

MULTIMÉDIA ART ENCHÈRES

Le DVD, œuvre d'art ?

Le peintre Jean-Charles Blais ou la designer Matali Crasset sont désormais disponibles en galette. Visite du premier espace tout-numérique de la Fnac.

Par Manou Farine

EN ATTENDANT DE FAIRE ÉCOLE, la première Fnac digitale, tout entière consacrée au numérique, a ouvert ses portes en novembre 2002 à Paris, à deux pas de l'Odéon. Nouveau concept et nouveau décor pour nouveaux appétits... Les 2 500 m² flambant neufs se déclinent sur le ton du « tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'univers du numérique sans jamais n'y avoir rien compris ». Pour ce faire, l'enseigne déploie de grands moyens : cadre élégant, mobilier en cuir et variations métallisées, couleurs alertes, pédagogie appuyée, services multiples et dispositifs futuristes pour mieux illustrer la complémentarité devenue (presque) banale entre les différentes familles du high-tech (TV, vidéo, audio, micro). La galerie photo, espace pâlichon à la programmation incertaine intégré à chaque magasin, s'est elle aussi mise à l'heure du tout-numérique. En lieu et place de la sélection photographique, voici venue la nouvelle caution culturelle de l'enseigne : la galerie numérique. Astucieusement rattachée aux espaces de vente, elle fait office de décor du Web café, installé au deuxième étage du magasin. Dédié aux rencontres, débats, pauses-café et navigations Internet en libre accès, l'espace se veut lieu de convivialité et, toujours dans le sillage du concept de la Fnac digitale, révèle quelques applications inédites de la technologie numérique. Aux murs, une quinzaine d'écrans plats LCD parfaitement lustrés accueillent l'exposition du moment. La programmation mensuelle prend donc sans complexes le risque de promouvoir (et de vendre) l'art numérique, vaste émergence disparate qui peine à trouver sa place dans le temple sacré de l'art, inquiet de la reproductibilité et de l'immatérialité du support. Bonne pioche pour la jeune galerie, qui s'est associée pour ses débuts à Art-netart, société de conception, production et édition de DVD d'artistes.

Sous l'impulsion de Michèle Maillat, la Fnac initie en 2002 une collection d'œuvres originales en série non limitée, signées par quelques noms de l'art contemporain international. Pas de postulat documentaire ou narratif, défense du contenu artistique plutôt que du support ou du parcours de l'artiste. L'espace, le format et la durée de visualisation – traditionnellement imposés dans l'exercice d'appréciation d'une œuvre d'art – sont ici abandonnés à l'humeur du spectateur. Le DVD, docile dans son utilisation, propose finalement à moindre coût (environ 50 €) une œuvre évolutive et nomade. Voilà comment rafraîchir son salon et transformer son téléviseur en œuvre d'art. C'est Jean-Charles Blais, compagnon de route de la Figuration libre des années 80 aux côtés de Robert Combas ou des frères Di Rosa, qui inaugure la collection en imaginant une pièce spécialement conçue pour le DVD, présentée à la galerie numérique. Le créateur de la station de métro de l'Assemblée nationale déplace son propos dans le champ



Olivier Bardin à la Fnac digitale.

numérique. Dans *Double vue (interplay)*, il inscrit sur l'écran deux formes spectrales, ovales souples et colorés flottant sur un fond orangé. Instables et silencieuses, les découpes lentement distordues et animées interrogent le processus d'apparition de l'image, tout en maintenant présent le champ de la peinture. Après Grout & Mazeas, puis Olivier Bardin avec son *Peut-être un DVD*, c'est au tour de Matali Crasset, ancienne collaboratrice de Philippe Starck et étoile montante du design français, d'installer ses images numériques dans cette galerie d'un genre déroutant. Durant tout le mois de mai, *Good or bad mood* éprouve la perception de l'image en présentant alternativement deux possibilités d'interprétation d'un même événement.

Inscrits dans une logique de production peu conciliable avec la sacralisation de l'œuvre d'art, ces DVD d'artistes, coincés entre l'industrie audiovisuelle et le circuit du monde de l'art, ont tout naturellement trouvé leur place dans un réseau de distribution comme la Fnac. Encore mal circonscrit et submergé de propositions tous azimuts, l'art numérique semble vouloir prendre la voie d'une démocratisation soutenue de l'art et de sa diffusion. Gagnera-t-il ses lettres de noblesse, d'autres structures relaieront-elles les quelques expériences déjà menées ? En attendant, la galerie numérique propose chaque mois une rencontre-débat autour de ces tableaux sans chair, de ces nouveaux procédés de fabrication de l'image plastique.

À cliquer. www.fnac.com/digitale et www.art-netart.com