

Les authentiques faux d'Alain Snyers

Alain Snyers

Number 117, Spring 2014

Détournement, imposture, falsification

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/72288ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions Intervention

ISSN

0825-8708 (print)

1923-2764 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Snyers, A. (2014). Les authentiques faux d'Alain Snyers. *Inter*, (117), 14–17.

LES AUTHENTIQUES FAUX D'ALAIN SNYERS

► Alain Snyers

Associer l'authenticité avec le factice est une pratique largement développée, dont les combinaisons sont multiples et porteuses de relecture du réel. Cet oxymore, le vrai faux, m'a toujours plu car, malgré l'opposition de ces termes, il me paraît bien définir une pratique de l'art dans ce qu'elle peut avoir d'artificiel. Donner au faux l'apparence du vrai est une préoccupation qui a mobilisé une foule d'artistes et qui continuera à nourrir nombre de productions « artéfactuelles ». L'usage du faux correspond au besoin d'aborder la réalité non pas à partir de son centre, mais d'un territoire décalé qui, pour ce qui nous concerne, est celui de l'art. Cette distanciation, certainement à bien des égards sécuritaire car indépendante et libre, permet la construction de procédures où le vrai est d'abord interpellé, puis détourné, déjoué, falsifié... pour devenir une création, authentique, cela va sans dire. L'usage du détournement, de sens, de mots, d'objets ou de situations, représente un puissant mode opératoire pour dire le vrai par le faux. Par différents artifices, une réalité « autre », qui n'est ni seconde ni décalée, s'élabore avec des codes et procédures puisés dans le champ du réel ou du vrai. Par le dérèglement intentionnel d'une donnée constitutive de ce réel, un dérapage ou une bascule, selon les projets, s'opère vers une nouvelle logique qui, si elle est parallèle, est néanmoins cohérente avec elle-même.

Je dois reconnaître que le détournement du réel, pour lui faire dire autre chose que ce que dit sa parole première ou son apparence, est une entreprise attractive dans laquelle s'associe aussi bien le message politique que la parodie. Entreprise plaisante pour une attitude qui revendique de ne pas prendre au pied de la lettre ce qui est donné à voir ou à recevoir. La distanciation rendue possible par la construction du faux permet non seulement d'avoir un recul critique, mais aussi de repenser le réel dans ce qu'il a de pertinent, de profond ou de signifiant, ou même d'absurde.

C'est à Paris en 1975 que j'ai utilisé pour la première fois la formule de *l'authentique faux* à propos d'une action iconoclaste qui dénonçait le formalisme des salons académiques. Sur le parvis du Musée national d'art moderne, j'avais mis le feu à une statue en plâtre de la *Vénus de Milo*, action dénommée *L'incendie de l'authentique fausse Vénus de Milo*. Une vraie statue mais une fausse *Vénus* lors de l'inauguration d'un vrai salon !

Depuis cette époque, sous des formes variées, j'ai décliné cette dualité dans différents projets artistiques. L'une des pièces majeures du groupe UNTEL¹ appelée *Vie quotidienne* (1977) est un environnement qui à l'aspect d'un supermarché dans lequel les produits habituels de consommation sont remplacés par d'autres objets ayant trait à la quotidienneté



urbaine de Paris. Les codes du commerce, du *packaging* ou de la communication s'y retrouvent détournés afin de proposer un regard critique sur le cadre de vie de tout un chacun dans une grande métropole. Le pastiche et ses esthétiques ont ainsi été employés pour rendre crédible un propos d'ordre sociologique et créer un environnement original régi par une logique intrinsèque².

Sans vouloir faire une typologie des différentes formes de détournement appliquées à même un large corpus de pratiques personnelles, je retiens ici quelques cas de figure où ce mode opératoire fut central.

