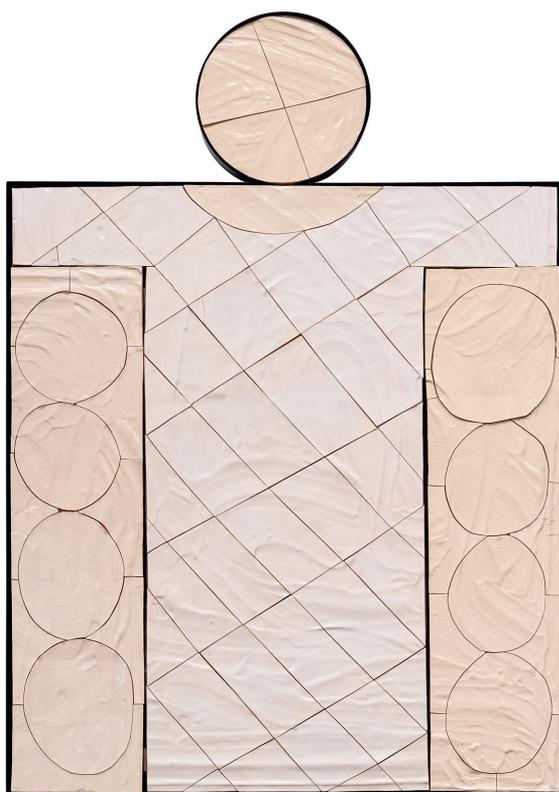


ARTISTES CORPORAT

Camille Zonca & Cyril Quenet
Cofondateurs de Label Famille

En guise d'avant-propos, une série d'œuvres
réalisées par des membres de Label Famille.



Buste
Maximilien Pellet
Faïence bois et acier
90 × 110 cm
2019



Gravekeeper ring

Jenna Kaës

Fonte de bronze à la cire perdue

3,6 × 4 × 3 cm

2020



*MM n*03*

Quentin Vuong

Caplain (or et paladium), résine, hêtre

25 × 23 cm, ép.: 4 cm

2019



Jardin public
Studio des formes
Tirage sur papier
40 × 60 cm
2021



Hors de portée 2

Julia Gault

Porcelaine creuse, clou de cuivre

Dimensions variables

2016

À tous les créateurs et créatrices
qui transforment le monde.
À tous les dirigeants et dirigeantes
qui le construisent.
Au dialogue entre ces deux mondes.

Il est des mythologies qui n'en finissent pas de mourir. Il en va ainsi de l'image de l'artiste romantique : travaillant seul dans son atelier, il est asocial, incompris et génial. Ce romantisme peut d'ailleurs revêtir des costumes nouveaux : on connaît celui de l'artiste révolutionnaire, refusant de se compromettre avec toute forme de pouvoir, politique, économique ou plus largement institutionnel...

Une approche historique conduit bien sûr à relativiser ces stéréotypes. Il fut des époques où le travail d'artiste prit une forme quasi entrepreneuriale. Aujourd'hui, la sophistication de la création contemporaine, qui fait appel à une diversité de matériaux et techniques, rend nécessaire un travail collaboratif, à défaut d'un vrai travail d'équipe. Enfin, au-delà des seules conditions de production, se pose la question de la fonction artistique. L'art ne se conçoit pas nécessairement comme « en rupture » au sens où la création devrait isoler et s'isoler de la société. *A contrario*, on peut concevoir une activité artistique qui vient aider la société à mieux vivre, à produire davantage de beauté, et qui, à cet

PRÉFACE

effet, s'efforce de conjuguer les disciplines. Ce fut le grand espoir déçu des artistes soviétiques durant les premières années qui suivirent la révolution de 1917. Ce fut également la belle démarche du Bauhaus dans l'entre-deux-guerres.

Le centre Pompidou est lui-même partie prenante à ces évolutions. Créé dans les années qui ont suivi le grand bouleversement de Mai 68, il procède de la conviction de Georges Pompidou que la France dans son ensemble a besoin de l'ouverture d'esprit que donne l'art contemporain. Un exemple caractéristique de cette ambition est la création récente d'un fonds de dotation, « Pompidou Accélération », précisément conçu pour rapprocher musées, artistes et chefs d'entreprise, dont la première saison a connu le succès.

Cette forme originale de mécénat reflète une double évolution.

Évolution du côté de l'entreprise, désormais à mille lieues du fordisme, sensible de façon croissante au rôle de l'émotion à la fois dans sa politique commerciale et dans sa gestion des ressources humaines. Elle voit dans le contact avec l'art, le rapprochement avec l'artiste, une façon

PRÉFACE

de développer la créativité et l'audace de son personnel.

Évolution aussi du côté des artistes, prêts à travailler avec l'entreprise, dès lors qu'ils disposent de garanties suffisantes en termes de liberté créatrice et critique.

La démarche engagée par Label Famille vient heureusement nourrir cette évolution.

Elle permet de consolider la forme du collectif d'artistes, cruciale aujourd'hui. La souplesse du collectif donne à l'artiste la possibilité de rompre son isolement sans attenter à sa liberté. Le collectif, c'est aussi le moyen de donner à la création une véritable dimension interdisciplinaire, autre enjeu contemporain.

