

Artangel et la commande d'art public au Royaume-Uni au tournant du XXI^e siècle

QUAND L'HYBRIDATION DES FINANCEMENTS DE L'ART BRITANNIQUE
COÏNCIDE AVEC UNE HYBRIDATION DES LIEUX DE L'ART

Même sans connaître leur nom, le public de l'art contemporain sera familier de certaines de leurs productions : on doit en effet au Artangel Trust d'avoir fourni à des artistes les fonds et le soutien logistique nécessaires à la production de projets uniques dont ils n'auraient jusque-là pu que rêver. Artangel est une agence de commande d'art public indépendante basée à Londres. Il ne s'agit ni d'une agence privée servant d'intermédiaire entre des clients et des artistes – activité qui s'est développée de façon spectaculaire avec l'introduction d'un 1% artistique par Margaret Thatcher, elle-même inspirée par des pratiques américaines –, ni d'un organisme public, comme l'est Art on the Underground ou tout autre service public de commande d'art régi par le *Cultural Commissioning Program*. Artangel diffère aussi de l'action des Nouveaux Commanditaires qui en France confient l'initiative des commandes à des membres de la société civile : en mettant en relation un médiateur culturel et un groupe de citoyens avec une demande particulière afin de choisir l'artiste le plus à même de s'emparer de leur projet, cette initiative lancée par la Fondation de France renverse et démocratise la pratique habituelle de la commande d'art public. Artangel, de son côté, ne cherche pas l'inversion de la logique de l'offre culturelle, mais sa circularité, car, d'une certaine façon, cette agence indépendante cherche à faire des artistes leurs propres commanditaires.

Comme de nombreux organismes culturels britanniques, Artangel est une organisation caritative d'utilité publique. Fondée en 1985 par Roger Took, elle a permis la création de certaines des œuvres éphémères *in situ* les plus marquantes de ces trente dernières années, qu'il s'agisse de *House* de Rachel Whiteread en 1993 – moulage en ciment de l'intérieur d'une maison choisie dans une rangée de logements délabrés promise à la

démolition dans le quartier populaire de Mile End – ou de *The Battle of Orgreave*, reconstitution (*reenactment* en anglais) organisée en 2001 par Jeremy Deller de la célèbre confrontation violente entre mineurs et policiers, parfois montés, lors de la grande grève de 1984, pour laquelle Deller fit appel aussi bien à des anciens mineurs et à quelques policiers qui avaient participé aux affrontements, que, fidèle aux associations surprenantes qui sont sa signature, à des sociétés de reconstitutions historiques (en fait plus de vingt groupes dont *The Wars of the Roses Federation*, *The Sealed Knot* et *The Southern Skirmish Association*). Les deux artistes reçurent chacun le prestigieux prix Turner peu de temps après leur collaboration avec Artangel, Whiteread en 1993, Deller en 2004, témoignant à la fois de leur importance respective sur la scène artistique britannique, et du rôle joué par l'agence de commande d'art public dans l'émergence de jeunes talents.

Artangel existe depuis trois décennies qui forment aujourd'hui un tout cohérent en termes de périodisation à la fois artistique et politique. Elle fut créée en réaction aux coupes budgétaires introduites par le gouvernement Thatcher en 1979, et a depuis évolué de manière distinctive au gré des différentes orientations des politiques culturelles mises en place depuis par les gouvernements travaillistes et conservateurs qui se sont succédés. Son recours à un modèle économique mixte reposant sur des fonds publics, privés et du mécénat d'entreprise résulte du mouvement plus général d'hybridation du financement de la culture et de l'art encouragé par les différentes politiques culturelles mises en place depuis les années quatre-vingt, et il fournit une étude de cas récente particulièrement signifiante pour l'étude des questions plus larges relatives à la spécificité britannique du soutien à l'art. Ce que je souhaite démontrer, c'est que la façon très particulière dont

James Lingwood et Michael Morris, ses directeurs recrutés en 1991 pour remplacer Roger Took, ont géré les vicissitudes du financement public et mis à profit une évolution de l'état d'esprit national face à la question de la philanthropie, a permis l'émergence d'un nouveau modèle viable et indépendant, mais aussi que ce modèle s'est reflété formellement dans la manière dont Artangel a envisagé le lieu de l'art, et plus généralement dans la façon dont ils envisagent la création et l'exposition de l'art hors de la galerie ou du musée. L'art *in situ* produit par l'agence caritative, forme extérieure de cet *installation art* identifié par Claire Bishop et Boris Groys comme l'un des genres artistiques contemporains prédominants, a en effet reflété les bouleversements sociaux et économiques qui ont transformé le pays au tournant du siècle¹.