SnyersIMMO, la fausse agence immobilière qui vend du vent (1991-2013)

J'ai créé à Paris en 1991 ma première installation en vitrine sur rue qui avait pour propos de paraître être une agence immobilière. Cette « exposition », visible de jour comme de nuit, avait pour titre *Paris-IMMO* et proposait au regard des passants une offre immobilière d'apparence réaliste, mais dont les textes décrivaient des biens totalement impossibles. Depuis, j'ai décliné ce principe d'« agence nomade » sous la forme d'antennes pseudo-commerciales dont les contenus immobiliers étaient conçus en lien avec leurs contextes urbain, sociologique et même paysager. Si, lors de la première perception par les passants non avertis, les visuels se présentent comme plausibles, ils n'en ont que l'aspect et non le sens attendu, sens qui est perverti par un complet détournement du langage spécifique de l'immobilier et de la maison. Les agences SnyersIMMO ont connu jusqu'à ce jour une quinzaine de formes créées *in situ* et adaptées aux différentes villes d'accueil (Lyon, Honfleur, Sète, Pérourges, Amiens...) ou rues (rue Dauphine, rue de Rivoli à Paris). La dernière version, *Inter-IMMO*, a été ouverte pour trois semaines en octobre 2013 au Lieu, centre en art actuel à Québec. Près d'une quarantaine d'annonces proposaient des appartements aussi invraisemblables que loufoques dans plusieurs quartiers de la ville. L'ambiguïté apparaissait à la seconde lecture de ces textes aux accroches séduisantes, décrivant une réalité totalement décalée. Dérision, parodie et humour parfois caustique sont, le temps d'une lecture, donnés à voir et à partager. Les annonces de l'agence de Québec furent proposées au public lors d'une vente à l'encan le jeudi 17 octobre 2013, parodiant ce type de vente.

Des élections « très partiales » (Paris, 2007)

Le détournement du discours et de la communication politiques est un exercice riche en sous-entendus et en possibilités de dénonciation et de parodie. En 2007, à Paris, avec Wanda Mihuléac, et pendant une période d'élections, nous avons simulé une campagne électorale factice lors de laquelle 18 candidats fictifs ont cherché à séduire leurs électeurs par des slogans totalement burlesques. Ces messages, de type « promesses électorales », n'étaient que des détournements de phrases et d'expressions à double sens réorganisées selon une nouvelle syntaxe. Les portraits des candidats, réalisés en photomontage, étaient visuellement à l'opposé des codes policés de la communication politique. Plusieurs séries d'affiches furent collées sans autorisation sur les panneaux électoraux dans le 11^e arrondissement de Paris. Pendant les quelques jours de cet affichage, les passants s'arrêtaient, d'abord intrigués par ces candidats hors listes connues, puis, interpellés par ces visages « monstrueux », ils prenaient un peu de temps pour lire les slogans qui collaient avec la réalité politique.

< *Inter-immo*, l'agence immobilière de la rue du Pont, vitrine du Lieu, centre en art actuel, Québec, 2013.

> *Action Parc Abraham*, Québec, 2013.

> *Trou de mémoire*, signalétique, Jardin des malices, Bagneux, 2012.



Assez vite, les vrais partis en campagne ont recouvert les affiches parodiques, cachant ainsi ce qu'ils pouvaient considérer comme une image désastreuse de la classe politique.

Quelques jours plus tard, un nouvel affichage a eu lieu sur la façade de la Galerie Lara Vincy, rue de Seine (Paris), où les passants étaient invités à voter pour un candidat. À 18 heures, les personnes présentes ont procédé à un dépouillement puis établi un classement. Les résultats furent affichés dans la rue et envoyés au ministère de l'Intérieur, qui n'en a jamais accusé réception !

Un faux projet : Parc Abraham (Québec, 2013)

Ce projet fictionnel est issu d'un *workshop* tenu dans le cadre de mon exposition au Lieu, avec le concours de Sarah Smith, Frédérique Hamelin, Marie-Andrée Godin, Andrée-Anne Gauthier et Steven Girard. La proposition consistait à faire croire que la totalité du parc des plaines d'Abraham (Québec) allait être transformé en parc d'attraction, camping et stationnement. Cette information, annoncée comme véridique, sous-entendait que le gouvernement fédéral canadien aurait cédé ce site historique à une société d'investissement, dénommée ParcAbraham Limited, pour un aménagement de loisirs populaires. Cette provocante affirmation a volontairement été faite pendant la campagne des élections municipales, laissant ainsi supposer l'existence d'un accord secret entre la Ville de Québec et Ottawa.

