



Sylvie Fleury

ÉLÉMENTS BIOGRAPHIQUES

Née en 1961 à Genève où elle vit et travaille.

Autodidacte, elle démarre son travail en tant qu'assistante de **JOHN M ARMLEDER**.

1990 **AMF**, première exposition avec **JOHN M ARMLEDER** et **OLIVIER MOSSET** à la Galerie Rivolta à Lausanne. Sylvie Fleury commence à se faire connaître grâce à son travail **C'EST LA VIE**, nommé d'après un parfum de Christian Lacroix et constitué de *shopping bags*.

Les diverses manifestations auxquelles participe Sylvie Fleury depuis de nombreuses années témoignent de la renommée internationale de son travail. Ses œuvres ont été présentées lors des Biennales (Venise, São Paulo, San Martino, Shanghai), dans des institutions internationales (musée d'art de Hong Kong, National Gallery d'Australie, Palais des Beaux-Arts à Bruxelles, Centre Georges Pompidou, musée d'art contemporain de Lyon et encore Amsterdam, Los Angeles, Berlin, Copenhague, Vienne, Londres,...), ainsi que dans de nombreuses galeries.

Le Mamco n'expose pas là son travail pour la première fois. Une exposition monographique a eu lieu en 1996 sur tout un étage (*First spaceship on Venus*). Elle a également fait partie d'une exposition collective en 1997 (*Ne Dites pas Non !*). Cependant, *Paillettes et dépendance, ou la fascination du néant* représente à ce jour son exposition la plus importante.

PAILLETES ET DÉPENDANCES, OU LA FASCINATION DU NEANT 29.10.2008 – 25.01.1009

DESCRIPTION DE L'EXPOSITION

Pour cette invitation sous forme de carte blanche, Sylvie Fleury investit environ 3000 mètres carrés d'espace d'exposition (sur les 4000 m² du Mamco) comprenant les sols, les plafonds, les cimaises et la cage d'escalier. Polymorphe, son travail prend des formes variées telles que des peintures murales, des sculptures, des néons, des vidéos, des photographies, une pièce sonore et des environnements créés *in situ*.

POURQUOI CE TITRE ?

L'exposition de Sylvie Fleury reprend le nom d'un savon rose avec des paillettes de la marque *Lush* qui est présenté dans une vitrine au 3^e étage.

CINQ ETAGES

Contrairement à d'habitude, le visiteur est invité à commencer sa visite non pas au 4^e étage (pour ensuite redescendre les étages) mais au rez-de-chaussée. Vous prenez ainsi votre envol avec les soucoupes volantes du rez-de-chaussée (qui se situe dans l'espace commun du BAC) et vous montez progressivement vers le 4^e étage. Si les 1^{er} et 3^e étages présentent une partie des collections permanentes et les œuvres de Sylvie Fleury, les 2^e et 4^e étages sont entièrement investis par les œuvres de l'artiste. Elle vous invite à une sorte de voyage dont l'aspect terrestre du 1^{er} étage (univers de la voiture et de la mécanique) se poursuit en une ascension vers un univers plus éthéré et onirique. Sylvie Fleury vous emmène dans un univers de rêves et de désirs.

THEMES

La mode, les accessoires de mode, le *shopping*, les marques de luxe et de cosmétique, leurs slogans et leur publicité, les magazines féminins, l'automobile, la conquête de l'espace (fusées, soucoupes volantes), la science fiction des années 1950, les désirs consuméristes, les voyages intérieurs.

MATIÈRES

Peinture couleur vernis à ongle, peinture irisée pour voiture, peinture dorée, feuille d'or, spray argenté, carrosseries, tôle, aluminium, fourrures synthétique, étoffes soyeuses, jeans, magazines de mode, emballages, projections, effets de lumières, miroirs, néons, bronze chromé, plumes, strass, diamants Swarovski, sagex, caoutchouc.

