

MUSÉE MAILLOL

EXPOSITION 22 SEPT. 2017 - 21 JANV. 2018



DOSSIER
DE
PRESSE

POP ART

ICONS THAT MATTER

COLLECTION DU WHITNEY MUSEUM OF AMERICAN ART

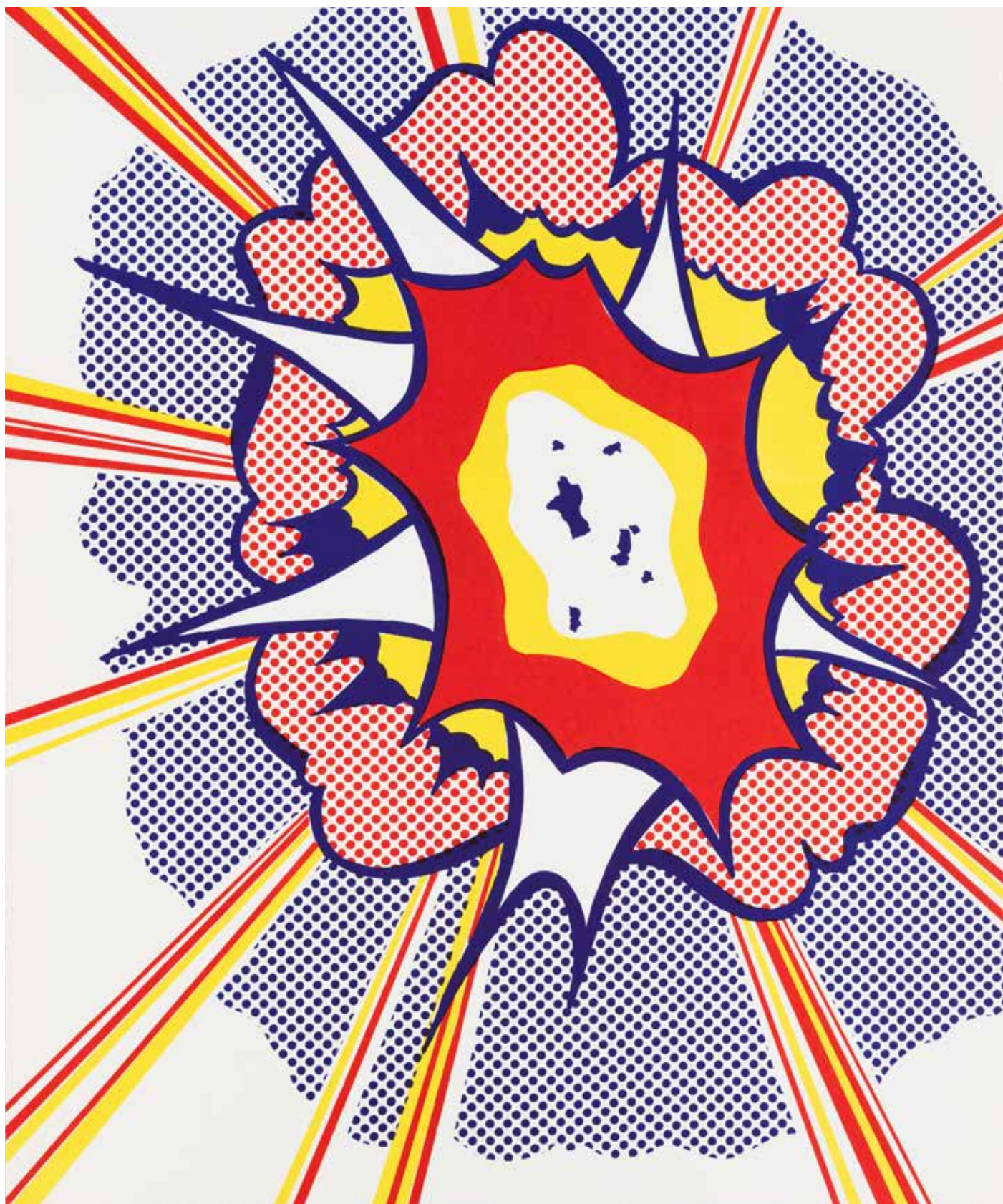
Cette exposition est organisée avec le Whitney Museum of American Art, New York

Avec le soutien de



Une exposition





Roy Lichtenstein
Explosion, 1967

© Estate of Roy Lichtenstein New York / Adagp, Paris, 2017

SOMMAIRE

Page 4

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Page 6

PRÉFACE D'ADAM D. WEINBERG, ALICE PRATT BROWN DIRECTOR DU WHITNEY MUSEUM OF AMERICAN ART, ET DE BRUNO MONNIER, PRÉSIDENT DE CULTURESPACES

Page 7

DE L'ATELIER AU MUSÉE : L'HISTOIRE DU WHITNEY MUSEUM OF AMERICAN ART

Page 9

L'ÉQUIPE DU PROJET ARTISTIQUE

Page 10

ICONS THAT MATTER, PAR CARRIE SPRINGER

Page 11

PARCOURS DE L'EXPOSITION

Page 18

NATIXIS, MÉCÈNE DE L'EXPOSITION

Page 19

LES PARTENAIRES DE L'EXPOSITION

Page 20

CULTURESPACES, PRODUCTEUR ET RÉALISATEUR DE L'EXPOSITION

Page 21

LE MUSÉE MAILLOL

Page 22

LA FONDATION CULTURESPACES

Page 23

VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE

Page 26

INFORMATIONS PRATIQUES

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

POP ART

ICONS THAT MATTER

COLLECTION DU WHITNEY MUSEUM OF AMERICAN ART, NEW YORK

AU MUSÉE MAILLOL

22 SEPTEMBRE 2017 > 21 JANVIER 2018

Initiée par la célèbre sculptrice et mécène Gertrude Vanderbilt Whitney (1875-1942), la collection du Whitney Museum of American Art de New York offre une véritable anthologie de l'art américain du XX^e siècle. Cette collection comporte des pièces maîtresses du « Pop Art ». Peintures, sculptures, estampes... une soixantaine de ces œuvres seront présentées pour la première fois à Paris, au Musée Maillol du 22 septembre 2017 au 21 janvier 2018.

Des figures majeures du mouvement Pop Art, Robert Rauschenberg et Jasper Johns, aux sculptures et toiles monumentales de Claes Oldenburg, Tom Wesselmann, James Rosenquist et Alex Katz, en passant par les peintures et sérigraphies d'Andy Warhol, les œuvres de Jim Dine et de Roy Lichtenstein, l'exposition illustre le Pop Art dans l'art américain de l'après-guerre, du début des années soixante à la fin des années soixante-dix. Si l'exposition convoque ses plus grands représentants, elle permet également de découvrir des artistes américains moins connus en France (George Segal, Rosalyn Drexler, May Stevens, John Wesley...).