Les projets Artangel sont souvent réalisés à Londres, même si ce n'est pas exclusivement le cas, surtout depuis la mise en place de leur nouveau programme international qui a permis des productions en Islande et aux Etats-Unis. L'expérience du lieu y tient une place tout aussi importante que l'œuvre elle-même, et les deux viennent à se confondre. L'agence en a fait un élément de plus en plus explicite de sa communication, la revendication de cette identification culminant dans le nouveau slogan inauguré en 2015 : « Un art extraordinaire. Des lieux inattendus (Extraordinary art. Unexpected Places). » Certains projets récents comprennent ainsi l'utilisation par PJ Harvey d'un studio d'enregistrement installé en 2015 dans l'ancien stand de tir du centre des impôts de Somerset House pour enregistrer son dernier album devant un public confiné derrière un miroir sans tain, œuvre intitulée *Recording in Progress*. La même année, un autre projet a vu Ben Rivers faire usage des anciens studios de télévision de la BBC à White City – plateaux ayant accueilli de nombreuses fictions célèbres de la télévision publique britannique, mais voués à la destruction pour faire place à un projet immobilier de standing – pour

créer son installation immersive et cinématique « The Two Eyes are Not Brothers. » En 2001, Michael Landy avait aussi utilisé un lieu laissé vacant entre deux occupations pour créer *Break-Down*, en l'occurrence une boutique C&A vide sur Oxford Street. Le *Plot* (2014) de Jose Damasceno prenait place dans une bibliothèque publique en activité dans le quartier d'Holborn, le *Master Rock* (2015) de Maria Fusco fut un programme radio enregistré depuis une station hydro-électrique creusée sous Ben Cruachan, l'un des plus hauts sommets de la côte ouest de l'Ecosse, et Jorge Otero-Pailos fut autorisé à investir le Palais de Westminster pour *The Ethics of Dust* (2016) ; de même, de nombreuses œuvres produites au fil des années et utilisant des audio-guides ont entraîné leur public à travers les rues de l'est de Londres, dans ses gares, et même plus loin, jusque sur une île du sud du pays. Avec Artangel, l'art public sort du musée, mais ne se retrouve pas pour autant dans les lieux les plus accessibles, ni les plus publics qui soient.

Art public, espaces publics

Des espaces que nous continuons de nommer publics ont en fait été largement privatisés aujourd'hui, principalement par la publicité, mais aussi parce que nos nouveaux modes de communication font que nous tenons sans gêne nos conversations privées dans la rue ou dans le bus. Cette tendance est toutefois particulièrement prononcée au Royaume-Uni, et ceci à cause d'un phénomène récent, la formalisation des *Business Improvement Disctricts* (les BIDs), autorisés dans le pays depuis 2004, et qui introduisent un degré supérieur de privatisation et de commercialisation de l'espace public. Les BIDs sont des lieux, plus généralement des quartiers, dans lesquels les entreprises et commerces locaux ont été encouragés à investir au-delà du périmètre circonscrit de leurs locaux ou de leurs commerces. Incités à prendre en charge leur environnement direct, ils l'annexent presque afin de proposer des services complémentaires et de meilleure qualité, « additional or improved services². » Il s'agit en effet de veiller à

1. Boris GROYS, « The Topology of Contemporary Art, » dans Terry Smith, Okwui Enwezor, et Nancy Condee (éd.), *Antinomies of Art and Culture, Modernity, Postmodernity and Contemporaneity*, Durham et Londres, Duke University Press, 2008, p. 71-82; et Claire BISHOP, *Installation Art*, Londres, Tate Publishing, 2005.

2. Voir par exemple, parmi plus d'une centaine de BIDs conclues au Royaume-Uni, le Baker Street Quarter BID

la propreté du quartier et donc de l'environnement direct de ces entrepreneurs, de le rendre plus beau et plus agréable grâce à un nouveau mobilier urbain et des plantations entretenues, de le rendre plus sûr également en investissant dans des caméras de surveillance et du gardiennage privé. Ces investissements privés représentent des économies conséquentes pour les autorités locales, voire pour le gouvernement, mais permettent aussi de relancer l'économie de quartiers déclinants, d'y encourager le commerce et de faire monter les prix de leur immobilier, pour le gain des généreux donateurs privés.

Certaines œuvres *in situ* (on parle en anglais de *site-specific works*) ont commenté cette nature publique ambiguë, ainsi que le degré particulièrement élevé que cette ambivalence atteint dans la ville de Londres. Pour cela, elles ont fait usage d'espaces privés, cachés, ou plus généralement inattendus : voies souterraines désaffectées, cinémas abandonnés, hangars de stockage, etc. Bien sûr, le caractère public de l'art public ne découle pas seulement du lieu où il est présenté, mais dans la notion d'*in situ*, l'implication du secteur public (et donc le degré de financement public du projet), la sphère publique (les éléments politiques qui animent l'œuvre), et l'espace public (le positionnement de l'œuvre en dehors de l'institution), sont trois critères qui se chevauchent.