Remettant en cause les divers cloisonnements entre œuvre et prestation, art et design, Label Famille explore la voie d'un nouveau dialogue entre chefs d'entreprise et artistes, permettant des échanges plus fructueux, une meilleure intégration de la dimension artistique dans la vie et les produits de l'entreprise, sans dénaturer le rôle de chacune des parties à l'échange.

PRÉFACE

Alors, écartons les préjugés pour admettre que ce type de démarche peut bénéficier à tous : aux artistes, qui doivent avoir les moyens de vivre et les ressources pour travailler ; aux entreprises, qui peuvent en retirer une meilleure façon de fonctionner et de produire ; à la société en général, qui a tout intérêt à une diffusion de la création au-delà des seules enceintes réservées. « L'Art dans la vie ». Ce fut une utopie révolutionnaire. Essayons d'en faire un objectif d'aujourd'hui.

Serge Lasvignes, Président du Centre national d'art et de culture Georges-Pompidou de 2015 à 2021

INTRODUCTION

«*Artiste ?! Mais tu n’y penses pas,
ce n’est pas un vrai métier !*»

Combien de parents ont-ils prononcé cette phrase à leurs enfants ? Et leur ont conseillé, dans le même temps, de plutôt choisir une autre voie ?

Pour nous, écrire ce livre-manifeste est une manière de réconcilier les esprits et de changer le *statu quo*.

Notre métier de créateur n’est pas toujours bien compris en France. Beaucoup de préjugés y sont encore associés, en premier lieu. Le mythe grotesque de la solitude et de l’inspiration descendue du ciel qui entoure les créateurs et créatrices est tenace. Dans notre société, on oublie trop souvent que l’artiste s’attelle à un travail quotidien qui s’appuie sur un savoir-faire technique et intellectuel ancré dans son époque. De fait, son métier n’est pas valorisé en tant que tel. Il est souvent réduit à un résultat : un tableau, un objet ou une image. Ce que nous défendons dans ce livre, ce sont l’intelligence et les compétences des créateurs et créatrices profondément utiles à la société.

INTRODUCTION

La sensibilité particulière des créateurs et créatrices, le regard critique qu'ils portent sur notre société et leur capacité à la transformer, ils peuvent les mettre au service d'un monde plus large : celui des organisations humaines, qu'elles soient publiques ou privées (du mécène aux entreprises en passant par les commanditaires publics).

Les dirigeants et dirigeantes ont tout intérêt à collaborer avec des créateurs pour nourrir leur vision et inventer des formes à même de la transmettre.

Artiste et *corporate* sont profondément complémentaires : l'un apporte sa sensibilité, l'autre sa capacité à influencer la société.

Dans l'intérêt conjoint des créateurs/créatrices et des entreprises, nous sommes convaincus de la nécessité de développer des projets en tant qu'*artistes corporate*. Que recouvre cette notion ? Il ne s'agit pas d'un métier comme pourrait l'être celui d'« artiste plasticien » ou de « designer », mais d'une démarche de travail.

Nous souhaitons que les créateurs et créatrices puissent s'identifier à ce terme. Nous pensons aussi que ce concept inspirera de nouveaux projets artistiques auprès des dirigeants et dirigeantes. Quand un créateur/créatrice entre en dialogue

INTRODUCTION

avec un dirigeant/dirigeante, il devient *artiste corporate* tout en conservant sa pratique d'artiste plasticien ou de designer.

Ce livre appelle à un changement de paradigme, à sortir de la relation figée entre les créateurs/créatrices et les dirigeants/dirigeantes. La fluidifier, la développer encore davantage et réconcilier ces deux termes pouvant paraître antinomiques encore à certains : artiste et *corporate*. Car c'est vrai : l'alliance de ces deux mots choque aujourd'hui, aussi bien les artistes que les dirigeants/dirigeantes. Pourtant, la création n'est pas accessoire, contrairement à ce que le *corporate* peut croire parfois. Ce dernier n'est pas porté que sur l'argent, contrairement à ce que des artistes peuvent penser. Déconstruire ces idées reçues est indispensable à notre société.

Notre vision consistant à rallier des mondes différents n'est pas nouvelle. À présent, la génération actuelle est pleinement ouverte à cette idée. Elle est aussi en phase avec les changements de modèles attendus par la société depuis la crise sanitaire.

La crise économique et sociale a eu l'effet d'un accélérateur, les modèles doivent changer dans

INTRODUCTION

notre société. Écrire ce livre, partager nos convictions, est une manière pour nous de soutenir l'intelligence collective et les changements de modèles.

Nous sommes des outsiders. Nous nous sommes faits seuls. Nous ne venons aucunement du monde *corporate*. Vouloir sortir de son milieu, c'est aussi affirmer ses ambitions. Ce désir d'entreprendre que nous avons à la sortie de l'École nationale supérieure des Arts Décoratifs est intact. Nous le faisons aujourd'hui pour soutenir et valoriser l'intelligence des créateurs/créatrices contemporains et affirmer combien ils sont utiles à la société.

Écrire, c'est tenter de rendre notre pratique plus accessible et mieux comprise auprès du plus grand nombre.

Dans cet essai, nous allons nous efforcer d'expliquer combien la création est le cœur indispensable au monde économique, culturel, et à la société, qu'elle est génératrice de valeurs et plus encore, qu'art et entreprise constituent un duo gagnant.