L'ensemble des œuvres réunies au musée Maillol présente ainsi des techniques et propositions artistiques variées et révèle ainsi la diversité des approches rassemblées sous le terme générique et pratique de « Pop Art ».

LE POP ART AMÉRICAIN

Au début des années soixante, les États-Unis voient émerger en l'espace d'une décennie une génération d'artistes en réaction à l'expressionnisme abstrait qui domine à l'époque. La société de consommation se développe parallèlement à la croissance économique. C'est dans ce contexte que le Pop Art va émerger. Les artistes du courant Pop représentent généralement les objets du quotidien et les signes de la culture de masse populaire, recourant aux techniques employées dans la publicité, la bande dessinée, convoquant des éléments textuels... Ce mouvement artistique se caractérise aussi par ses aplats de couleurs uniformes dans des tons francs, intenses, tranchants, selon une technique qu'on appellera le *hard-edge*. Il affirme sa croyance en la puissance des images, et c'est souvent avec humour, parfois avec ironie, qu'il se réapproprie des figures iconiques comme Jackie Kennedy ou Marilyn Monroe et dépeint « the American way of life » pour le célébrer et le critiquer en même temps.

« *Le Pop Art regarde le monde, il semble accepter son environnement qui n'est ni bon ni mauvais, mais différent. Un autre état d'esprit* », commente Roy Lichtenstein.

« *Le Pop est tout ce que l'art n'est plus depuis deux décennies. Il s'agit véritablement d'une volte-face, un retour à une communication visuelle représentative, se déplaçant à une vitesse ébouriffante dans des modèles récents et pointus. C'est un brutal retour en arrière vers le Père, après une exploration abstraite de l'Utérus pendant 15 ans. Le pop art est un ré-engagement dans le monde. C'est se débarrasser de la bombe. C'est le Rêve Américain, optimiste, généreux et naïf...* » résume à sa façon Robert Indiana.

LE WHITNEY MUSEUM OF AMERICAN ART, UNE INSTITUTION MUSÉALE POUR L'ART AMÉRICAIN

Le Whitney Museum of American Art a été fondé par la sculptrice Gertrude Vanderbilt Whitney en hommage aux artistes américains. Au début du XX^e siècle, les artistes novateurs éprouvent les plus grandes difficultés à exposer et vendre leurs œuvres aux États-Unis. Dès 1907 et jusqu'à son décès en 1942, Gertrude Whitney consacrera sa vie à acquérir et exposer leur travail : c'est l'une des plus grandes mécènes d'art américain contemporain de son époque.

En 1914, elle fonde le Whitney Studio à Greenwich Village, où elle organise des expositions d'artistes américains vivants dont les œuvres sont ignorées par les institutions artistiques traditionnelles. En 1929, elle offre une collection de plus de 500 œuvres au Metropolitan Museum of Art. Après avoir essuyé un refus, elle établit son propre musée avec une mission radicalement novatrice : se concentrer exclusivement sur l'art et les artistes de son pays. Le Whitney Museum of American Art, fondé en 1930, s'installe en 1931 à Greenwich Village.

En 1954, le musée est déplacé vers un site plus important sur West 54th Street. En 1963, les locaux étant à nouveau insuffisants, un bâtiment dessiné par Marcel Breuer est construit sur Madison Avenue pour héberger la collection du musée de 1966 jusqu'au 20 octobre 2014. Dans un souci de grande modernité, un nouveau bâtiment du Whitney Museum construit par Renzo Piano, situé au 99, Gansevoort Street, ouvre ses portes à un public enthousiaste.

Aujourd'hui, la collection du Whitney Museum est riche de plus de 23 000 œuvres, créées par plus de 3 300 artistes aux XX^e et XXI^e siècles.

Cette exposition organisée par le **Whitney Museum of American Art**, New-York, est produite et réalisée par **Culturespaces** avec le soutien de **Natixis**, mécène de l'exposition.

PRÉFACE D'ADAM D. WEINBERG ET BRUNO MONNIER

Dans la continuité d'une programmation résolument tournée vers l'art du XX^e siècle, Culturespaces inaugure une saison américaine à Paris, en présentant un florilège d'œuvres du Pop art issues des collections de la prestigieuse institution du Whitney Museum of American Art de New York.

Fondée par la célèbre mécène Gertrude Vanderbilt Whitney (1875-1942) et voulue comme un « musée d'artistes », l'institution éponyme a vu le jour dans un atelier. Visionnaire et sculptrice, Madame Whitney soutient dès 1907 les artistes américains de son époque et les fédère en une véritable communauté : elle les expose dans son « studio » et multiplie les acquisitions. Après l'ouverture de son musée en 1931, sa collection ne cessera de s'enrichir, grâce à des legs d'artistes comme Edward Hopper ou aux dons de généreux collectionneurs et philanthropes.

Le combat personnel de Madame Whitney, en tant qu'artiste et femme, n'est pas sans rappeler celui de Dina Vierny, muse du sculpteur Aristide Maillol et fondatrice de la Fondation Dina Vierny – Musée Maillol.

L'exposition au Musée Maillol présente un panorama du Pop art américain et offre ainsi au public français le privilège d'admirer des œuvres des collections du Whitney Museum of American Art pour certaines inédites en France. Lichtenstein, Warhol, Oldenburg, Wesselmann, Indiana partagent avec des artistes comme D'Arcangelo, Ramos, Wesley, moins connus, des préoccupations esthétiques communes.

« POP ART – Icons That Matter. Collection du Whitney Museum of American Art » propose au Musée Maillol une sélection d'œuvres marquantes du Pop et assume le parti pris historiographique d'une institution sur l'histoire d'un mouvement rassemblant des artistes dans leur singularité. Par sa richesse et sa diversité, l'exposition plongera le visiteur dans cette Amérique artistique des années 1960 à 1970, époque où New York avait décidément « volé l'idée d'art moderne ».

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude aux directeur des collections et conservatrice adjointe, Monsieur David Breslin et Madame Carrie Springer, tous deux commissaires de cette exposition.

Que soit aussi remercié Olivier Lorquin, président-directeur de la Fondation Dina Vierny - musée Maillol, pour son adhésion enthousiaste à l'idée d'accueillir l'exposition au musée Maillol.

Notre reconnaissance s'adresse enfin à Natixis, mécène de l'exposition, et tout spécifiquement à son Président du Conseil d'Administration, Monsieur François Pérol ainsi qu'à son Directeur Général, Monsieur Laurent Mignon, pour leur confiance.