Financement public, financement privé

Sans fonds propres¹ – il ne s'agit pas d'une fondation – Artangel perçoit aujourd'hui un tiers de son financement de subventions de l'état (distribuées

par l'Arts Council, devenu Arts Council England, ou ACE, depuis la dévolution de 1994). Un montant presque équivalent vient de co-productions avec d'autres œuvres charitables ou des fondations, ou grâce à du *sponsoring*. Le dernier tiers vient d'un mécénat privé organisé en un système de trois niveaux de souscription : une cotisation d'au moins £1.000 annuelles pour appartenir à the Company of Angels, ou bien de £750 par an avec un engagement sur quatre ans; £2.500 annuelles pour être un Guardian Angel, ou bien £2.000 par an sur quatre ans ; et enfin une donation d'au moins £5.000 par an pour devenir un Special Angel². Le contexte dans lequel l'agence fut fondée en 1985 fut celui de coupes budgétaires imposées par le gouvernement Thatcher qui souhaitait alors rompre avec une période qui depuis l'après-guerre avait été décrite comme une phase de consensus autour d'un Etat-Providence qui avait, sous l'influence majeure de John Maynard Keynes, introduit un haut degré de soutien public à l'art dans un pays jusqu'alors habitué à un mécénat plutôt bourgeois. Les années quatre-vingt furent donc le moment d'un volte-face assez spectaculaire dans la politique culturelle du Royaume-Uni qui choisit dès lors de privilégier à nouveau et de faciliter le soutien privé à l'art³. L'introduction en 1984 du Business Sponsorship Incentive Scheme (le BSIS) fut l'un des premiers pas marquants de cette révolution néo-libérale, destiné à remplacer le plus possible le soutien public par du mécénat d'entreprise. Dès 1992-93, des dépenses dans le domaine culturel s'élevant à £4,5 millions par an se mirent à générer un sponsoring de £7,5

2. Archives privées Artangel, consultées en juillet 2014. Montants ajustés pour 2017. Les donateurs sont invités aux avant-premières, ou à des dîners organisés autour des artistes, et, pour les plus généreux, reçoivent parfois des multiples réalisés par ceux-ci pour célébrer leur collaboration avec Artangel.

3. Le volte-face se fit en effet par rapport aux politiques dites de post-consensus. Il faut toutefois rappeler que cette longue période de soutien public qui suivit la Seconde Guerre mondiale fut précédée de plusieurs siècles d'un mécénat de la *middle-class* qui était le résultat d'une mise à l'écart de l'influence culturelle de l'église suite à la Réforme au 16^e siècle, puis de la couronne à la suite de la Glorious Revolution à la fin du 17^e siècle, mais aussi, et peut-être principalement des bouleversements économiques et sociologiques qui découlèrent de l'entrée précoce et fracassante du pays dans sa Révolution industrielle.

<<http://www.bakerstreetq.co.uk/about/article/what-is-a-bid/>>, consulté le 12 décembre 2017. L'expression souvent citée « additional and improved service » est utilisée sur la page du London City Hall consacrée à ces initiatives : <<https://www.london.gov.uk/what-we-do/business-and-economy/supporting-business/about-business-improvement-districts>>, consulté le 12 décembre 2017.

1. La plupart des budgets que j'ai pu consulter dans les archives d'Artangel se concluent sur un équilibrage des comptes entre dépenses et recettes sur chaque projet individuel, et ceci en termes de manque à gagner, ce qui signifie qu'ils travaillent à récolter des financements jusqu'au moment même de l'inauguration du projet, et souvent au-delà.

millions par an, en même temps que les fonds publics furent détournés de leurs destinataires habituels pour soutenir des associations travaillant au développement de ce mécénat. Lorsque Roger Took créa Artangel en 1985, son idée première était de réagir à ces coupes et de les compenser, mais il s'agissait aussi de contrer une défiance générale face aux nouvelles formes artistiques qui avaient émergé depuis les années soixante-dix, les attaques les plus virulentes venant alors déjà de la presse populaire britannique qui s'était fait les dents au moment de l'achat par la Tate en 1972 des fameuses « briques » de Carl Andre, *Equivalent VIII* (1966) – en fait un scandale à retardement dont la presse ne s'empara qu'en 1976 – et continuait de souffler sur les braises avec la création du Turner Prize par les Patrons of New Art en 1984. Pourtant, et de manière presque paradoxale, il le fit en se reposant au départ presque exclusivement sur ses fonds personnels et sur de l'argent familial. En se développant et en devenant une entreprise plus professionnelle, Artangel se tourna progressivement vers des fonds publics et vers un soutien du Arts Council, finissant par recouper, bien qu'en s'y prenant dans l'autre sens, le modèle hybride encouragé par les nouvelles formes de politiques culturelles introduites au Royaume-Uni à la fin du 20^e siècle.

