

---

# IKEA OU LE MONDE EN METHACRYLATE DE METHYLE

*"Faites de votre intérieur le reflet de votre vie"*

---

Dans un magasin Ikea, on trouve tout ce qu'il faut pour le confort et l'aménagement de la maison, y compris dans ses aspects les plus décoratifs : des tapis en polypropylène, des bibelots en résine, des fleurs naturelles ou en polyester, et même des peintures sur toile produites en série de manière industrielle par thermoformage. Preuve, s'il en était besoin, que l'on peut très bien produire des œuvres d'art à la chaîne par des procédés industriels.

Ah bon, parce que les objets industriels ne pourraient donc pas accéder au statut d'œuvre d'art ? En 1917 pourtant, un peintre, Marcel Duchamp, proposait à un salon de beaux-arts d'exposer un urinoir *readymade*. Il s'agissait bien d'un objet industriel, particulièrement hideux par l'usage auquel il était normalement destiné, que Duchamp s'était contenté de présenter à l'envers, dénonçant ainsi la perversion du *bon goût* par la société industrielle bourgeoise. L'artiste faisait justement partie du jury de ce salon, et ce jury avait décidé qu'aucune œuvre ne serait refusée : chacun était libre de présenter la peinture ou la sculpture qu'il souhaitait. Aussi Duchamp prit-il un pseudonyme, et soumit-il sa "sculpture" sous le nom de Richard Mutt. Le jury ne pouvant la refuser sans se dédire, il choisit de dissimuler l'œuvre derrière une cloison, et l'événement passa alors complètement inaperçu.

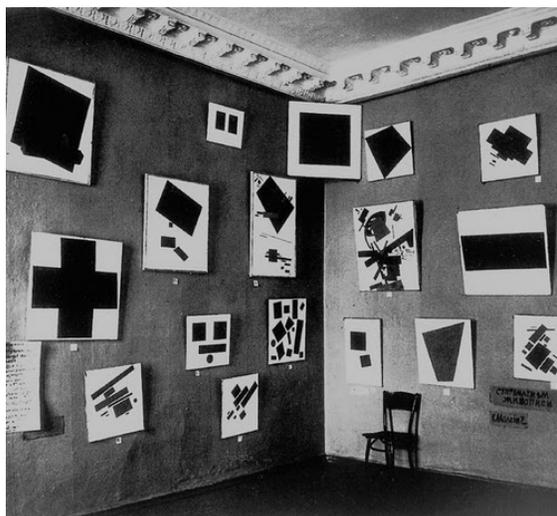


Figure 1: A gauche : Kasimir Malevitch, exposition "0,10", 1915, avec dans l'angle le carré noir sur fond blanc ; à droite : p. 329 du catalogue Ikea 2009

Deux ans plus tôt, en 1915, un autre peintre, Kasimir Malevitch, poussait à son comble la réduction picturale en peignant un carré noir sur un fond blanc, anticipant la disparition future de l'artiste. Celle-ci fut entérinée quelques années plus tard par une nouvelle œuvre de ce même peintre, le *Carré blanc sur fond blanc* (1918). Mais heureusement, Malevitch ne tira pas toutes les conséquences de son geste et continua à peindre, revenant dans les années qui suivirent à une sorte de figuration géométrique inspirée en partie des icônes traditionnelles russes.

Quel rapport avec Ikea me direz-vous ? Eh bien, des tableaux de Malevitch, on en trouve justement des reproductions à Ikea. Pour 45 euros environ (chassis et cadre compris), on peut se procurer une reproduction de *Sportifs*, un tableau conservé au Musée de Saint Petersburg<sup>1</sup>. Une reproduction ? Pas exactement... Mieux qu'une reproduction. Une reproduction supposerait des dimensions identiques à l'original, ce qui n'est pas le cas ici. Le Malevitch d'Ikea est en effet *plus grand* que l'original. En l'installant dans votre chambre ou votre salon, vous aurez la satisfaction de posséder un Malevitch amplifié, une œuvre d'art nouvelle en quelque sorte, telle que l'artiste lui-même ne l'eût probablement jamais imaginée. Ce poster y regagnera certainement un peu de l'aura que la production en série aurait pu lui faire perdre.