OBSERVATIONS ET PISTES DE RÉFLEXION

LIENS AVEC DES ŒUVRES ET DES ARTISTES DES COLLECTIONS DU MAMCO

À tous les étages du Mamco, des grands noms de l'histoire de l'art moderne font l'objet d'emprunts. Ainsi, Sylvie Fleury exerce l'art de l'appropriation et du détournement qu'elle envisage comme des incursions féminines dont elle assume le caractère quelques fois futile et frivole. Voici quelques observations à faire et à mettre en perspective avec des pièces existant ailleurs au Mamco :

- Au 2^e étage, des peintures murales sont réalisées d'après **DANIEL BUREN**. Sylvie Fleury offre une interprétation des fameuses bandes de **BUREN** (dont le motif imite des toiles de stores rayées).

Au 3^e étage, dans l'Appartement se trouve :

DANIEL BUREN, *Riflesso, une peinture en 5 parties pour 2 murs*, dimensions du tissu : 183 x 140 cm, dimensions de l'oeuvre: variables, coll. L. Mollet et G. Mollet-Viéville

INTRODUCTION SUR L'ARTISTE ET SON TRAVAIL

DANIEL BUREN s'est associé aux artistes **MOSSET**, **TORONI**, **PARMENTIER** afin de former, de 1967 à 1971, le groupe BMTP. En opposition radicale à la scène artistique de son époque, le groupe s'interroge sur les limites de la peinture, sur l'histoire, la culture et adopte un langage évoluant autour de la répétition d'un même motif.

DESCRIPTION DE L'ŒUVRE

Description donnée par Ghislain Mollet-Viéville, collectionneur et propriétaire de l'oeuvre :
« Cette oeuvre est une peinture sur toile rayée libre, de format carré dont les 4 coins ont été découpés et placés aux extrémités de la pièce, pour faire "éclater" le tableau dans son espace. Le centre de l'oeuvre est à placer en angle sur deux murs; l'oeuvre est complètement dépendante du lieu qui l'accueille : ses limites sont déterminées par la largeur du plus petit mur, mais en même temps elle s'approprie aussi le lieu dans la mesure où elle "enveloppe", "encadre" les oeuvres des autres artistes sur les murs. »

COMMENTAIRES DE L'ARTISTE

BUREN explique que la toile de store rayée « ressemblait exactement à ce que j'avais essayé de faire de façon formelle avec la peinture pendant plus d'une année – bien qu'avec moins de succès. J'ai acheté plusieurs mètres et j'ai immédiatement commencé à travailler avec. Les rayures sont devenues un modèle, un signe que j'ai plus tard appelé mon outil visuel. Cette séquence de rayures alternant le blanc et la couleur d'une largeur particulière - 8,7 cm - n'est que l'élément stable que j'ai utilisé sans exception depuis 1965. »

PISTES DE REFLEXION

Quelles sont les différences entre les lignes de **BUREN** et celles de Sylvie Fleury ? Les matériaux ? Les couleurs ? L'articulation des lignes ? Quelles sensations procurent-elles ? Quel est leur relation à l'espace ?

- Situé au 2^e étage, le podium **CATWALK** reprend en positif la forme de *Store Front* de **CHRISTO** situé sur le même étage. Si, dans les deux cas, il est question d'univers commerciaux, Christo donne à voir des vitrines vides au visiteur alors que Sylvie Fleury fait défiler ce visiteur sur un podium sans public.