Le projet *Parc Abraham* a pris la forme d'un appel d'idées pour le contenu ludique de ce parc. Par une campagne d'information, la fausse société porteuse du projet a lancé une authentique consultation publique. Un affichage urbain a annoncé à la fois la création du futur parc d'attraction et d'un site Internet pour recueillir les suggestions des habitants. Le site *parcabraham.com* avait l'aspect d'un site institutionnel classique avec ses différentes rubriques plausibles, comme la présentation du concept, du site et des

premières attractions envisagées. Un espace de parole était ouvert aux internautes. Les élections municipales concomitantes ont donné une dimension politique à cette fiction. Les contributions reçues sur le site étaient contrastées : elles allaient de la protestation vive contre la mairie « bradeuse du patrimoine » aux propositions fantaisistes d'attractions. Des témoignages, autant sceptiques que défenseurs de la nature au centre-ville, sont venus nourrir un débat sur les problématiques et enjeux contemporains. Le projet *Parc Abraham* n'a pas réellement prétendu créer un vrai parc d'attractions sur ce site historique, mais a plutôt cherché à interpeller la population sur la transparence politique (ou sa non-transparence), l'aménagement de l'espace public, la place des loisirs dans la cité et la création utopique.

Une enquête d'utilité publique pour le site d'un jardin (Bagneux [92], 2012)

Pour une exposition hors les murs, j'ai imaginé une enquête auprès des passants pour qu'ils choisissent l'un des neuf projets de transformation du jardin de la bibliothèque municipale. Cette consultation populaire supposait une nouvelle affectation du territoire de ce jardin situé en plein centre-ville. Cette fiction sous-entendait aussi que la Ville avait retenu neuf propositions d'agences d'urbanisme et d'architecture et qu'elle attendait de la part de ses administrés qu'ils déterminent le choix final. Sur les grilles du jardin, neuf panneaux ont présenté pendant trois mois les neuf projets dans une forme graphique de type « annonce légale ». Cette volontaire analogie visuelle visait à crédibiliser le propos général dont les détails étaient très argumentés.

Les propositions présentées au public étaient : une carrière de pierres reconstituées, un chenil pour 3000 chiens errants, un mémorial amnésique, un palais de chaussures, un jardin des malices, un hélicoptère, un musée de la frite, un parc d'éoliennes à paroles et un centre ultramoderne du traitement des idées noires. Le public, en venant à la maison des arts, a opté pour le jardin des malices. Vingt panneaux directionnels

furent posés pendant six mois dans le parc pour signaler « la source d'inspiration », « un terrain d'entente », « une voie buccale », « un champ de compétences », « un trou de mémoire », « une pente glissante »...

Les authentiques produits falsifiés

Mon atelier produit régulièrement des séries d'objets basés sur des détournements de mots ou d'expressions alliant le double sens à la dérision. Ainsi, j'ai, telle une boutique, de l'*Huile de coude* en bouteilles ou en flacons avec trois pressions différentes (la Paresseuse, la Molle et la Glorieuse). La *Compote de fruit défendu* est présentée en pots de différentes tailles. *Pharma-mots* est une pharmacopée qui propose de nombreux remèdes contre des maux décrits par le langage courant. Les *Clous de la soirée ou du spectacle*, les *Tissus de mensonges*, les *Clés pour tout usage*, les *Couteaux à couper le brouillard* et les *Tuyaux crevés* aux longueurs variables représentent un large éventail d'objets qui, en se réappropriant le quotidien, déclinent le langage courant ainsi revisité.