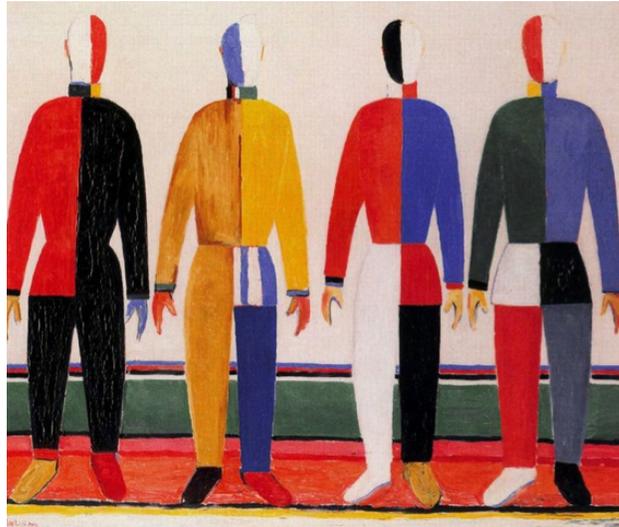


Figure 2: Kasimir Malevitch, *Sportivi (Sportifs)*, 1928-1932, musée de Saint Petersburg

Le Malevitch s'est-il bien vendu ? Pjätteryd [sic], une reproduction de Klimt 35% coton, 65% polyester et verni acrylique semble avoir été un concurrent sérieux. A moins qu'un autre Pjätteryd, une photographie représentant cette fois un "Matin aux Bahamas", motif créé par Jills Sands, n'ait emporté la mise.

Mais pourquoi acceptons-nous cela ? Pourquoi laisser le kitsch<sup>2</sup> triompher aussi facilement de nos vies quotidiennes ? En faisant nos courses à Ikea, nous acceptons non seulement de décorer nos intérieurs avec les mêmes tableaux que des millions d'autres individus, mais aussi de posséder les mêmes meubles, les mêmes plantes, les mêmes tapis qu'eux. Nous acceptons de vivre dans des intérieurs génériques, de nous asseoir dans des canapés génériques, de travailler sur des bureaux génériques et de dormir dans des lits génériques.

"Faites de votre intérieur le reflet de votre vie", "Osez être unique !" ... On sait la capacité des slogans publicitaires à vouloir renverser les vérités les plus évidentes, comme si leurs créateurs prenaient un malin plaisir à proposer un second degré réservé aux seuls initiés. A cet égard, les catalogues Ikea offrent leur lot de trouvailles géniales, pour peu que l'on y fasse un peu attention. "Mettez l'art à vos pieds", "Même en restant tard au bureau vous êtes là pour préparer le dîner", "Exprimez vos goûts, votre style", "Libérez vos envies et vos idées les plus audacieuses" ... Toutes ces injonctions

<sup>1</sup>En réalité, c'était le cas il y a quelques années, je ne sais pas si le Malevitch est toujours en vente dans les magasins Ikea actuellement.

<sup>2</sup>Clement Greenberg, *Avant-Garde and Kitsch*, Partisan Review, 1939

finissent par énoncer une certaine philosophie basique de l'existence, finalement assez conventionnelle.

Mais finalement, souhaitons-nous être unique ? Jean-Yves Jouannais a bien montré<sup>3</sup> quelle part d'autodérision existait chez les amateurs de l'une des formes les plus abouties du kitsch contemporain, à savoir les nains de jardin. Loin de pouvoir accéder à la vie de château (qui le peut aujourd'hui ?), ceux-ci se rabattent sur un Versailles miniature fait de Vénus de Milo en plâtre et de faux puits en pneus usagés. Pas seulement par goût esthétique, mais par une sorte d'acquiescement à leur propre condition et à l'époque que nous vivons. Les amateurs de posters Ikea obéissent probablement à la même logique : "Notre époque bovarysante implique que nul ne puisse échapper au kitsch. [...] Madame Bovary c'est nous."