Adam D. Weinberg

Alice Pratt Brown Director
Whitney Museum of American Art

Bruno Monnier

Président de Culturespaces

DE L'ATELIER AU MUSÉE : L'HISTOIRE DU WHITNEY MUSEUM OF AMERICAN ART

Depuis leur apparition au XVIII^e siècle, les musées d'art s'efforcent de servir une multiplicité d'objectifs ; éclairer et éduquer une population récemment démocratisée, préserver le patrimoine national, promouvoir les goûts esthétiques et créer un discours d'histoire de l'art. Rares sont ceux, en revanche, qui se consacrent à la défense des artistes eux-mêmes. Depuis sa création et sous ses différentes incarnations au fil des années, le Whitney Museum of American Art a toujours placé l'artiste, ainsi que le pouvoir et l'enrichissement que leurs œuvres procurent, au cœur de sa vision. L'histoire de cet engagement, de sa pérennisation et de son expansion est jalonnée de personnalités marquantes, de lieux en évolution et de changements indissociables de la culture.

Le Whitney Museum a vu le jour dans un atelier. Plus précisément dans celui de Gertrude Vanderbilt Whitney. Contrairement aux autres institutions artistiques fondées à New York dans les premières décennies du XX^e siècle, le Whitney n'est pas né d'un projet de créer un musée. L'idée de départ n'était pas de rendre une collection ou un ensemble de collections accessibles au public. Le Whitney Museum est plutôt le produit d'une évolution progressive, étalée sur une période de plus de deux décennies - de 1907 à 1930 -, qui a été favorisée d'abord par le combat personnel de Mme Whitney pour son affirmation en tant qu'artiste et en tant que femme, et ensuite par son désir d'aider d'autres artistes, sur le plan personnel, social, économique ou artistique.

En 1907, Gertrude Whitney emménage dans son premier et unique atelier de New York, downtown, au 19 MacDougal Alley, Greenwich Village. Son atelier tient lieu de salon informel où d'autres artistes viennent flâner et discuter en fin de journée. Elle y accueille aussi des expositions privées, l'atelier devenant peu à peu un carrefour d'activités à mesure que le renom de Gertrude Whitney comme artiste et mécène grandit.

A la même époque, elle fait des achats significatifs, non pas dans l'intention de constituer une collection privée, mais plutôt pour affirmer son soutien à des artistes pas encore reconnus. Elle écrit : « *Avant toute chose, j'achète parce que j'aime et parce que je pense que l'artiste a un talent réel et que ce qu'il fait en vaut la peine. Accessoirement, cela aide bien entendu l'artiste, mais pas seulement d'un point de vue matériel. Il sait que quelqu'un reconnaît ce qu'il a fait* ». À l'heure où la plupart des collectionneurs se tournent encore vers les traditions académiques établies d'Europe, Gertrude Whitney, par ses acquisitions et son soutien aux artistes émergents, semble affirmer un point de vue plus radical. Un achat par Gertrude Whitney était un acte de foi dans le travail d'un artiste : une attitude qui, depuis lors, n'a cessé d'empreindre le programme d'acquisition du Whitney.

Porté par l'objectif de « transformer un centre d'exposition, qui se partage entre le social et l'artistique, en un musée dynamique, qui serait ce que ce pays développerait de plus proche d'un musée pour artistes », la création du Whitney Museum of American Art est annoncée en janvier 1930. C'est ainsi que le musée ouvre en janvier 1931 sur 8th Street, dans quatre bâtiments contigus en grès brun, réaménagés par les architectes Noel & Miller. La collection de quelque 400 œuvres forme la base du patrimoine de l'institution, à la fois un testament légué aux artistes qu'elle a soutenus et une promesse implicite envers ceux qui doivent encore l'être.

La transformation du Whitney en musée à part entière sera progressive. Acquérir des œuvres majeures pour un musée tout en prenant le risque de soutenir des artistes prometteurs, là est le cœur du dilemme – auquel il s'est trouvé confronté et continue de l'être. Cette contradiction fait du Whitney un musée vibrant qui ne se contente pas de confirmer l'histoire de l'art, mais qui la construit.

Le format croissant des œuvres produites dans la seconde moitié du XX^e siècle et le développement de la collection ont motivé le déménagement du musée, en 1954, vers un nouveau site, sur un terrain de la 54th Street, adjacent au Museum of Modern Art et généreusement offert par les administrateurs de ce dernier.

Ce déménagement a naturellement amené le Whitney à réfléchir à sa vision, à sa collection et à ses pratiques d'acquisition. Il devenait de plus en plus évident que le simple fait d'acheter des œuvres pour encourager les artistes ne suffisait plus, mais qu'un grand musée devait se concentrer sur de grandes acquisitions.

Si les changements intervenus dans la structure organisationnelle lors de la transition entre Studio, galeries et musée et le déménagement de la 8th Street à la 54th Street ont été synonymes de réaffirmation de la vision et d'amplification de la mission, il en a été de même lors de l'ouverture, en 1966, du bâtiment radicalement neuf conçu par Marcel Breuer. La même année, David Solinger est élu président du Conseil. Le Comité des Amis, dans sa forme originale, est finalement démantelé en faveur du nouveau Comité d'acquisitions, dirigé par le critique et écrivain B. H. Friedman et mieux adapté à l'évolution de l'institution, désormais plus orientée vers le public. Plus tard, sous la direction de John I. H. Baur (1968–1974), le Comité décidera, face à la spécialisation des collectionneurs et dans la volonté d'optimiser la gestion financière, de se scinder ; un Comité de collection, précurseur du Comité peinture et sculpture du début des années 1970, voit le jour, tandis qu'un Comité gravure est fondé en 1969 sous Flora Miller Biddle (collectionneuse avisée, à l'époque présidente et directrice du Conseil et aujourd'hui directrice honoraire). À l'initiative de Tom Armstrong, un Comité dessin, avec à la barre Jules Prown, historien de l'art renommé, est créé en 1977. Sous son successeur, David Ross (1991-1998), un Comité photographie est formé par Sondra Gilman en 1992. Enfin, un Comité film et vidéo est fondé en 1999 avec à sa tête George Kaufman, directeur des Kaufman Astoria Studios (les nouveaux médias lui sont attribués au cours de la décennie suivante). L'impact de ces comités d'acquisition sur la collection permanente du Whitney est incalculable. Des milliers d'œuvres sont rentrées dans les collections sous leurs auspices, enrichissant et diversifiant considérablement un fonds qui était, comme nous l'avons vu, relativement modeste. L'enthousiasme généré par ces comités a également convaincu de nombreux membres à donner personnellement des œuvres.

