

Ça tourne à vide

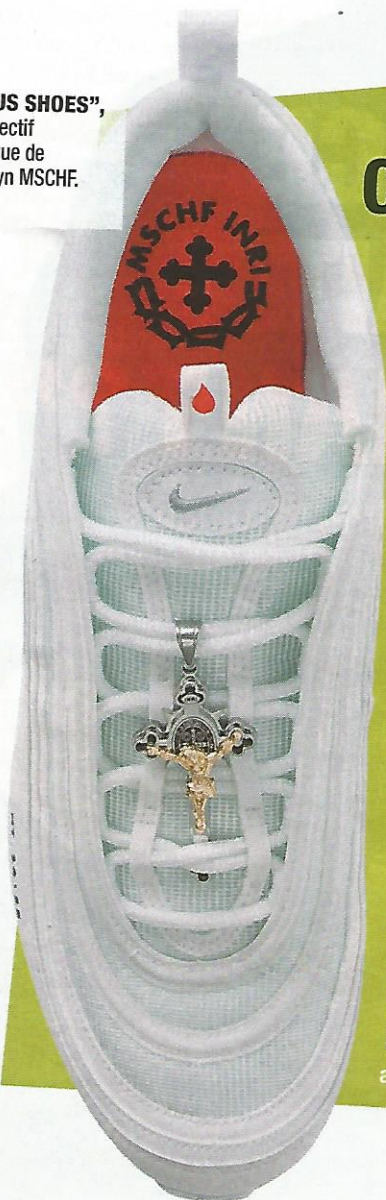
En 1958, Yves Klein présente « Le vide » (titre exact: « La spécialisation de la sensibilité à l'état matière première en sensibilité picturale stabilisée »). L'exposition du Niçois, toujours sur la corde raide entre poétisation de la vie et charlatanisme ésotérique, est fondatrice. Un demi-siècle plus tard, début 2009, le Musée national d'art moderne explore la postérité et « rassemble [...] des expositions qui n'ont rigoureusement rien montré, laissant vide l'espace pour lequel elles étaient pensées ».

Pour 12 €, le visiteur peut parcourir des salles nues et découvrir l'usage conceptuel du « vide » par plusieurs artistes à travers l'histoire: présenter un lieu « où nous pouvons venir, et pour un moment; "être libre de penser à ce que nous allons faire" », « brouiller la compréhension des espaces d'expositions », « faire l'expérience des qualités d'un lieu d'exposition », « célébrer l'architecture du musée, signifiant que l'art y est déjà présent et qu'il n'est pas nécessaire d'y ajouter des œuvres d'art »... Passionnant. ■ M.F.

"JESUS SHOES",
du collectif
artistique de
Brooklyn MSCHF.

SAINTE COLLABORATION

En juillet était lancée, à New York, la campagne de promotion des baskets Adidas Yung 1, réalisée en collaboration avec la marque Arizona Ice Tea. Pour se moquer de la « culture de la collab », comme le claironne Daniel Greenberg, directeur commercial (sic) du collectif artistique de Brooklyn MSCHF, ce dernier lançait un concept encore plus débile: « Jesus Shoes », soit une paire de Nike Air Max 97 contenant dans sa semelle 60 cl d'eau bénite provenant du fleuve Jourdain, où le Christ aurait été baptisé. Ornées d'une languette en goutte de sang et d'une croix en or accrochée aux lacets, ces chaussures, sur lesquelles est inscrit « Mt 14:25 » (référence au verset 14,25 de l'Evangile selon saint Matthieu: « [...] il vint vers eux en marchant sur la mer »), ont toutes trouvé preneur pour 3 000 dollars l'unité (2 700 €). Une bonne opération marketing, puisque MSCHF est en rupture de stock. Le Vatican, lui, n'a pas hurlé au blasphème, des prêtres sont même venus bénir chaque paire avant la vente... ■ MYRIAM PERFETTI



Catalina Kúiczar / MSCHF