Un élément central de leur fonctionnement réside dans le fait que leur budget n'est pas entièrement attaché à la réalisation de chaque projet spécifique, ce qui leur permet d'appliquer un *modus operandi* qui leur est propre et fait leur spécificité, le fait de ne pas donner de date trop précise aux artistes pour la réalisation de leur projet et de prendre tout le temps nécessaire (des années parfois) pour le laisser mûrir et pour en discuter avec les artistes¹. Lorsqu'en 1992, le brasseur Beck's signa un accord avec Artangel pour un financement sur trois ans qui résulta dans la création du *House* de Rachel Whiteread, le statut de l'agence changea radicalement. *House* fut l'un des fruits seulement de la prolifique collaboration entre Artangel et Beck's, le second ayant également financé *Empty Club* de Gabriel Orozco en 1996, *Feature Film* de Douglas Gordon en 1999, ou

encore *The Influence Machine* de Tony Oursler en 2000, avant que le brasseur ne crée la même année son propre prix d'art contemporain en association avec l'ICA, Beck's Futures. Ainsi, lorsqu'en 1996 Beck's renouvela son soutien pour quatre années supplémentaires tout en ajoutant une somme forfaitaire de £125.000, Artangel fut soudain en mesure de compter sur des réserves qui sont celles de fondations plus traditionnelles. Ce nouveau statut se confirma quand au même moment, l'Arts Council se montra plus généreux dans ses subventions. Artangel figura en effet parmi les premiers récipiendaires d'un prix appelé National Lottery Arts for Everyone, A4E, prix attaché à un programme destiné à encourager les organismes spécialisés à toucher de nouveaux publics – le terme en vogue était alors au Royaume-Uni celui de *diversity*, et les nouveaux publics à conquérir étaient donc ceux d'une population moins riche, plus jeune et moins exclusivement blanche. La loterie nationale, The National Lottery, fut introduite au Royaume-Uni par John Major en 1994, et allait transformer le paysage culturel britannique avec un soudain apport de fonds très importants destinés à des « bonnes causes », dont la culture et l'art. On pourra identifier ces fonds comme à la fois privés (l'argent venant effectivement de chaque individu achetant un billet de loterie) et publics (les sommes étant redistribuées par le Trésor). Ce n'est que très tardivement, et bien plus tard qu'ailleurs en Europe, qu'un système de loterie nationale fut autorisé au Royaume-Uni, probablement simplement parce que Margaret Thatcher, qui avait été élevée dans les valeurs du méthodisme, s'y était fermement opposée pour des raisons morales. Ce fut toutefois le New Labour qui récolta les fruits de cette véritable aubaine lorsqu'il remplaça les conservateurs en prenant le pouvoir en 1997. Les directeurs d'Artangel comprirent très rapidement les bénéfices qu'ils pouvaient tirer de cette hybridation progressive des sources de leurs revenus. En effet, il ne s'agit pas simplement de multiplier les sources, mais de se rendre compte du fait que financeurs privés comme financeurs publics sont encouragés dans leur générosité et rassurés sur leurs choix lorsque leur bénéficiaire a également trouvé un soutien auprès de l'autre secteur.

1. Encore une fois, les archives montrent des budgets variables pour chaque projet.

Les années 1990 et 2000 furent des décennies propices au développement de leur financement, mais également un moment où Artangel tenta de résister au mieux au phénomène qui vit le New Labour promouvoir, par une augmentation significative du budget du DCMS¹, le secteur culturel, ou plutôt ce qui s'appelait alors de plus en plus l'industrie culturelle, comme des attractions touristiques à haute rentabilité, et à la systématisation de l'utilisation de l'art *in situ* dans un but de régénération urbaine et sociale. Les années deux mille dix furent, quant à elles, marquées par de nouvelles coupes imposées par le gouvernement de coalition élu en 2010 à la suite d'un accord entre conservateurs et libéraux démocrates, et dans un contexte de crise financière internationale. L'appel gouvernemental à une plus grande autonomie des institutions artistiques et autres organismes culturels sous la devise « Big Society » donna à Artangel l'opportunité de faire la démonstration de la résilience de son modèle hybride dans lequel les subventions du Arts Council étaient maintenant presque garanties.