Lorsque le Whitney Museum investit ses nouveaux bâtiments de Gansevoort et Washington Streets en 2015, une autre évolution intervient dans l'organisation de sa capacité à servir l'art et les artistes majeurs de notre temps. Le bâtiment Piano offre de nouveaux espaces stimulants aux artistes, tout comme le premier atelier de Mme Whitney dans le bas de Manhattan lui procurait près d'un siècle plus tôt un espace porteur d'inspiration. De vastes galeries intérieures et extérieures, un théâtre et une black box, tous équipés pour des présentations et des performances multimédias, permettent une meilleure mise en valeur des créations actuelles et futures. Enfin, les « quatre ascenseurs » commandés à l'artiste Richard Artschwager – sa dernière œuvre majeure avant de mourir – réunissent artiste et musée en une collaboration permanente. Ces structures représentent le cœur et le noyau de l'institution, démontrant la dimension déterminante de l'architecture et l'engagement continu du musée en faveur de l'innovation des artistes.

Le site actuel du Whitney, avec ses vues saisissantes sur et au-delà de l'Hudson et ses perspectives plus intimistes sur New York, tient lieu de pont métaphorique entre le tissu urbain et les grands espaces qui ont inspiré l'Amérique et son art. Pour la première fois depuis des décennies, le musée est à même de présenter conjointement des expositions itinérantes ou temporaires et sa collection permanente. Cet équilibre est au cœur même de l'éthique du Whitney : des expositions qui se concentrent sur le neuf, l'audacieux et le vivant, en parallèle avec la collection, qui fournit un contexte historique et esthétique à ces œuvres. Comme l'ancien directeur Hermon More l'exprimait il y a cinquante ans, « *la fonction la plus précieuse d'un musée consiste à ne pas simplement conserver la tradition, mais à jouer un rôle actif dans les processus créatifs de son époque ... Un musée devrait toujours être ouvert à ce qui est nouveau, jeune, expérimental; il ne devrait jamais oublier que l'artiste est le premier protagoniste de tout ce qui a trait à l'art* ». Le Whitney Museum of American Art continue, dans un nouveau bâtiment et un nouveau siècle, à honorer le rôle central de l'artiste : c'est la priorité de l'équipe tout entière.

Adam D. Weinberg

Alice Pratt Brown Director
Whitney Museum of American Art

L'ÉQUIPE DU PROJET ARTISTIQUE

COMMISSARIAT GÉNÉRAL

David Breslin, conservateur et directeur de collection de la famille DeMartini au Whitney Museum of American Art, New York, est le commissaire général de l'exposition.

Avant de rejoindre le Whitney, il était le conservateur en chef de la fondation John R. Eckel, Jr. au Menil Drawing Institute à Houston, Texas. Auparavant, il fut directeur associé du programme académique et de recherches et conservateur associé des projets contemporains au Clark Art Institute à Williamstown, Massachusetts.

Il a organisé des expositions telles que *Raw Color : The Circles of David Smith and Monet/Kelly* et a co-organisé *Make It New : Abstract Painting from the National Gallery of Art, 1950-1975*. Son exposition, *The Condition of Being Here : The Drawings of Jasper Johns*, débutera en octobre 2017 à la Menil Collection.

David Breslin supervise le catalogue raisonné des dessins de Jasper Johns, lequel sera publié en 2017. Il est le commissaire associé de *David Wojnarowicz : History Keeps Me Awake at Night*, une rétrospective de l'artiste qui fait autorité et qui sera présentée au Whitney en 2018.

Il a écrit des essais sur l'œuvre de Valentin Carron, Jenny Holzer, Cady Noland, Pablo Picasso et Paul Thek. Il a une licence d'anglais du Amherst College, un master en histoire de l'art du Williams College ainsi qu'un doctorat en histoire de l'art et en architecture de l'université Harvard.

Carrie Springer, conservatrice adjointe au Whitney Museum of American Art, est co-commissaire de l'exposition.

Elle a fait partie de l'équipe de commissaires ayant organisé l'exposition *Frank Stella : A Retrospective* en 2015-16 et *Sherrie Levine : MAYHEM* en 2011. En 2010, elle a collaboré avec Robert Gober sur la présentation au Whitney de *Heat Waves in a Swamp : The Paintings of Charles Burchfield*.

Elle a également organisé entre autres expositions, *Edward Steichen in the 1920s and 1930s : A Recent Acquisition* en 2013-2014 et *Photography and the Self : The Legacy of F. Holland Day* en 2007.

Elle a écrit des essais et des entretiens sur l'œuvre de Robert Grosvenor, Sherrie Levine, Leon Levinstein, Saul Leiter, ainsi que d'autres artistes.

SCÉNOGRAPHIE

Hubert Le Gall est un designer français, créateur et sculpteur d'art contemporain. Depuis 2000, il réalise des scénographies originales pour de nombreuses expositions.

POP ART - ICONS THAT MATTER, PAR CARRIE SPRINGER

À la fin des années 50, à l'époque où l'expressionnisme abstrait est à son apogée et domine la scène artistique, quelques artistes se démarquent et entament une démarche radicalement différente. Le changement le plus manifeste est l'introduction dans leurs œuvres d'objets et d'images de la vie quotidienne, en trois dimensions ou sous la forme de représentations réalistes. Au début, certains d'entre eux, comme Jasper Johns ou Robert Rauschenberg, conservent des éléments de contenu personnel et expressif, mais la plupart fait ensuite appel à une imagerie et à des objets plus impersonnels et de grande diffusion, en recourant souvent à l'art et aux méthodes d'impression de la publicité ou en imitant l'aspect et la texture d'objets produits en série. Ce mode de représentation d'objets et d'images ordinaires de la culture de masse américaine est d'abord désigné sous différents noms, comme néo-dada ou nouveau réalisme, pour être finalement appelé aujourd'hui Pop art.

Les soixante-cinq œuvres sélectionnées pour cette exposition, toutes conservées dans les collections permanentes du Whitney Museum, offrent un panorama de la diversité du Pop art à partir des années 1960 et 1970. Depuis près de soixante ans, le Whitney Museum of American Art joue un rôle majeur dans la présentation et la mise en contexte du Pop art aux États-Unis. Le champ couvert par la présente exposition reflète plusieurs décennies de l'histoire de ce mouvement, du milieu des années 1960 jusqu'à 2015. De nombreuses œuvres ont été acquises peu après la date de leur création, tandis que d'autres sont entrées au musée beaucoup plus tard, par le biais d'achats et de dons généreux.

L'importance du Pop art dans le contexte plus vaste de l'art américain est apparue encore plus clairement dans les expositions organisées et présentées par le Whitney Museum, qui ont sondé le mouvement dans des perspectives différentes.