CHRISTO, *Corridor Store Front*, 1967-1968, coll. Jeanne-Claude Christo, New York avec Daniel Varenne, Genève, dépôt Mamco

INTRODUCTION SUR L'ARTISTE ET CE TRAVAIL

Au début des années 1960, **CHRISTO** élabore une réflexion sur les *store fronts* (devantures de magasins). Il montre dès 1963 des vitrines et, de manière récurrente, recouvre de papiers ou

de tissus opaques la partie intérieure de la vitre. Contrairement aux objets qu'il a coutume d'emballer dans leur intégralité, il masque une surface conçue à l'origine comme espace de présentation. Dès 1964, il réalise des devantures de magasins grandeur nature, en assemblant d'abord des objets trouvés (à New York, Paris et Toulouse), en se servant ensuite de matériaux neufs. À l'occasion de l'exposition internationale Documenta 4 à Kassel en 1968, il réalise ce *Corridor Store Front*.

PISTES DE REFLEXION

Quelles impressions naissent de l'absence de marchandise ? Observer l'organisation de l'espace, des vides, du dedans et du dehors. Observer l'espace vide devant les vitrines : Comment Sylvie Fleury reprend-elle ce volume pour la réalisation du podium ? Est-ce une sculpture ? Montez sur le podium et traversez la salle. Comment cela change-t-il le point de vue sur la salle ? Comment les mannequins marchent-ils sur cette piste ? Au 4^e étage, il est également possible de traverser une cabine d'essayage. Ces éléments représentent autant de dispositifs qui font référence au mannequinat.

- Au 3^e étage, l'artiste réactualise la *Définition/Méthode* de **CLAUDE RUTAULT**. Le certificat définit la couleur du tableau selon celle du mur sur lequel il est accroché. Sylvie Fleury choisit non seulement une couleur mais aussi une matière, la fourrure synthétique. Ce dispositif réactualise l'œuvre de **RUTAULT**, réalisée pour le Mamco, et intitulée *l'Inventaire* :

CLAUDE RUTAULT, *L'Inventaire, Définition/Méthode* 170, 1981, coll. du Mamco

DESCRIPTION DE L'OEUVRE

De nombreuses toiles font partie de *l'Inventaire* de **RUTAULT**. Il s'agit d'une réserve de toiles dont le nombre est égal à celui des *Définition/Méthode* (environ 300). Toutes sont numérotées au verso. Les toiles blanches ont déjà été utilisées selon l'une des ses définitions, alors que les brutes ne l'ont pas été. Cet inventaire est mis à jour chaque année. Les toiles sont peintes de la même couleur que le mur sur lequel elles sont accrochées. Ce n'est rien d'autre que de la peinture sur une toile : pas de forme reconnaissable, pas de figure, pas de repère fixe, pas de signe identifiable.

PISTES DE REFLEXION

Quel effet visuel opère la fourrure ? Cela donne-t-il envie de s'en approcher, de toucher, de caresser ? Rechercher d'autres pièces avec cette matière dans les autres étages : par exemple, les fusées et les tableaux monochromes (1^{er}), le parterre du podium (2^e).

Au 3^e étage, dans l'Appartement, se trouvent deux autres œuvres de **RUTAULT** :
CLAUDE RUTAULT, *Peinture-suicide n°2, Définition/Méthode n° 84*, dès 1978, coll. L. Mollet et G. Mollet-Viéville, dépôt Mamco
 Ce travail est décrit dans un des objets du mois :
http://www.mamco.ch/mediation/objet_Rutault.pdf

CLAUDE RUTAULT, *Toile à l'unité, Définition/méthode n°1*, 1941, coll. L. Mollet et G. Mollet-Viéville, dépôt Mamco

- Les slogans de **JOSEPH KOSUTH** comme *Art as Idea as Idea* sont ironisés par Sylvie Fleury avec **BE AMAZING** ou **YES TO ALL**. De même, dans la cage d'escalier et les étages, les noms et les slogans des produits de beauté renvoient aux maximes de l'art conceptuel (**HYDRATE**, **SOOTHE**, **PURIFY**,...).