Le site de l'œuvre comme lieu d'adaptation

Sur toute cette période, Artangel resta également à la pointe des changements artistiques qui intervinrent alors et adopta les nouveaux formats qui se mirent à prédominer : le professionnalisme des projets artistiques, leur ampleur et leurs dimensions, leur complexité technologique, et tout ce qui fait qu'un projet artistique nécessite de plus en plus de préparation, une meilleure infrastructure technique, des budgets plus importants, et, tout simplement, un degré de sophistication inédit. Les œuvres d'art basées sur un travail de recherche (*research-based art*) nécessitent un temps long de pré-production, et le goût actuel pour le monumental signifie que l'argent doit aujourd'hui être injecté à l'avance, et pas seulement être le prix payé plus tard une fois que l'œuvre arrive sur le marché.

Presque paradoxalement, Artangel a à la fois épousé le mouvement de cette hybridation du financement de l'art aujourd'hui consensuelle, et résisté à son implémentation forcée. Ses directeurs et ses équipes ont toujours cherché à contrôler leur niveau de redevabilité, l'instrumentalisation de leur action par le secteur public comme par le secteur privé, et le profit commercial que leurs soutiens publics, philanthropiques, ou venant d'entreprises ont pu être perçus comme tentant d'exploiter. Cette résistance aux pressions politiques et commerciales, bien que principalement silencieuse, peut se déceler dans certaines œuvres produites par Artangel au fil des années en fonction des différentes périodes où elles ont été créées, mais aussi, et de manière encore plus claire, dans le choix des différents lieux occupés par ces productions.

Les projets produits par Artangel furent très visibles et très présents dans le centre de Londres dans les années quatre-vingt et au début des années quatre-vingt-dix grâce à leur utilisation (inspirée par le travail de l'agence Creative Time à New York) de l'écran publicitaire de Piccadilly Circus, le Spectacolor, et de panneaux publicitaires positionnés un peu partout en ville, mais aussi en Irlande dans le cas de l'intervention de 1987 de Barbara Kruger, *We Don't Need Another Hero*. Pourtant, depuis la fin des années quatre-vingt-dix, ils semblent rechercher des emplacements moins visibles ou moins accessibles. Cette occupation plus subtile de l'espace public est probablement une réaction à l'ère d'instrumentalisation politique inaugurée par le gouvernement Blair (bien qu'elle ait déjà été en germe dans la politique culturelle des conservateurs, Margaret Thatcher s'étant montrée très intéressée par le modèle américain, et en particulier par l'utilisation de l'art dans les programmes de régénération urbaine). Un célèbre discours donné à la fin de son mandat par Tony Blair à la Tate Modern devant un parterre d'acteurs culturels le 6 mars 2007 résume bien le rapport très particulier à la culture qui s'était alors installé : Blair insistait alors sur le fait que « le dynamisme dans les arts et dans la culture crée un dynamisme pour la nation, » et que son gouvernement avait créé sur les deux décennies qui venaient de s'écouler les conditions propices à l'éclosion d'un « âge d'or » pour les

1. Le *Department for Culture, Media and Sport*, renommé par Tony Blair en 1997 après avoir été créé en 1992 par John Major sous l'intitulé autrement conservateur de *Department for National Heritage*, DNH.

arts¹. Cette instrumentalisation fut économique, mais aussi sociale, poursuivant la politique de régénération urbaine par la culture importée par les conservateurs, en continuant d'encourager le mécénat privé, mais en y ajoutant aussi une augmentation spectaculaire du budget public dédié. Elle reposait également sur une croyance dans les vertus sociales de la culture, capable d'aider à la lutte contre la pauvreté, contre le crime et toutes sortes de problèmes sociaux. Sur la scène internationale, la devise utilisée par le New Labour au moment de sa conquête du pouvoir au milieu des années quatre-vingt-dix, « Cool Britannia² » devait aussi avoir une utilité dans la reconstruction d'un prestige national et dans le renforcement de son *soft power*.

Nouveau génie du lieu

Les artistes qu'Artangel a soutenus depuis plus de trois décennies font partie d'une ou deux générations qui ont fait l'expérience d'une disparition progressive, bien sûr relative, de l'atelier comme lieu de travail où l'œuvre est conçue et élaborée avant d'être exposée ailleurs. Une pratique hors les murs encouragée au Royaume-Uni par l'influence d'étudiants marcheurs comme Richard Long ou Amish Fulton à St Martins à la fin des années soixante, ou encore par le Department of Environmental Art créé par David Harding à la Glasgow School of art en 1985. À Londres, le lien entre art et lieu changea aussi à la fin des années quatre-vingt pour des raisons économiques et politiques. En fermant le Greater London Council en 1986, le gouvernement Thatcher souhaitait réduire le montant de leurs subventions – ainsi que l'influence bien trop marquée à gauche de son directeur à l'époque, Ken Livingstone, alors appelé « Ken le rouge », et son soutien à un art communautaire politisé – et cette suppression eut une influence géographique très claire sur la création dans la capitale. À l'est, le réaménagement du