« *POP ART – Icons That Matter. Collection du Whitney Museum of American Art* » poursuit l'exploration de cette diversité au sein même des collections du musée. Comme l'a relevé Lawrence Alloway dans son essai paru dans le catalogue *American Pop Art* (1974), « *[Le Pop art] ne se serait pas développé spontanément dans différents lieux à la fin des années 1950 s'il n'avait pas été une réponse authentique à une situation historique* ». Dans le sillage de l'après-guerre, les États-Unis connaissent une situation complexe dans les années 1960 et 1970. La croissance économique, l'abondance des biens de consommation et les développements de la technologie avaient conduit à une multiplication des images, sur les emballages, dans la publicité, dans la mise en page des affiches, revues et autres publications grand public, de même qu'à la télévision. Au reflet chatoyant offert par ces images – vêtements et voitures aux couleurs vives, mais aussi photos de stars ou de personnalités séduisantes – qui renvoyait à l'idée d'une vie aisée en Amérique, répondaient celles, parmi toutes les préoccupations politiques et sociales de l'époque, d'essais nucléaires, de campagnes pour le désarmement, des assassinats de John F. Kennedy et de Martin Luther King Jr, des tensions raciales, des contestations du Mouvement des droits civiques, de la guerre du Vietnam, des révoltes estudiantines, ou encore du mouvement ascendant en faveur des droits des femmes. La vision paradoxale dont les médias faisaient écho se retrouvait dans les diverses perspectives adoptées par les artistes, qui puisaient leur inspiration dans ces mêmes images et histoires.

Qu'elles soient divertissantes ou profondément cyniques, les œuvres présentées dans « *POP ART – Icons That Matter. Collection du Whitney Museum of American Art* » offrent un panorama varié de l'esthétique pop en Amérique au cours des décennies 1960 et 1970. Au fur et à mesure de son histoire, cette collection s'est agrandie, elle a été étudiée à travers le prisme changeant du temps, une vision complexe a émergé, brouillant les frontières et éclairant notre compréhension des images qui ont frappé les artistes de cette époque.

Carrie Springer

Conservatrice adjointe au Whitney Museum of American Art,
Co-commissaire de l'exposition

LE PARCOURS DE L'EXPOSITION



Roy Lichtenstein
Explosion, 1967
© Estate of Roy Lichtenstein
New York / Adagp, Paris, 2017

Roy Lichtenstein
Girl in Window (Study for World's Fair Mural), 1963
© Estate of Roy Lichtenstein
New York / Adagp, Paris, 2017

SECTION 1 - POPISME ET AMÉRICANISME

« — L'Art Pop est-il américain ?

« — L'Amérique a été frappée par l'industrie et le capitalisme plus fort et plus tôt ... Je pense que la signification de mon travail c'est qu'il est industriel et que le monde entier le deviendra bientôt.

L'Europe sera bientôt pareille et donc ça ne sera plus américain, mais universel. »

Roy Lichtenstein

La première section introductive interroge la définition même de l'Art Pop : son « américanisme », son rapport à la culture populaire, aux médias de masse et, enfin, sa cohérence en tant que mouvement. Même en l'appelant « Popisme », pour reprendre le titre d'un ouvrage d'Andy Warhol et Pat Hackett parodiant de la sorte les « -ismes » de l'histoire de l'art (impressionnisme, cubisme, surréalisme, etc...), l'Art Pop ne formera jamais un mouvement unifié.

Cette première salle, également consacrée à **Roy Lichtenstein** est l'occasion d'observer qu'une frontière floue sépare, dans son art, les références à la tradition des beaux-arts et celles de la culture populaire. A partir de 1961, Lichtenstein commencera en effet à revisiter l'histoire de l'art moderne en passant ses « icônes capitales » [*Icons That Matter*], comme Picasso, Matisse, Mondrian ou Léger, au filtre de l'esthétique des *comic books* américains. Imitant l'apparence de la trame en pointillé de l'impression, il utilise des couleurs pures et des contours nets pour s'attacher à l'essence du graphisme dans ses œuvres. C'est ainsi qu'il se réapproprie le motif de la « Jeune fille à la fenêtre », fréquent dans la peinture flamande du XVII^e siècle, dans son œuvre intitulée *Girl in Window* (1963). Bien que parfaitement aboutie, cette peinture n'en reste pas moins l'esquisse du panneau mural commandé à l'artiste pour décorer de cette drôle de « fenêtre » le pavillon de l'État de New York pour l'Exposition universelle de New York en 1964.

Inspirée de différentes peintures de Matisse, sa sculpture d'un bocal de poissons rouges sur un trépied (*Gold Fish Bowl*, 1967) se présente comme l'improbable image en trois dimensions d'une reproduction d'œuvres d'art. Cet objet inclassable, dont la fonction paradoxale est de donner l'illusion de la bidimensionnalité, brouille avec humour les frontières qui séparent les espaces respectifs de l'art et du spectateur, de la peinture et de la sculpture, de la reproduction et de l'original, de la culture « populaire » et de la culture « savante ». Autant de distinctions que l'Art Pop et l'art de Lichtenstein font délibérément et joyeusement exploser.



Robert Rauschenberg
Landmark, 1968
 © Adagp, Paris, 2017

SECTION 2 - DANS L'INTERVALLE ENTRE L'ART ET LA VIE

« *En peinture, une motivation en vaut une autre. Il n'y a pas de mauvais sujet. [...] La peinture se rapporte aussi bien à l'art qu'à la vie [...] (J'essaie d'agir dans l'intervalle existant entre les deux.)* »

Robert Rauschenberg

Habitué à l'hybridation des techniques et des matériaux (peinture, collage, assemblage), **Robert Rauschenberg** tiendra longtemps la lithographie pour un médium archaïque. Mais grâce à Tatyana Grosman, la fondatrice de l'atelier de presse Universal Limited Art Editions (ULAE) avec qui il travaillera longtemps, Rauschenberg découvre toute la richesse de ce médium. Avec **Jasper Johns**, il sera dans les années 60, à l'origine d'un renouveau important de la lithographie.

L'œuvre *Landmark* (1968) de Rauschenberg est typique de son approche à la fois ludique et expérimentale. Elle est composée d'images extraites d'un même numéro du magazine *Life*. « *J'étais bombardé par la télévision et les magazines [...] par le rebut et par le trop plein du monde* » expliquera Rauschenberg qui estimait qu'en retour, son œuvre se devait « *d'incorporer tous ces éléments qui constituaient la réalité.* » Il puise ainsi dans le réservoir d'un média de masse pour proposer un inventaire fragmentaire et discontinu du monde contemporain en édulcorant systématiquement tout élément de contexte. Qu'il se rattache à un article sur le printemps de Prague ou à un encart promotionnel pour la fondation *United Negro College Fund*, le contenu historique ou politique des images de presse l'intéresse moins, semble-t-il, que le mode de communication des médias de masse, et leur technique de reproduction mécanique.

