

matthieu laurette

commodification

8 septembre - 20 octobre 2001

en retournant à son avantage les lois du marketing et des mass médias, matthieu laurette inscrit son travail dans une stratégie d'infiltration et de redistribution. en 1993, il détermine son acte de naissance artistique par sa participation au jeu télévisé *tournez manège*, où, interrogé par evelyne leclerc, il se déclare « artiste multimédia ». dès lors, il utilise la télévision comme lieu et outil de travail, en instrumentalisant la capacité de ce médium à réunir des moyens de production et de diffusion ainsi qu'un public. dans un premier temps, assumant le statut de figurant passif proposé à tout citoyen par le système spectaculaire, il prend place parmi le public d'une multitude de shows télévisés, constituant un corpus d'apparitions, images ready-made qui devraient autant à l'idée duchampienne de rendez-vous qu'aux quinze minutes warholiennes de célébrité. lorsque la chaîne de télévision bien-nommée *spectacle* lui offre un temps d'antenne, il choisit de réaliser la vidéo *le spectacle n'est pas terminé* (1998) où il fait lire aux badauds des champs-elysées, face à la caméra, des passages du livre - et film - de guy debord, en démontrant combien la société du spectacle a désormais intégré avec cynisme sa propre critique.

passer à la télé peut certes créer par la répétition une précaire célébrité, mais cela ne nourrit pas son homme. à partir d'une réflexion pragmatique sur ses moyens de subsistance, matthieu laurette a mis en place avec les produits remboursés un système lui permettant de subvenir à ses besoins vitaux principaux. sa méthode pour consommer sans dépenser repose sur le marketing basique des grands groupes industriels alimentaires. il se nourrit gratuitement en achetant uniquement des produits « satisfait ou remboursé » ou « premier achat remboursé ». et profite des invitations des médias, de *newlook* à *sans aucun doute*, pour diffuser le mode d'emploi de ses trucs et astuces pour la consommation gratuite. par la simple - mais systématique - mise en fonctionnement d'un dispositif publicitaire, matthieu laurette remet symboliquement en cause le système marchand capitaliste.

le même principe de retournement des règlements et lois au bénéfice de l'individu détermine le *citizenship project* (1998-∞), qui l'amène à enquêter sur les conditions d'obtention de nombreuses nationalités en mettant ces précieuses informations à disposition sur un site web. son projet est d'obtenir le plus grand nombre possible de passeports, en passant outre les restrictions posées par la notion de citoyenneté, dans un monde qui serait dès lors véritablement globalisé. cette puissance critique de la proposition artistique est aussi à l'origine du projet *laurette bank unlimited* (1999-2000), qui lui permettrait de détenir le contrôle d'un capital off-shore.

matthieu laurette met systématiquement en place un principe d'échange, qui propose au spectateur de prendre une place active dans ses opérations *El Gran Trueque* (2000), le jeu télévisé dont il est le créateur, offre ainsi aux téléspectateurs de bilbao la possibilité d'acquérir à moindres frais des produits de grande consommation. une fiat seicento est proposée au troc et acquise contre un ordinateur, lui-même échangé contre un téléviseur, etc., jusqu'à un pack de six verres bleus. ce système paradoxal démultiplie les objets dans un principe de dévaluation-équivalence. les négociations nécessaires à cette économie informelle créent un contrat entre l'artiste et le regardeur, qui qualifie bien l'économie transgressive de matthieu laurette, basée délibérément sur le principe du recyclage, dans un monde sous l'emprise de la marchandisation généralisée.

pascal beausse

originellement publié dans : *la biennale di venezia - 49a esposizione internazionale d'arte : platea dell'umanoità - plateau of humankind - plateau der menschheit - plateau de l'humanité*, electa, venise, 2001, pp 264-265

expositions personnelles récentes (sélection) 2000 - *the secret of free shopping*, edinburgh college of art, edinburgh - *social hackers (part 2)*, muu galleria, helsinki (avec gunilla klingberg) - *El Gran Trueque*, consonni, bilbao  
1999 - *patchwork in progress, exposition monographique*, mamco, musée d'art moderne et contemporain, genève - *efficace et commode, propositions 99 pour la collection*, capcmusée d'art contemporain, bordeaux  
expositions de groupe récentes (sélection) 2001 - *plateau de l'humanité*, 49<sup>ème</sup> biennale di venezia, venise - *il dono / the gift*, palazzo delle papesse, centro arte contemporanea, siena - *what, how & for whom*, wuk, kunsthalle exnergasse, vienne 2000 - *au-delà du spectacle*, centre pompidou, paris - *duchamp's suitcase*, arnolfini, bristol - *all you can eat!*, galerie für zeitgenössische kunst, leipzig - *Fuori uso 2000, (The bridges)*, pescara, italie - *voilà*, musée d'art moderne de la ville de paris, paris - *plan 0*, de appel, amsterdam

**jousseentreprise**

34 rue louise weiss - 75013 paris

téléphone 01 53 82 13 60 - fax 01 53 82 13 63 - jousse.entreprise@wanadoo.fr