quartier des Docklands soutenu par Thatcher avec la création d'un organisme dédié la London Dockland Corporation, engendra dans l'intérim de nouvelles opportunités pour les artistes. C'est dans l'un de ces bâtiments, un ancien immeuble de bureaux appelé PLA en cours de reconversion, que Damien Hirst organisa en 1988 l'exposition « Freeze » considérée aujourd'hui comme l'acte de naissance des Young British Artists³. Les Young British Artists, ou YBAs, ont longtemps été appelés les « enfants de Thatcher » (*Thatcher's children*), et leur esprit d'entreprise, notamment dans l'organisation de leurs propres expositions, fut alors loué. Mais, s'ils étaient en effet des enfants de Thatcher, ce n'était pas parce qu'ils embrassaient sa vision néo-libérale de la société, ou parce qu'ils furent soutenus par Charles Saatchi, concepteur des publicités de campagne de son parti, mais bien parce que leur génération a émergé dans le contexte particulier de sa politique culturelle post-consensus et a dû s'adapter à la baisse des subventions allouées aux écoles d'art et aux musées publics. Les artistes migrèrent en masse vers ces quartiers de l'est autrefois repoussants à la recherche d'ateliers aux loyers peu élevés. Ils furent bientôt suivis par les galeries qui quittèrent l'ouest de Londres, leur périmètre traditionnel. L'impact sur la scène artistique, mais aussi sur l'urbanisme en général, fut considérable.

Les maisons

Artangel produit et promeut des œuvres qui reflètent cette nouvelle perception de l'espace, principalement londonien. Il s'agit de plus en plus souvent d'œuvres qu'il faut aller trouver, créant ainsi ce que Claire Bishop appelle des « pèlerins de l'art » (*art pilgrims*), invités à pénétrer de nouveaux territoires, avec une particularité : la présence remarquable, et significative, d'immeubles et de maisons dans leurs projets⁴. Une étude des

1. « *Dynamism in arts and culture creates dynamism in a nation* » et « *golden age* », voir :

<<http://www.theguardian.com/politics/2007/mar/06/politicsandthearts.uk1>>, consulté le 12 décembre 2017.

2. L'expression est un jeu de mot sur le chant patriotique « *Rule, Britannia!* ».

3. Sur les circonstances ayant mené à la transformation de la géographie artistique de Londres, voir Aidan WHILE, « Locating Art Worlds: London and the Making of Young British Art », Londres, *Area* 35, n° 3, Sept. 2003, p. 252-61.

4. Claire BISHOP, « As if I was lost and someone suddenly came to give me news about myself » dans *Off Limits: 40 Artangel Projects*, Gerrie von Noord (éd.), Londres, Merrell Publishers, p. 25.

archives de l'agence montre qu'une grande quantité d'énergie a été déployée au fil des années à rechercher des maisons vides ou à négocier l'occupation temporaire d'immeubles vides car en cours de rénovation¹. Cet intérêt a des explications culturelles. La Grande-Bretagne a en effet l'un des taux de propriété immobilière le plus élevé au monde, mais également un parc particulièrement cher et délabré.

Ce phénomène a été décrit par Patrick Keiller dans son film de 2000, *The Dilapidated Dwelling*. La maison exerce en effet un pouvoir particulier de fascination sur les Britanniques, et sur les artistes britanniques qui l'utilisent aujourd'hui comme lieu d'exposition, ou comme l'œuvre elle-même. Ce retour du domestique pour remplacer le musée ou l'espace de la galerie leur permet de s'approprier une architecture donnée, porteuse des traces de vies vécues entre leurs murs. Toutefois, de la même façon, les maisons permettent aux artistes de retourner à l'intérieur, de travailler sur l'*in situ* non pas dehors, mais dans des espaces qui ne sont pas en plein air, et qui aujourd'hui sont parmi les derniers à échapper aux yeux inquisiteurs des caméras de surveillances, de Googlemaps, et autres drones : en d'autres termes, les nouveaux lieux d'un partage, et donc d'un art véritablement public, dans un contexte où l'espace public a été progressivement privatisé. Artangel, et les artistes que l'agence soutient, utilisent de manière imaginative des lieux délabrés entre deux occupations officielles, mais cette utilisation n'est pas seule-

ment rentable (pour les artistes et leur producteur comme pour les propriétaires qui économisent des frais de gardiennage), mais également stratégique : en termes d'histoire de l'art, il s'agit là de redéfinir la possibilité de travailler hors de l'institution. Politiquement, ces interventions attirent l'attention sur les répercussions visuelles des aléas économiques sur l'environnement principalement urbain. La maison vide renvoie en effet à des questions d'accessibilité, d'éviction des classes populaires et de délabrement. symboliquement, la maison incarne parfaitement pour Artangel une nouvelle condition d'entre-deux où viennent se rencontrer les nouvelles acceptions des notions de public et de privé, notions qui président déjà financièrement à la production des œuvres qui viennent s'y loger : la maison protège de l'espace public et de son instrumentalisation politique, elle est aussi l'un des rares endroits qui échappent à la privatisation de celui-ci.