Landmark est mise en regard du portfolio, *A Modern Inferno*, commande réalisée par Rauschenberg pour le magazine *Life* (1965) et qui se nourrissait au contraire d'une iconographie plus aisément décodable et signifiante pour retracer les moments tragiques de l'histoire contemporaine du monde occidental (bombe atomique, camps de concentration, etc). Suivant la destination de son art, on comprend que Rauschenberg utilise un mode opératoire différent. *A Modern Inferno* illustre aussi l'assimilation d'une esthétique « Pop » par les médias de masse qui l'ont inspirée.



Jasper Johns
Target with Four Faces, 1968
 © Jasper Johns / Adagp, Paris, 2017

SECTION 3 - LIEUX COMMUNS

« La cible a, me semble-t-il, un rapport particulier avec la manière dont nous voyons les choses et avec les choses que nous voyons dans le monde, le même type de rapport qui existait déjà avec le drapeau. [...] Ce sont deux choses qui sont vues sans être regardées, ni examinées, et elles ont toutes deux des surfaces clairement définies que l'on peut mesurer et transférer sur la toile. »

Jasper Johns

Prolongeant l'interrogation sur l'intervalle qui sépare l'art et la vie initiée par Rauschenberg, l'exposition se poursuit avec la présentation d'une série d'estampes de Jasper Johns, variations de certaines de ses œuvres majeures.

À partir de 1954, alors qu'il vit d'expédients avec Rauschenberg en décorant des vitrines de grands magasins, Jasper Johns se tourne vers toutes ces choses « vues sans être regardées, ni examinées », ces objets « préformés, conventionnels, dépersonnalisés, factuels et extérieurs » et réalise sa première peinture du drapeau américain et sa première cible. Ces motifs, auxquels s'ajouteront notamment, l'alphabet et les chiffres, fournissent au peintre des compositions préexistantes qui lui permettent d'évacuer la spontanéité et le drame existentiel du processus créatif. Sa volonté d'en finir avec la dimension subjective et fortement introspective de l'art des expressionnistes abstraits (Pollock, de Kooning, Rothko) est déterminante. Très délibérément, Johns réactive le concept du ready-made élaboré avant lui par Marcel Duchamp et l'élève à une puissance inédite.

Les estampes de Jasper Johns sont ainsi des variations sur sa peinture, dont il transpose certains effets de texture en lithographie. Avec la cible et le drapeau en négatif (orange, vert et noir) l'artiste invite le spectateur à fixer un point situé dans la partie supérieure de l'estampe avant de déplacer son regard vers le rectangle clair de la partie inférieure. L'image rémanente du motif apparaît alors en positif et, grâce à ce phénomène optique, c'est un peu, comme le disait Marcel Duchamp, le « regardeur » qui fait le tableau.

Fin 1969, à l'occasion d'une manifestation contre la guerre du Vietnam (Moratorium to End the War), le drapeau en négatif de Johns sera imprimé sur un poster dont la vente était destinée à financer ce mouvement contestataire. Cette utilisation a, depuis, durablement influencé l'interprétation de cette œuvre.



Allan D'Arcangelo
Madonna and Child, 1963
 Acrylique et gesso sur toile, 174 x 152.7 cm
 © Adagp, Paris, 2017

SECTION 4 - LE POP, AU-DELÀ DES APPARENCES

« L'aspect particulier de mes peintures vient de ce que j'ai adopté des techniques de travail directement en opposition avec les saints canons de l'expressionnisme, abstrait ou non. Elles sont sans gestuelle, sans travail du pinceau, sans modulation de couleur, sans mysticisme et sans angoisse personnelle [...]. Il s'agit d'une œuvre en grande partie préconçue, dont l'exécution est relativement mécanique. »
 Allan D'Arcangelo, 1978

Le parcours se poursuit dans le questionnement des « apparences » du Pop. Est-ce bien, comme on le croit, un art essentiellement figuratif ? Dans l'Art Pop et dans son sillage, la figure humaine se trouve souvent débarrassée de ses caractéristiques individuelles. Ainsi, **Jim Dine** ne conçoit pas ses « autoportraits » dans un face-à-face introspectif avec lui-même, mais dans le report sur la toile des contours d'une robe de chambre dont le motif est inspiré d'un encart publicitaire. Cet article vestimentaire des plus trivial ne présente aucun signe particulier : sans usure ni relief, il ne dit rien de la personnalité de son propriétaire. Le sujet et l'objet ne sont plus que les deux faces d'une même pièce. « *Quand j'ai fait les robes de chambre et que je les ai appelées autoportraits, je cherchais une façon de faire un autoportrait sans que l'on puisse le dire "figuratif" d'une manière traditionnelle* », disait Jim Dine.

Lorsqu'elle ne brille pas par son absence, la figure se présente comme une entité générique. Le portrait, paradoxalement sans traits, de Jackie Kennedy et de sa fille par **Allan D'Arcangelo**, intitulé *la Madone à l'enfant* (1963), devient un écran de projection pour le spectateur. La personne s'efface derrière la personnalité et sa fonction officielle de madone du peuple. Sanctifiée par la presse et les photographies officielles, Jackie n'existe pas comme sujet, mais comme simple « objet » de culte.

Dans la peinture militante de **May Stevens**, le personnage central de *Big Daddy* (1968) n'entretient qu'une relation affective distante avec la figure paternelle qui l'a inspiré. Le père de l'artiste, qui a pourtant servi de modèle, devient l'incarnation générique d'une autorité patriarcale indécente dont l'artiste dénonce l'arrogance et l'obscénité.

L'imagerie de **John Wesley**, quant à elle, fonctionne comme le miroir inversé des stéréotypes culturels auxquels elle renvoie : l'ordre militaire y est infantilisé (comme dans sa *Panoplie* de 1971 où il parodie les vignettes d'un ouvrage sur la Grande Guerre) et le monde de l'enfance devient plus sombre. En lieu et place d'un pot de miel, c'est une pin-up indifférente que convoite Winnie l'ourson (*Pooh*, 1965).



Mel Ramos
Tobacco Rhoda, 1965, sérigraphie, 71,1 x 56 cm
 © Adagp, Paris, 2017

SECTION 5 - LES CORPS DU POP

« Dans la panoplie de la consommation, il est un objet plus beau, plus précieux, plus éclatant que tous, plus lourd de connotations encore que l'automobile qui pourtant les résume tous : c'est le CORPS. »

Jean Baudrillard.

Avec des slogans comme « Faites l'amour pas la guerre » ou « Jouissons sans entraves ! » les années 60 nous apparaissent, de manière plus ou moins fantasmée, comme celles de la révolution sexuelle et de l'émancipation d'un corps réprimé sous le joug d'une culture puritaine. L'Art Pop, pour une part, y participe.