Le Sac UNTEL, un objet ordinaire (Paris, 2013)

Pour la FIAC (Foire internationale d'art contemporain de Paris), le groupe UNTEL a présenté une œuvre annoncée comme la moins chère de la Foire puisque son prix était d'un euro. Elle avait la forme d'un banal sac de courses en papier kraft sur lequel était imprimé le mot UNTEL, à la manière d'une marque, accompagné d'un slogan de type publicitaire : « Plus rien à vendre, tout à échanger. » Par son déplacement du supermarché au marché de l'art, cet objet de série est devenu, par son contexte de distribution, une œuvre même si elle ne fut pas signée par les artistes. Son sens a mélangé son statut utilitaire et celui d'objet d'art. Ce détournement a volontairement joué sur cette ambiguïté que son slogan allait renforcer.

Par son déplacement du supermarché au marché de l'art, le Sac UNTEL est devenu, par son contexte de distribution, une œuvre même si elle ne fut pas signée par les artistes. Son sens a mélangé son statut utilitaire et celui d'objet d'art. Ce détournement a volontairement joué sur cette ambiguïté que son slogan allait renforcer.

Ces quelques exemples, ci-dessus évoqués, posent le principe du détournement comme un puissant mode d'expression pour la création et un outil pour une communication partenaire avec le public. Les déplacements ou décalages convoqués dans l'élaboration d'œuvres ou de dispositifs produisent l'intéressant passage des codes connus vers d'autres logiques créatives. L'acte de falsifier, de déjouer, de perturber, de retourner le réel ainsi interpellé, tend et cherche à en révéler les faces cachées. Une relecture est mise en œuvre par des moyens aussi divers que le décalage, la farce, la provocation, l'humour ou, dans toute sa relativité, la dérision. ◀

Notes

- 1 Le groupe UNTEL, fondé à Paris en 1975 et composé dans un premier temps de Jean-Paul Albinet, Philippe Cazal et Alain Snyers, s'est dissous en 1980.
- 2 L'environnement *Vie quotidienne* est désormais la propriété de l'État français (FNAC) et est exposé au Musée d'art moderne et contemporain de Strasbourg.

>> Pour entendre Alain Snyers en entrevue à la télévision sur ICI Radio-Canada, Québec : radio-canada.ca/regions/quebec/2013/10/15/014-lieu-expo-immobilier.shtml

Photos : Alain Snyers

ALAIN SNYERS vit et travaille dans la région lyonnaise. Son œuvre décrit depuis la fin des années soixante-dix différentes problématiques de la société contemporaine qu'il aborde de façon critique par la dérision. Parmi ses activités polymorphes, le détournement de l'immobilier occupe une place conséquente. Ce sujet représente une image signifiante de la société et de quelques-uns de ses imaginaires. Depuis une quinzaine d'années, Snyers traite sous forme de dérision cette problématique qu'il décline sous différentes facettes. Il conçoit ainsi, dans le temps comme dans l'espace, une agence immobilière de l'impossible.

ENQUÊTE D'UTILITÉ PUBLIQUE

Aménagement probable de la parcelle de l'angle de l'avenue Albert Petit et de la rue des Mathurins (Bagneux)

En prolongement de la Maison des arts et de la Médiathèque, un nouveau projet ambitieux serait envisagé pour occuper l'actuel jardin. Plusieurs propositions, conçues par Alain Snyers, sont soumises à l'approbation des habitants et des futurs usagers de cet audacieux équipement. Leurs avis consultatifs sont attendus à la Maison des arts.

PROJET N° 0068, CONSTRUCTION D'UN

JARDIN DES MALICES

**LE VÉRITABLE JARDIN AUX
AUTHENTIQUES SAVEURS QUI
CULTIVENT LE PARADOXE ET LE GOÛT
DE LA FANTAISIE DANS UN ESPACE DE
MALICES ET DE PERFDIE.
UN SUBLIME VOYAGE DANS L'UTOPIE
D'UNE NATURE REVISITÉE PAR
L'ABSURDE ET LE CONTRE-SENS.**



UNTEL

**PLUS RIEN À VENDRE
TOUT À ÉCHANGER**