacun ayant une fonction bien précise, pour si je le souhaite, la faire grandir.

Ce mémoire m'a également permis de cerner un peu plus la nature de mes objets et par extension la nature de *Lerouflaquette Consortium*. A la croisée de champs à première vue opposés, mes objets réunissent le monde de l'art et celui de l'entreprise. Grâce à une notion aussi caméléon que celle de l'idiotie, c'est-à-dire la notion d'hybridité, j'ai compris que tout ce qui compose notre société, des humains aux objets jusqu'aux systèmes de pensée, n'est que mélange, croisement et superpositions. Dans le cas de mon entreprise, nous faisons face à la rencontre de la norme et de l'idiotie car des objets usinés sont associés à des formes que j'ai créées. *Lerouflaquette Consortium* peut ainsi se lire comme l'incarnation du bricolage et de la débrouille. Le monde de l'entreprise, ce monde protocolaire, est un support que j'utilise à des fins poétiques. Ce qui lie mes objets entre eux, ce que j'essaie en tout cas de respecter, c'est que le spectateur comprenne directement ce dont il est question. Il faut que l'objet soit une référence qui provienne non-pas d'une culture historique, artistique ou scientifique obtenue en approfondissant un sujet, mais qui provienne du quotidien. Quelque chose qui parle à tout le monde, quelque chose de si ordinaire, qu'une légère modification de cette normalité provoquerait quelque chose chez le spectateur. Les Monty Python, Gaston Lagaffe, Rémi Gaillard, Jackass, Groland, Hara-kiri... sont des groupes d'idiotie diffusés sur des médias de masse. Groland recèle de trouvailles ingénieuses et cela dure depuis plus de vingt ans. Je pense que *Lerouflaquette Consortium* est au monde de l'entreprise ce que Groland est à l'État français, sans sa notoriété et sa visibilité bien entendu. Mais comment alors savoir si l'idiotie lerouflaquetienne ou grolandaise est de l'art ou du divertissement ? Où se trouve la frontière ?

---

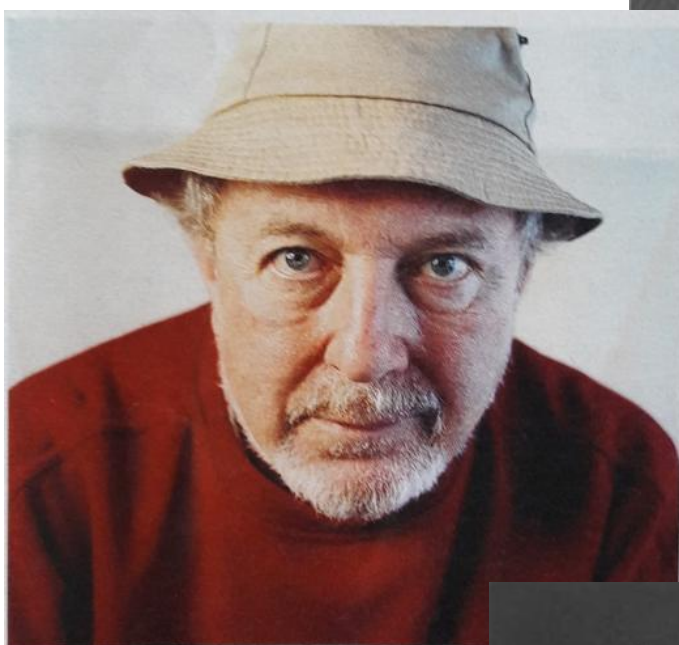
<sup>239</sup> Voir les statistiques sur <http://www.secu-artistes-auteurs.fr/sites/default/files/pdf/Rapport%20d%27activit%C3%A9%20MDA%202018.pdf>



Annexes

# Annexe 1

Clément Rosset, Robert Filliou et Jean-Yves Jounais réunis sur une même page.