Tom Wesselmann (*Great American Nude #57*, 1963) inscrit ainsi avec ironie au cœur de sa peinture une forme d'érotisme jugée vulgaire, sortie de magazines licencieux, qui contrarie le bon goût et la morale des élites culturelles. Il souligne aussi, au passage, le lien existant entre la tradition du nu féminin dans la peinture occidentale (du Titien à Matisse en passant par Manet) et les stéréotypes de l'érotisme marchand. De même, lorsque Mel Ramos place le corps dévêtu de sa femme Leta en relation avec une série d'oiseaux rares, il convoque le poncif érotique du mythe de Lédä et le cygne qui traverse toute la peinture classique. Mais il renvoie aussi à l'imagerie d'un magazine comme « Playboy » dont il s'est inspiré dès le début de sa carrière.

Entre la violence faite au corps féminin pour qu'il se moule dans un carcan contraignant et le sourire forcé d'une Marilyn fuyant la silhouette masculine qui la pourchasse (*Rosalyn Drexler, Marilyn pourchassée par la mort*, 1963), les motifs respectifs des œuvres de **Christina Ramberg** et de **Rosalyn Drexler** sèment pourtant le doute. Pour la plupart, en effet, l'érotisme plutôt convenu des œuvres ici rassemblées satisfait avant tout les conventions d'un désir proprement masculin et hétérosexuel. Le corps de l'*Istrian River Lady* (1974) de Ramberg, engoncé dans une sorte de guêpière aussi futuriste que moyen-âgeuse, semble osciller entre la gravure de mode et le manuel de torture.

Aussi, la représentation des corps par l'Art Pop évoque-t-elle moins leur possible « libération » que leur soumission radicale au regard qui les dévore. Car, si le corps devient une marchandise industrielle, jetable et remplaçable, c'est très exclusivement le corps de la femme qui est objectivé et soumis aux exigences de la domination masculine.



A gauche :
Claes Oldenburg
French Fries and Ketchup, 1963
© Claes Oldenburg, 1963

A droite :
Edward Ruscha, *Large Trademark
with Eight Spotlights*, 1962
© Ed Ruscha

SECTION 6 - RÊVE AMÉRICAIN (L'ENVERS DU DÉCOR)

« — Croyez-vous au rêve américain ?
« — Non, mais je crois que l'on peut en tirer profit. »

Andy Warhol

Pour clore l'exposition, une section est consacrée à l'image ambivalente du « rêve américain » que nous renvoie l'Art Pop profondément équivoque.

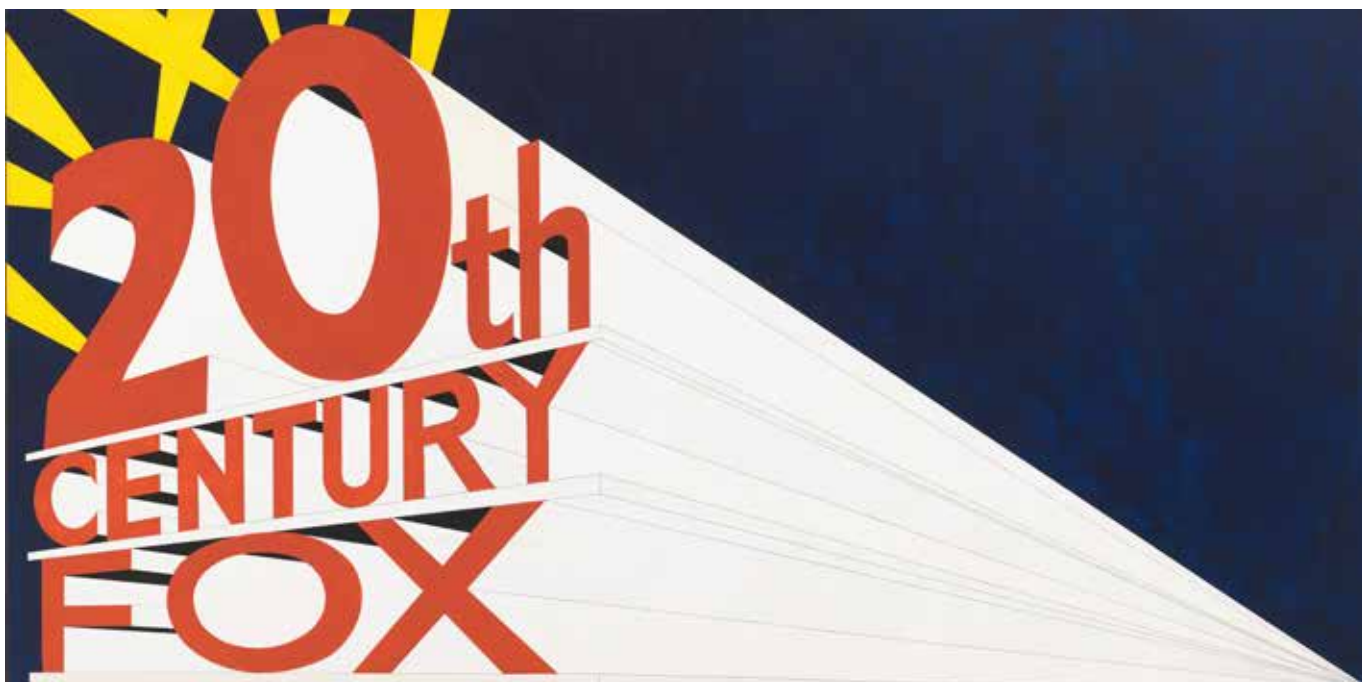
Les critiques de l'époque lui reprochaient volontiers d'être « trop facile » et de ne réclamer, de l'artiste comme du spectateur, ni « sensibilité » ni « effort intellectuel ». De fait, l'immédiateté, le peu de goût pour le pathétique et l'absence de transcendance caractérisent nombre de ces œuvres et s'accordent bien aux valeurs d'une culture marchande instantanée, superficielle et éphémère.

Les œuvres réunies dans cette section empruntent largement leur vocabulaire à l'environnement industriel, urbain et commercial qui leur est contemporain. Leurs cadrages « trop » serrés et leurs formats « trop » grands, leurs couleurs « trop » artificielles et leurs sujets triviaux sortent tout droit du champ de la culture populaire et de la communication de masse.

Les « tableaux urbains » de **Robert Indiana** et **James Rosenquist** sont baignés de l'atmosphère particulière du quartier industriel désaffecté, adossé à Wall Street, dans lequel ils avaient installé leurs ateliers.