La liste des projets Artangel investissant des immeubles ou des maisons est longue. Nous pouvons mentionner quelques exemples. Tout d'abord, une commande à l'étranger, la première pour l'International Circle créé récemment par Artangel, mais qui illustre toutefois des problématiques britanniques sur la nature hybride de l'espace domestique, entre privé et public : *Mobile Homestead* créé par Mike Kelley et présenté en 2013, juste après le suicide de l'artiste. Simulacre de la façade de sa maison d'enfance hissé sur un imposant camion afin de traverser la ville de Détroit, l'œuvre fait de l'intime une procession publique. Avec *Yes, these eyes are the Windows* en 2014, Saskia Olde Wolbers explore cette même coexistence d'un aspect public et d'un aspect privé en revisitant, grâce au son seul, la maison occupée par Vincent Van Gogh pendant son court séjour à Londres entre 1873 et 1875. La présence d'une plaque commémorative bleue caractéristique signale d'ailleurs encore la coïncidence dans ce même lieu d'une histoire publique, associée à une figure célèbre, et d'une identité privée, domestique, faisant de la maison individuelle un monument public. Un autre exemple est celui de Catherine Yass qui, en 2008, monta *High Wire*, traversée spectaculaire de l'espace entre deux immeubles depuis démolis du quartier pauvre de Red Road à Glasgow par un fil-de-fériste. La performance, et la vidéo qui en fut tirée, offrirent un

1. Voir la lettre envoyée à Scottish Widows au sujet du Cubbitt's Building à Covent Garden, le 2 juillet 2005 : « *Whilst we fully understand that your priority is to find someone to take on the long-term lease of this building, we hope their (sic) may be advantages in the short term of building a profile for the property through a collaboration with Artangel.* » Artangel a en effet travaillé dans un grand nombre de lieux remarquables : un club privé pour hommes à Saint James, The Roundhouse à Camden Town, un cinéma des années soixante abandonné au sous-sol du St Martin's Hotel. Certains critiques, dont Peter Bishop et Lesley Williams, ont une vision assez pessimiste de telles interventions temporaires, et soulignent le risque de voir de tels projets exploiter les effets de la récession (Peter BISHOP et Lesley WILLIAMS (eds.), *The Temporary City*, Londres, Routledge, 2012). On peut en effet remarquer que certaines des occupations faites par Artangel entre deux occupations ou pendant un réaménagement ont précédé, voire aidé, la montée en gamme de ces immeubles ou quartiers.

point de vue tout à fait inhabituel sur la vie en logement social. *Die Familie Schneider* créé par Gregor Schneider à Whitechapel en 2004 consistait en la duplication d'une maisonnée installée dans une maison mitoyenne de ce quartier de Londres, tournant le familier en *unheimlich*, mais seulement une fois que le visiteur est passé dans la seconde maison et a découvert que les mêmes scènes exactement s'y déroulent, impliquant exactement les mêmes gens dans une maison absolument identique à la première, ou du moins c'est ce qu'il semble, Schneider ayant en fait engagé trois couples de jumeaux pour accomplir les mêmes gestes dans des *terraced houses* typiques de Londres aux dispositions jumelles.

Seizure de Roger Hiorns fut installé en 2010 dans un appartement à loyer modéré d'après-guerre condamné à la démolition dans l'est de Londres. Une fois rendu hermétique, Hiorns y injecta des centaines de litres d'une solution de sulfate de cuivre qui se solidifia pour former une caverne féérique de cristaux bleus. Le choix du lieu mettait ici en avant le patrimoine immobilier britannique et l'utopie d'après-guerre qu'a représenté le logement social construit alors mais aujourd'hui déliquescents, passé que Hiorns présenta à nouveau comme l'invention d'un avenir. Mais en accentuant également l'aspect uniforme et étriqué de tels espaces privés – mais publics, car logements sociaux – l'œuvre questionna aussi le concept même de logement, lieu qui, lorsqu'il se standardise, peut aussi être dé-privatisé.