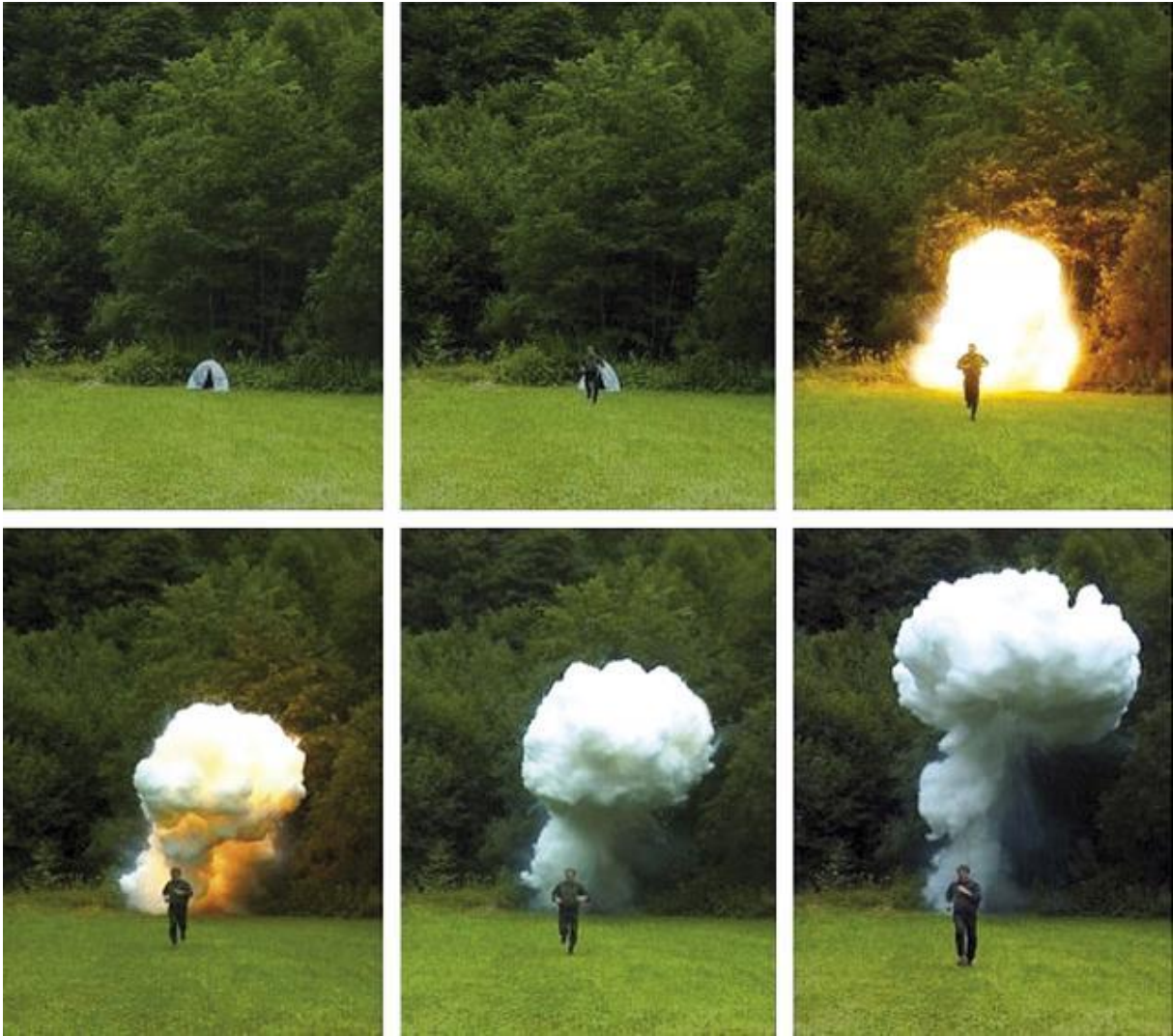


# Annexe 2



Early Learning Counting Set de Banksy.

# Ammece 3



Zelt de Roman Signer.

Ammece

4



Dirty water de Ben Vautier.



# Annexe 5



Para Site de Julien Berthier.

Annexe 6



POF 65 ballon carré de Fabrice Hyber.