Au 3^e étage, dans l'Appartement, se trouve :
JOSEPH KOSUTH, *Clock (one and five)*, 1965, coll. particulière, dépôt Mamco

DESCRIPTION DE L'OEUVRE

L'œuvre *Clock (one and five)* se compose de cinq parties: l'horloge elle-même et quatre photographies noir et blanc de format identique. Une photographie représente l'horloge à l'échelle 1/1 et les trois autres des définitions tirées d'un dictionnaire anglais. Celles-ci sont agrandies et égrènent les mots « Clock », « Object » et « Time » à la suite. Dans ce type de présentation. Les panneaux photographiques ne sont pas à contempler en tant que tels, ce sont bien les idées qu'ils expriment qu'il faut considérer comme de l'art. Voir l'objet du mois sur cette œuvre.

PISTES DE REFLEXION

Quel est le lien avec les panneaux du 3^e étage ? Quels sont les définitions que Sylvie Fleury choisit de donner, quels mots choisit-elle ?

- L'œuvre d'**ON KAWARA** exprime un rapport au temps (voir la piste pédagogique du temps : http://www.geneve.ch/ecoles-musees/doc/Dossier_ped/mamco/Letemps_0308.pdf). Quand Sylvie Fleury expose les couvertures agrandies des magazines de mode, elle enregistre à sa manière le temps qui passe. A une série de couvertures photographiques dans le couloir du 2^e étage répond une série plus récente 1994-2004 (alcôve en face de la benne de **GORDON MATTA-CLARK**).

Au 3^e étage dans l'Appartement, se trouvent trois autres œuvres de **ON KAWARA**:
ON KAWARA, DEC. 28. 1977, Today serie n 36, 1977, coll. Ghislain Mollet-Viéville, dépôt Mamco
ON KAWARA, OCT. 7. 1981, Today serie n 34, 1981, coll. Ghislain Mollet-Viéville, dépôt Mamco
ON KAWARA, MAY 13. 1987, Today serie n 18, 1987, coll. Ghislain Mollet-Viéville, dépôt Mamco

LIENS POSSIBLES AVEC...**...L'HISTOIRE DE L'ART MODERNE**

À tous les étages, l'artiste assujettit à l'univers de la mode différents travaux influencés de l'histoire de l'art moderne qui devient source d'emprunts ou sujet à customisation:

- **CESAR** : voitures accidentées magnifiées au 1^{er} étage.
- **VASARELY** : photographies au 2^e étage et au 3^e étage, peintures murales d'un motif agrandi au 3^e étage.
- **MONDRIAN** : tableaux en fourrure synthétique, bottes au 3^e étage dans l'Appartement, emprunt aussi constaté dans le monde de la mode avec la robe Mondrian d'Yves Saint-Laurent au 2^e étage.
- **FONTANA** : **CONCETTO SPAZIALE** au 3^e étage.
- Au 3^e étage, la boîte **SLIM-FAST**, reprise des boîtes Brillo d'**ANDY WAHROL**, renvoie aux travaux de **WAHROL** et au *Pop Art*.
- Au 4^e étage, le plafond doré fait référence aux peintures de **POLLOCK** réalisées par *dripping*.
- L'idée du *readymade* évoque le travail de **DUCHAMP** comme dans :
 Les **SHOPPING BAGS** qui sont exposés pour la première fois à la Galerie Rivolta à Lausanne en 1990 aux côtés des œuvres d'**OLIVIER MOSSET** et **JOHN M ARMELDER**. Ces sacs contenaient le résultat des achats que Sylvie Fleury avait effectué dans des boutiques de luxe et qu'elle avait déposés sans soin particulier dans un angle de la galerie. Nés de l'utilisation outrancière d'une carte de crédit, ils défient la notion de valeur artistique en proposant des produits de luxe devenus œuvres d'art. Cet acte annonce une démarche socio-économique qui déterminera son activité artistique à venir.
 Par la suite, Sylvie Fleury va jusqu'à dépasser le *readymade* en exposant des produits dont l'emballage n'a pas été retiré.
 « Des premières sculptures réalisées uniquement à l'aide d'une carte de crédit » (Éric Troncy)
 Au 3^e étage, les objets sur socle et sous vitres évoquent eux aussi le *readymade*.