Figure 3: *Osez être unique !*, p. 274 du catalogue Ikea 2009

Peut-être que dans la ville générique chère à Rem Koolhaas<sup>4</sup>, il est naturel que les lieux de la vie privée soient eux-mêmes standardisés. Mais cela n'explique pas notre consentement à vivre au milieu de meubles *cheap* en panneaux de particules agglomérées, qui libèrent jour après jour, nuit après nuit, leurs solvants cancérigènes, formaldéhyde et méthacrylate de méthyle. Non, cet état de fait est délibérément consenti et accepté, en toute connaissance de cause. C'est le risque que nous acceptons de courir, c'est l'une des règles du jeu, c'est le prix à payer pour un petit supplément de vie auquel nous aspirons.

Car aujourd'hui, nous voulons tout : des villes tentaculaires, des voyages les plus lointains possibles, de la nourriture saine, des divertissements puissants, des loisirs décoiffants, du Beau, du Spectacle, du Rêve. Et nous savons que pour cela, nous devons accepter une certaine forme d'uniformité et d'anonymat. Nous devons aussi accepter de détruire un peu plus la planète chaque jour. Le catalogue 2012 nous rappelle d'ailleurs en creux, au détour d'une assertion, qu'Ikea est un gros émetteur de gaz à effet de serre : "Les avantages du paquet plat ? Moins de camions sur la route". Cela nous embête, mais comment faire autrement ?

Nous sommes tous des hommes sans qualités. Non que nous n'ayons pas une juste intelligence des choses, bien au contraire, nous avons même des connaissances et un

<sup>3</sup>Jean-Yves Jouannais, *Des nains, des jardins, essai sur le kitsch pavillonnaire*, 1999

<sup>4</sup>Rem Koolhaas, *Junkspace*, Payot, 2011

accès aux savoirs comme jamais auparavant. Mais comme Ulrich nous savons que cette intelligence ne pourra empêcher la chute du monde dans lequel nous vivons. Ikea est un symptôme, parmi d'autres, de cette impuissance. C'est notre cancer collectif, notre chute commune.

Alors pour un artiste d'aujourd'hui, faut-il aller à Ikea ? Je pense que cela n'a rien d'indispensable, tout simplement parce que cela fait maintenant près d'un siècle que les artistes vont à Ikea (ou au Bazar de l'Hôtel de Ville, ce qui revient au même). On pourrait même dire que depuis Duchamp, la plus grande partie de l'art contemporain a tourné autour de cet aspect de notre modernité, que ce soit en cherchant à lui résister (le modernisme de Greenberg ou Fried) ou au contraire en cédant aux sirènes du *fun* et de l'uniformité (Warhol). De toutes façons, toute résistance était inutile, et Ikea a mis tout le monde d'accord en montrant qu'il pouvait produire en série aussi bien des toiles de style pop que des abstractions modernistes.



Figure 4: A gauche : Marcel Duchamp, *Fountain*, 1917, photographie d'Alfred Stieglitz (seule image connue de cette œuvre aujourd'hui disparue) ; à droite : page 250 du catalogue Ikea 2012

Il n'empêche que beaucoup trop de galeries d'art ressemblent aujourd'hui à des succursales d'Ikea, en moins abouti évidemment. C'est extrêmement ennuyant. Il serait bon que les artistes réussissent à se défaire de cette fascination pour l'objet manufacturé, fascination qui a abandonné en route toute intention critique depuis fort longtemps.

Terminons par une devinette dans le style Carambar. C'est quoi le pire : vivre dans l'inconfort des huttes avec des œuvres d'art à l'aura intacte, ou bien vivre dans le confort du monde en méthacrylate de méthyle avec des œuvres d'art jetables? Je pense que la réponse est évidente : nous aspirons à vivre dans des huttes et à consommer un art éphémère.