# Index

## artistographique

AIRLINES INGOLD 68, 69, 70, 71  
ALLAIS Alphonse 105  
ANDREAE Stephan 70  
ANGE Michel 53, 54  
ARMAN 67, 118  
ARTE POVERA 122  
AY-O 67  
BALL HUGO 98  
BANKSY 74, 75, 104  
BARBIER Gilles 31  
BERTHIER Julien 91, 92  
BEUYS Joseph 65  
BLOOM Adam 75  
BRAQUE Georges 117  
BREAD AND PUPPET THEATRE 78  
BRECHT George 66, 67  
BRETON André 50  
BROODTHAERS Marcel 94  
BUFALINO Benedetto 107, 108  
CAGE John 53, 65  
CATTELAINE CLAUDE 95  
CENTRE NATIONAL DE RECHERCHE DU VORTEX 47  
CONNER Bruce 55  
DADA 50, 66, 122  
DEBORD Guy 102  
DIX OTTO 98  
DUCHAMP Marcel 53, 54, 64, 66, 75, 86  
FARKAS Jean-Baptiste 84  
FILLIOU Robert *avant -propos*, 53, 54, 58, 59, 64, 67, 68, 88, 106  
FLAUBERT Gustave 28

FLUXUS 65, 66, 67, 118, 122  
FUMISTE 104  
GASTON LAGAFFE 137  
GAILLARD Rémi 137  
GIORNO John 53  
GROLAND 137  
GROSS DOMESTIC PRODUCT 74, 75  
GROSS Ronald 53  
HARA KIRI 137  
HAUSMANN Raoul 122  
HAZANAVICIUS Michel 44  
HESSE HERMANN 98  
HOCH Hannah 122  
HUTCHINS Alice 67  
HYBER Fabrice 71, 72, 73, 126  
HYDROPATHE 104  
INGOLD Res 68, 70, 71  
INTERNATIONAL SITUATIONNISTE 41  
JACKASS 137  
JEMENFOUTISTE 104  
KAPROW Alan 65, 77, 106, 107, 122  
KATERINE Philippe 47  
KLEE Paul 98  
KLEIN Yves 52, 99  
LABELLE-ROJOUX Arnaud 51, 52  
LAVANT Denis 32  
LAURENT François 103  
LEVY Jules 105  
LIZENE Jacques *avant-propos*, 29  
LOWRY Malcom 42  
LYNCH David 121  
MACIUNAS George 66  
MCCARTHY Paul 116  
MEZERETTE Dominique 44  
MONTY PYTHON 137  
NOUVEAU REALISME 118  
NEO-DADAISME 122  
OLDENBURG Claes 115  
OUELLET Christine 84  
PAIK Nam June 65  
PANAMARENKO 29



PERRAY Régis 94  
PICASSO Pablo 117  
PISTOLETTO Michelangelo 64  
POLLOCK Jackson 118  
POP ART 118  
QUENEAU Raymond 39  
QUESNE Philippe 100  
RADIOHEAD 82  
RIECHMANN Jorge 32  
ROBIN Marie-Monique 85  
ROLLIN *François* 3, 55  
SIGNER Roman 29, 49, 54, 55, 96, 97  
SORRIN Pierrick 29  
STILINOVIC Mladen 88, 93  
TILMAN Pierre 68  
TZARA Tristan 51  
UNLIMITED RESPONSABILITY 71, 72  
VAUTIER Ben 66, 67, 68  
VON TRIER Lars 29  
VOURC'H Gaëtan 101  
WARHOL Andy 53, 91  
WILCOX Dominic 123  
WOLMAN JOSEPH Gil 102  
YATES Kevin 116  
YAWN 88, 93  
ZUTISTE 104



# Bibliographie

ALBERT Christine, *L'idiotie du réel : de Clément Rosset à Hang Sangsoo*, Mémoire de Master 2, Montréal, UQUAM, 2013, 104 p.

ARDENNE Paul, *Un art contextuel*, Flammarion Champs arts, Paris, 2002, 255 p.

ARDENNE Paul, *L'image corps. Figures de l'humain dans du XXe siècle*, Editions du regard, Paris, 2001, p.381.

AUBRON Hervé, *La nef des idiots : en quel monde se rencontrer ?* Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2007, p. 277.

BARBA Dorothee, *Vidéo : quatre heures de trajet en train pour apprendre à ralentir*, France Inter, [en ligne], 2019, disponible sur <https://www.franceinter.fr/emissions/capture-d-ecrans/capture-d-ecrans-08-janvier-2019>, [consulté le 12 décembre 2019].

BARSKI Georges, *Hybridation*, Universalis, [en ligne], disponible sur <https://www.universalis.fr/encyclopedie/hybridation/>, [consulté le 10 mai 2020].

BAUDRIARD Jean, *La société de consommation*, Editions Denoël, Paris, 1970, p.17.

BENJAMIN Walter, *L'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Allia, Paris, 1936, 73 p.