...LA LITTERATURE

- Dans cette idée qu'il y a entre les objets du monde moderne et le bonheur un rapport obligé, *Les Choses* de **GEORGES PEREC** (1965) nous interroge aussi sur la relation entre le bonheur et la consommation.
- Au 2^e étage, les grottes rappellent l'aventure fantastique du *Voyage au Centre de la Terre* de **JULES VERNE** (1864).
 Observer les différentes représentations des grottes (la grotte photographiée, la grotte tel un décor de théâtre) qui sont autant de représentations des entrailles de la Terre.

- À tous les étages, des **CHAMPIGNONS** aux couleurs irisées et des **POP CORN** géants semblent sortir de l'histoire d'*Alice au pays des merveilles* de **LEWIS CARROLL** (1865). De même, au 3^e étage, des objets du quotidien pourraient s'animer dans la réalité comme le **DOG TOY**, ce jouet pour chien aux dimensions démultipliées qui devient un monstre, ou encore le **DRAGON FLY** sorte de libellule géante.

...LA MODE

- Des marques de luxe sont retranscrites selon leur typographie sur des peintures monochromes recouvrant toute une surface murale (ex. **ETERNITY** au 4^e étage).
- Au 4^e étage, le **Ô** de Lancôme est réalisé en néon.
- Au 1^{er} étage, le nom donné à l'espace **SKIN CRIME** fait référence à une couleur de rouge à lèvres de Givenchy.
- À divers étages, nous trouvons des slogans de cosmétiques.
- Noms de parfums tels que **EGOÏSTE**, **OBSESSION**, **ANGEL**.
- Articles de mode exposé au 3^e étage.

...LES MAGASINS

- Comme dans un grand magasin, l'escalier est un centre névralgique, sobre, où, entre chaque étage, il est possible de s'accorder un temps pour se recentrer. Tout en sobriété, il s'oppose aux autres salles saturées, variées et polymorphes.
- Au 3^e étage, les vitrines de chaussures reprennent l'idée d'achalandage commercial.
- Au 2^e étage, la benne de **GORDON MATTA-CLARK** est utilisée comme un décor de magasin de luxe et de mode. Et plus loin, des cubes de sagex deviennent des sculptures présentoirs.

...LES SENS

- La vue : espaces sombres, lumière des néons, reflets, chatoyement des couleurs, matières et formes diverses.
- L'ouïe : pièce sonore qui parcourt une partie des salles du 3^e étage, **CRASH TEST** au 2^e étage (imaginer le bruit du froissement sur la tôle), le bruit de l'eau qui coule des fontaines dans la grotte au 2^e étage.
- Le toucher (bien que formellement interdit) : matières comme la fourrure synthétique, la peinture métallisée lisse, la soie.

...LES FILMS ET SERIES

- Au 1^{er} étage est recrée l'agence **SHE DEVILS ON WHEELS**, exposée en 1997 à la galerie Postmasters, New York, qui proposait un service de customisation personnalisée de voiture. Le titre est un hommage à un film culte de **HESHELL GORDON LEWIS** (1968) sur un club de femmes conseillères en personnalisation de véhicules.
- Les formes des voitures, fusées et soucoupes volantes (UFO) renvoient aux stéréotypes des séries B, de la bande dessinée et de l'univers de la science fiction des années 1950.
- Au 2^e étage, **FIRST SPACESHIP ON VENUS** tire son nom du film éponyme de **KURT MAETZIG** (1960) et d'une série télévisée américaine culte entre la fin des années 1980 et la décennie suivante. Le Mamco a présenté une première fois ce travail en 1996.