La plus fameuse de ces réalisations domestiques fut toutefois *House*, créée sur Grove Road par Rachel Whiteread. La confusion entre intérieur et extérieur dans *House* brouille les pistes entre espaces privés et publics. Comme nous l'avons dit plus haut, la production de *House* fut l'occasion pour Artangel d'expérimenter un nouveau modèle de sponsoring avec Beck's. La marque de bière se révéla en effet bien un sponsor plus qu'un mécène. L'universitaire et critique taiwanaise Chin-tao Wu a été très critique de l'utilisation commerciale faite par Beck de sa collaboration avec Artangel :

House fut une œuvre originale, voire radicale, dans son approche de l'espace sculptural et dans la façon dont elle explorait notre compréhension de ce qu'est l'espace domestique, mais son produit

dérivé, l'étiquette *House* sur les bouteilles de bière Beck's, également conçue par Whiteread, n'en est pas une. Au contraire, l'étiquette *House* est ce que Frederic Jameson appelle un « pastiche », « une parodie vide... qui a perdu son sens de l'humour », et qui tourne en ridicule la *House* originelle. Et là réside toute l'ironie : *House* est cette maison dans laquelle vous ne pouvez pas entrer, alors que Beck's est « la bière que vous achetez mais que vous n'allez pas boire... car l'étiquette sur la bouteille vaut plus que ce que cette dernière contient¹. »

House incarne ces contradictions soulignées par Wu, et elle le fait en inversant sa face publique (l'œuvre d'art) et sa face privée (son sujet domestique). Alors qu'une lecture binaire des deux catégories de privé et de public les a régulièrement opposées (le public étant du côté de la démocratie, de l'accessibilité, de l'égalité ; le privé quant à lui plutôt associé au domestique, à la propriété, à l'élitisme), avec une vision du privé comme manque de transparence (*publicness*), et du public comme manque d'intimité (*privacy*), les artistes ont trouvé dans le motif de la maison, des espaces qui permettent de dépasser ces oppositions. La façon dont ces lieux domestiques revisités reconfigurent le rapport entre dedans et dehors apparaît alors comme une expression des nouvelles conditions hybrides de leur création, du nouveau rapport que les artistes entretiennent avec le doublon privé-public qui, que ce soit en termes de financement, d'urbanisme ou de politique, ne fonctionne plus comme une dichotomie.

Conclusion

La récente reconfiguration de la sphère publique qui a accompagné les reconfigurations du financement de l'art comme ses modes de production se trouve reflétée formellement dans les différentes

1. Chin-tao Wu, *Privatising Culture. Corporate Art Intervention since the 1980s*, Londres, Verso, 2003, p. 146. « *House* was original, and even radical, in its approach to sculptural space and in the way it explored our notions of domestic space, but its sister product, the *House* label on Beck's beer bottles, also designed by Whiteread, is not. On the contrary, the *House* label is what Frederic Jameson referred to as "pastiche", "a blank parody... that has lost its sense of humour", casting ridicule on the original *House*. The irony is that *House* is the house you cannot walk into, and Beck's is "the beer you buy not to drink... when the label is more valuable than the contents." »

œuvres que nous avons évoquées et plus précisément dans le travail de commandes d'Artangel. Ces œuvres s'attèlent en effet à la mise en forme et en image de l'hybridation récente entre public et privé. Nous pouvons être critiques à l'égard de la « privatisation » de notre espace public, la perte d'espaces communs remplacés par une série de lieux privés avec leurs hiérarchies sociales et leurs propres règles d'accès et d'usage. Mais nous sommes en fait tout aussi prompts à dénoncer l'atteinte à notre vie privée que représentent la vidéo-surveillance, particulièrement massive à Londres, ou la cartographie réalisée par Google-maps.

Ainsi, ce qui est parfois présenté comme un genre artistique, l'œuvre *in situ*, et qui au 20^e siècle a systématiquement été associé avec une pensée critique et un certain degré de progressisme, est

en fait une notion assez malléable dont l'efficacité politique a dû être reconfigurée à la suite de l'effondrement des expériences spatiales traditionnelles, de la perte progressive de la spécificité de lieux devenus, notamment dans les grandes villes, des lieux génériques, et de l'hybridation du financement de l'art depuis les années quatre-vingt. En rencontrant le public (les spectateurs, mais aussi ce qui crée *du public*, un lieu permettant le dialogue avec l'œuvre) dans des espaces privés, Artangel offre un commentaire sur le fait qu'il n'y a plus de coïncidence entre les concepts binaires de dedans-dehors et de privé-public, et, ce qui est plus important encore, l'agence s'efforce de ne pas confondre simple visibilité et accessibilité, et véritable influence esthétique et politique.

Charlotte GOULD