BONNETTE-LUCAT Claude, *Les bricoleurs : entre polyvalence et spécialisation*, Société contemporaines, n°8, décembre, 1991, p.61.

BRETON André, *Manifeste du surréalisme*, Sagittaire, Paris, 1924, 190 p.

CAUQUELIN Anne, *Petit traité d'art contemporain*, Edition du seuil, Paris, 1996, p.12.

CENTRE NATIONAL DE RECHERCHE DU VORTEX, *A la recherche du Vortex*, Youtube, [vidéo en ligne], 2019, disponible sur [https://www.youtube.com/watch?v=\\_Vv1bj7Zz4k](https://www.youtube.com/watch?v=_Vv1bj7Zz4k), [consulté le 8 juin 2019].

CUIR Raphael, *Hybridation et art contemporain*, Edition Al dante et Aica, Paris, 2012, p.17.



COUTURIER Elisabeth, *L'installation quintessence de l'hybridation dans l'art contemporain*, dans *Hybridation et art contemporain*, ouvrage collectif sous la direction de Raphael Cuir, Edition Al dante et Aica, Paris, 2012, p.51.

DAOUST Ariane, *Vers un art de la décroissance*, Inter n° 121, 2015, p.51.

DEBORD Guy, *La société du spectacle*, Gallimard, Paris, 208 p.

DETIENNE Marcel et VERNANT Jean-Pierre, *Les ruses de l'intelligence : la métis des Grecs*, Paris, Flammarion, 1989, 316p. cité sur France Culture, <https://www.franceculture.fr/emissions/le-journal-de-la-philo/la-metis-des-grecs>, [consulté le 2 mai 2020].

DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien. 1 Arts de faire*, Gallimard, Paris, 2002, p. 37.

DELEUZE Gilles, *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Galilée, Paris, 1986, p.60.

DOSTOIEVSKI Fiodor, *L'idiote*, Paris, Le Livre de Poche, 1994, 960 p.

DUCHAMP Marcel, *Where we go from here*, discours donné au Philadelphia Museum College of Art, [en ligne], mars 1961, disponible sur <http://centenaireduchamp.blogspot.com/2019/04/les-3-conferences-de-md.html>.

FARKAS Jean-Baptiste, *Ikhéa Services*, 64 pages, 13,5 x 19 cm, Photographies noir et blanc, Broché, couverture à rabats, 2004.

FEUILLIE Nicolas, *Fluxus dixit : une anthologie. Vol.1*, Les Presses du réel, Dijon, 2002, 283 p.

FILLIOU Robert, *Enseigner et apprendre, arts vivants*, Paris/Bruxelles, édition Leeber Hossman, 1998, p.12

FLAUBERT Gustave, *Bouvard et Pecuchet*, Le livre de poche, Paris, 1999, 474 p.

FORMIS Barbara, *Esthétique de la vie ordinaire*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 69 à 71.

FOUCAULT Michel, *Des espaces autres*, [en ligne], disponible sur [https://www.youtube.com/watch?v=lxOruDUO4p8&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=lxOruDUO4p8&feature=emb_title), (consulté le 20 avril 2019).

FOUR Jean-Marc, *Le nouvel aéroport de Pékin*, Francetvinfo, [en ligne], 2019, disponible sur [https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/un-monde-d-avance/le-nouvel-aeroport-de-pek-in-symbole-des-ambitions-chinoises\\_3633761.html](https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/un-monde-d-avance/le-nouvel-aeroport-de-pek-in-symbole-des-ambitions-chinoises_3633761.html), [consulté le 8 mai 2020].

FOURNY Marc, *La véritable histoire des crétiens des Alpes*, Le Point, [en ligne], 2018, disponible sur [https://www.lepoint.fr/histoire/la-veritable-histoire-des-cretins-des-alpes-09-09-2018-2249778\\_1615.php](https://www.lepoint.fr/histoire/la-veritable-histoire-des-cretins-des-alpes-09-09-2018-2249778_1615.php), [consulté le 18 juillet 2019].



GBADAMOS RAIMI, *Pour ce que ma mixture intéresse*, dans *Hybridation et art contemporain*, ouvrage collectif sous la direction de Raphael CUIR, Edition Al dante et Aica, Paris, 2012, p.67.

GORI Roland, *Le totalitarisme de la norme*, Youtube, [vidéo en ligne], 2017, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=dZFBkkQ9Mbo>, [consulté le 23 février 2020].