...L'HISTOIRE DU MAMCO

La présence des pendules de métal dans l'escalier évoque le passé du bâtiment, ancienne usine à instruments de physique. Si le Mamco conserve son identité industrielle, il est cette fois-ci transformé en une usine à rêves et à désirs.

... UNE ŒUVRE DANS LA VILLE

YES TO ALL est une commande du fonds d'art contemporain de la Ville (Fmac) et du Canton (Fcac) de Genève réalisée dans le cadre d'un projet d'art public. Ce néon est situé sur un bâtiment d'habitation bordant l'avenue du Mail à Plainpalais. En tout, quatre néons d'artistes différents ont été placés sur des bâtiments longeant la Plaine.

La citation (formelle et textuelle) est une des ressources récurrentes du travail de Sylvie Fleury. Le déplacement de contexte de slogans en renouvelle la lecture. L'œuvre séduit par la vivacité de la couleur, le choix judicieux de la typographie et l'universalisme du message qu'elle transmet.

Voir site : <http://www.ville-ge.ch/culture/neons/>

CITATIONS

« ...Personne ne se souciait de rien, à plus forte raison d'une femme artiste qui ne se disait pas spécialement intéressée par le féminisme et semblait plutôt préoccupée par la mode et son univers.

Paillettes et Dépendances ou la fascination du néant. Bureau des Transmissions, automne 2008

Mamco (Musée d'art moderne et contemporain). 10, rue des Vieux-Grenadiers. 1205 Genève. www.mamco.ch

Très vite, on la rangea dans cette catégorie au moins aussi inefficace que les autres et, faut-il le rappeler, 10 ans en arrière, art et mode ne faisaient pas bon ménage ». (Éric Troncy, *Beaux-arts magazine* no 210, novembre 2001)

« Les œuvres de Sylvie Fleury jouent de solutions de continuité entre l'histoire des formes modernistes et le système de la mode. D'une grande économie formelle, ses pièces redéployaient ainsi le *readymade*, le monochrome, l'abstraction construite ou le *Pop art* dans les termes de la haute couture, des cosmétiques ou de la dernière tendance. » (Lionel Bovier, fiche Mamco)

« Le transfert du marché à la consommation, de l'objet qui suscite le désir, au sujet qui convoite, et le point de vue, ici, délibérément féminin, marquent la différence entre les ready-mades de Sylvie Fleury et les œuvres de ses prédécesseurs des années 80. » (Markus Brüderlin, in *Sylvie Fleury*, 2001)

« Elle ne s'est jamais contentée d'un regard extérieur, elle a toujours porté (un regard) sur la façon dont elle-même (et par conséquent, les autres femmes) se sert des outils que lui tend la culture de la beauté pour réinventer son identité (visuelle, psychologique, etc.) un regard qui est en même temps une réflexion. »

« Artiste dont l'imagination est aussi bien excitée par le luxe que par l'esthétique, elle cherche à percer les articulations par lesquelles ces deux « catégories » de production (et d'expérience) culturelle(s) ont toujours été intimement mêlées au niveau du désir. » (Joshua Decker, in *Sylvie Fleury. First Spaceship on Venus and other Vehicules*, 1998)

« Que cela soit à travers les *shopping bags*, les Mondrian en fausse fourrure ou les Fontana en jeans, qui sont des œuvres clefs, des œuvres emblématiques d'artistes « mâles », mon travail consiste à y insérer un élément féminin. Les monochromes en fausse fourrure, c'est une manière de revoir le monochrome en ajoutant le côté *soft*. » (Sylvie Fleury)

MISES EN GARDE POUR LA VISITE DU LIEU

Il est interdit de toucher les œuvres et les différents matériaux exposés.

Veiller au passage restreint autour de la benne de **GORDON MATTA-CLARK** (2^e étage) et de manière générale autour des champignons.

Il est interdit d'entrer à plus de trois personnes dans la grotte (2^e étage).

Les classes peuvent traverser le podium, mais il est interdit d'en descendre à mi-chemin.