GROJNOWSKI Daniel , *Aux commencements du rire moderne. L'esprit Fumiste*, Éditions José Corti, Paris, 1997, 329 p.

HAKOUN Hakoun, *Banksy ouvre sa boutique en ligne pour défendre son droit d'auteur*, Connaissancedesarts, [en ligne], 2019, disponible sur <https://www.connaissancedesarts.com/arts-expositions/banksy-ouvre-un-pop-store-londres-pour-defendre-son-droit-dauteur-11127097/>, [consulté le 5 février 2020].

HERMAN Edward et CHOMSKY Noam, *La Fabrication du consentement : De la propagande médiatique en démocratie*, Agone, Paris, 2008, 653 p.

HONORE Carl, *L'éloge de la lenteur*, Edition Marabout, Paris, 2005, 288 p.

HUIZINGA Johan, *Homo ludens - Essai sur la fonction sociale du jeu*, Gallimard, Paris, 1988, p.307-308.

IDIER Antoine, *Pour une critique de l'art contemporain : question de méthode*, Mediapart, [en ligne], 2020, disponible sur <https://blogs.mediapart.fr/antoineidier/blog/060420/pour-une-critique-de-l-art-contemporain-questions-de-methode>, [consulté le 5 mai 2020].

JACQUES, *A la recherche du vortex*, [https://www.youtube.com/watch?v=\\_Vv1bj7Zz4k&vl=fr](https://www.youtube.com/watch?v=_Vv1bj7Zz4k&vl=fr)

JOUANNAIS Jean- Yves, *L 'idiotie - art, vie, politique - méthode*, Paris, Éditions Beaux-arts magazine, 2003, 280 p.

KATERINE Philippe, « *J'adorerais être une assiette* », Causette, No. 66, avril 2016, p.84.

LAVANT Denis, « *Jouer est la chose la plus saine que j'ai trouvé à faire* », Télérama, [vidéo en ligne], 2012, disponible sur <https://www.telerama.fr/cinema/denis-lavant-jouer-est-la-chose-la-plus-saine-que-j-ai-trouvee-a-faire,83986.php>, [consulté le 8 juillet 2020].

LATOUCHE Serge Latouche, *La décroissance*, Edition Que sais-je ?, Paris, 2019, p.121.

LAURENT Jean-Pierre, *Critique - Retournement du détournement – Copier, voler : les plagiaires*, n°663-664, 2002, p. 647.

LEHOUCQ Roland et GRANNER François, *Starlink : les dommages collatéraux de la flotte de satellites d'Elon Musk*, [en ligne], disponible sur <https://theconversation.com/starlink-les-dommages-collateraux-de-la-flotte-de-satellites-delon-musk-135330>, [consulté le 28 mai 2020].

LYOTARD Jean-François, *La condition postmoderne*, Edition de Minuit, Paris, 1979, p. 7.



LYOTARD Jean-François, *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Galilée, Paris, 1986, p.60 cité dans Roland Gori, *Le totalitarisme de la norme*, Youtube, [vidéo en ligne], 2017, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=dZFBkkQ9Mbo>, [consulté le 23 février 2020].

MARITON Jean-François, *Psychologie de la connerie*, Sciences humaines, Paris, 2018, 337 p.

MAURON Véronique et DE RIBAUPIERRE Claire, *Les figures de l'idiot*, Paris, Edition Léo Scheer, 2004, 248 p.

MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Editions du Seuil, Paris, 2015, 432 p.

MILLET Catherine, *L'art contemporain, histoire et géographie*, Edition Champs arts, Paris, 2006, p.37.

MONOD Olivier, *La France fait-elle partie des plus consommateurs de médicaments dans le monde ?*, Libération, [en ligne], 2019, disponible sur [https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/29/la-france-fait-elle-partie-des-plus-gros-consommateurs-de-medicaments-dans-le-monde\\_1740068/](https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/29/la-france-fait-elle-partie-des-plus-gros-consommateurs-de-medicaments-dans-le-monde_1740068/), [consulté le 25 avril 2020].

ONIMUS Jean, *Qu'est-ce que le poétique ?* Poesis, Paris, 224 p.

OULIPO, *Abrégé de littérature potentielle*, Paris, Mille et une nuits, 2002, p.6

PETER MAYER Jacob, préface de *La société de consommation*, Editions Denoël, Paris, 1970, p.14

POISSANT Louise, *Dictionnaire des arts médiatiques*, PUQ, Montréal, 1997, 444 p.

POUIVET Roger, *Des arts populaires aux arts de masse. Cultures et arts populaires dans Les arts de masse en question*, sous la direction de Jean-Pierre Cometti, La Lettre volée, Bruxelles, 2007, p.15.

QUENEAU Raymond, *Exercice de style*, Paris, Edition Gallimard, 1982, p.7

RIECHMANN Jorge, extrait de *Antologia poética : El aprendizaje de lo inesperado*, Bibliothèque virtuelle de Cervantes, [en ligne], 2006, disponible sur [http://www.barcelonareview.com/25/s\\_jr.htm](http://www.barcelonareview.com/25/s_jr.htm)., [consulté le 14 juin 2020],

RIOU Pascale, *Jean-Yves Jouannais et l'idiotie en art*, Mémoire de Master 1, Grenoble, université Pierre-Mendès, 2007.

RIVAS Patricia, *La performance de l'idiotie dans la vidéo Actions in action du duo Halfifiers*, Mémoire de Master 2, Montréal, UQAM, 2016, 195 p.

Robin Marie-Monique, *Sacrée croissance*, Vimeo [en ligne], 2014, disponible sur <https://vimeo.com/111022792>, [consulté le 12 février 2020].



ROSSET Clément, *Le Réel. Traité de l'idiotie*, Paris, Les Editions de Minuit, 1977, 179 p.

RUBY Christian, *L'artiste contemporain et la conscience de son époque. Un entrepreneur sans état d'âme ?* Actuel Marx, n°32, 2002, p. 193.

SAID Edward, *Culture et impérialisme*, Paris, Ed. Fayard, Le Monde Diplomatique, 2000 (1993), p. 29. Cité dans Emmanuel Molinet, *L'hybridation, un processus décisif dans le champ des arts plastiques*, Université de Lorraine, Strasbourg, 2012, p.20.

SCHMITT Florent, *L'art comme jeu – Pratiques et utopies*, thèse présentée à l'université de Strasbourg, 2015, p.197.

SERRES Michel, *La Traduction (Hermès III)*, Paris, Les Editions de Minuit, p. 67

SILAMO Sabrina, *Gilles Barbier, un artiste à l'imagination débordante*, Télérama, [en ligne], 2017, disponible sur <https://www.telerama.fr/sortir/gilles-barbier-un-artiste-a-l-imagination-debordante,155385.php>, [consulté le 20 septembre 2019].

STAROBINSKI Jean, *Portrait de l'artiste en saltimbanque*, Gallimard, Paris, 2004, 128 p.

THINKERVIEW, *Barbara Stiegler : s'adapter à une société malade ?*, Youtube, [vidéo en ligne], 2019, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=uSSFmNHgJQQ>, [consulté le 6 juin 2019].

TILMAN Pierre, *Robert Filliou – nationalité poète*, Les presses du réel, Paris, 2006, 294 p.

VANHAESEBROUCK Karel, *Internationale Situationniste, Théâtre, Performance*, Théâtre Public, n°231, 2019, p.99

VIENNOT Marie, *Le business model de Radiohead*, [www.franceculture.fr](http://www.franceculture.fr), le 06.05.2016

VIGNAUX Georges, *La ruse, intelligence pratique*, dans *Les savoirs invisibles – De l'ethnoscience aux savoirs ordinaires*, Sciences humaines, n°137, 2003, p.36.

VOISIN Félix, *L'idiotie. Hérité et dégénérescence mentale, psychologique et éducation de l'idiot*, Paris, Félix Alcan éditeur, 1893, p. 67.

WARD Colin, *Walter Segal – Community Architect*, [ en ligne], 2019, disponible sur [www.segalselfbuild.co.uk/news/waltersegalbycol.html](http://www.segalselfbuild.co.uk/news/waltersegalbycol.html), [consulté le 26 avril 2019].

YOUNG Ian, *Why is Banksy vetting the customers of his online store ?*, BBC, [en ligne], 2019, disponible sur <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-50080766>, [consulté le 5 février 2020].

YOUNG Robert, *Colonial Desire*, Routledge, Londres, 1995, p.27 cité dans Raphael Cuir, *Hybridation et art contemporain*, Edition Al dante et Aica, Paris, 2012, p.17.