Dans ces rues et dans ces immeubles abandonnés, Indiana récupère le matériau d'une sculpture comme *Mate* (1960-1962) avec lequel il compose ces sortes de totems. Dans *Broome Street Trucks after Herman Melville* (1963), James Rosenquist transpose sur la toile la technique d'exécution de panneaux publicitaires qu'il exécutait professionnellement jusqu'en 1960 et place le spectateur devant l'image d'une image, celle d'un monde dont la nature est d'essence foncièrement publicitaire.

La peinture monumentale d'**Ed Ruscha** (*Large Trademark with Eight Spotlights*, 1962) nous transporte sur la Côte Ouest des États-Unis pour nous confronter à toute la superficialité de la culture hollywoodienne. Entre son format d'écran panoramique et le logo monumentalisé de l'une des plus importantes sociétés de production cinématographique hollywoodienne, sa peinture est de nature profondément spectaculaire.



En même temps, Ed Ruscha réduit le logo de la 20th Century Fox à une surface sans relief et sans masse, le dépouillant de sa superbe.

Dans cette lignée, la surface léchée des chevrons du Californien **Billy Al Bengston** (*Sterling*, 1963) évoque une culture inspirée de l'univers des sports mécaniques qu'il pratique en amateur. Elle montre aussi que dans le Pop, tout signe distinctif se dissout aussitôt dans le courant d'une culture commerciale globalisante.

Les gigantesques sculptures molles de **Claes Oldenburg** – un cendrier géant ou une énorme assiette de frites assaisonnées de ketchup – nous rappellent que la « banalité monumentale » de son art prônant la modestie du quotidien n'a rien perdu de sa capacité d'interpeler, posant les bases d'une esthétique violemment opposée aux subtilités élitistes de la haute culture. « *Je suis pour l'art qu'on fume comme une cigarette, qui pue comme une paire de chaussures.* » disait-il.

Face aux œuvres d'**Alex Katz** ou de **George Segal**, la réalité du monde moderne se révèle être celle d'un simple décor dans lequel la présence humaine se réduit à de la figuration.

Enfin, **Andy Warhol** nous livre sa vision saisissante d'icônes emblématiques de son temps - Marilyn, Jackie - et de la chaise électrique. Les images dépeintes par Warhol, et la manière dont il les traite, reflètent profondément la façon dont les médias fabriquent et expriment les espoirs, les désirs et les deuils qui imprègnent la culture américaine de cette époque.

L'Art Pop projette avec une grande netteté une image trouble de la société américaine de son temps. Lorsqu'on lui demandait de définir le « Pop », Robert Indiana répliquait simplement : « *C'est le rêve américain, optimiste, généreux et naïf...* » Faut-il, comme avec la sculpture LOVE, le prendre au mot ou n'y lire que la promesse publicitaire d'un bonheur consommé ?

NATIXIS, MÉCÈNE DE L'EXPOSITION

Natixis est fière d'apporter son soutien au musée Maillol pour présenter au public l'exposition « Pop Art – Icons that Matter » du 22 septembre 2017 au 21 janvier 2018.

L'aspect international de ce projet culturel, le regard nouveau qu'il porte sur le Pop Art et le trait d'union qu'il incarne entre la France et les Etats-Unis confèrent à ce mécénat une valeur toute particulière pour Natixis.

En soutenant cette exposition, nous poursuivons notre politique de mécénat et contribuons à la valorisation et la transmission du patrimoine culturel français et international.

A PROPOS DE NATIXIS

Natixis est la banque internationale de financement, de gestion d'actifs, d'assurance et de services financiers du Groupe BPCE, deuxième acteur bancaire en France avec 31,2 millions de clients à travers ses deux réseaux, Banque Populaire et Caisse d'Épargne.

Avec plus de 16 000 collaborateurs, Natixis intervient dans trois domaines d'activités au sein desquels elle dispose d'expertises métiers fortes : la Banque de Grande Clientèle, l'Épargne & l'Assurance et les Services Financiers Spécialisés.

Elle accompagne de manière durable, dans le monde entier, sa propre clientèle d'entreprises, d'institutions financières et d'investisseurs institutionnels et la clientèle de particuliers, professionnels et PME des deux réseaux du Groupe BPCE.

Contacts presse :

Sonia Dilouya

Tél.: +33 1 58 32 01 03
sonia.dilouya@natixis.com

Laure Sadreux

Tél.: +33 1 58 19 34 17
Mail: laure.sadreux@natixis.com

LES PARTENAIRES DE L'EXPOSITION



www.tf1.fr



www.lci.fr



www.novaplanet.com



www.ugc.fr



www.ratp.fr



www.20minutes.fr



www.anousparis.fr



www.konbini.com



www.grazia.fr



www.fnac.com



www.troiscouleurs.fr



www.parispremiere.fr

CULTURESPACES, PRODUCTEUR ET RÉALISATEUR DE L'EXPOSITION

« Notre vocation est d'aider les institutions publiques à mettre en scène leur patrimoine et à développer leur rayonnement culturel et touristique. Elle est aussi de démocratiser l'accès à la culture et de faire découvrir à nos enfants notre histoire et notre civilisation, dans des sites culturels remarquables »

Bruno Monnier, Président-fondateur de Culturespaces.

Culturespaces anime et gère des monuments, musées et sites historiques prestigieux qui lui sont confiés par des institutions publiques et des collectivités. Avec plus de 25 ans d'expérience et 2,9 millions de visiteurs par an, Culturespaces est le premier acteur privé dans la gestion des monuments et musées français, et l'un des premiers acteurs européens du tourisme culturel.

Les sites mis en valeur et gérés par Culturespaces sont :

- le Musée Jacquemart-André, Paris (depuis 1996),
- l'Hôtel Caumont - Centre d'Art, Aix-en-Provence (depuis 2015),
- la Villa Ephrussi de Rothschild, Saint-Jean-Cap-Ferrat (depuis 1992),
- les Carrières de Lumières aux Baux-de-Provence (depuis 2012),
- le Château des Baux-de-Provence (depuis 1993),
- le Théâtre Antique et le Musée d'Art et d'Histoire d'Orange (depuis 2002),
- les Arènes de Nîmes, la Maison Carrée, la Tour Magne (depuis 2006),
- la Cité de l'Automobile, Mulhouse (depuis 1999).

Culturespaces prend en charge la mise en valeur des espaces et des collections, l'accueil des publics, la gestion du personnel et de l'ensemble des services, l'animation culturelle et l'organisation des expositions temporaires, ainsi que la communication nationale et internationale des sites, avec des méthodes de management efficaces et responsables certifiées ISO 9001. Pour que la visite soit toujours un moment de plaisir, les équipes de Culturespaces placent la qualité de l'accueil et l'enrichissement culturel de tous les publics au cœur de leurs préoccupations.

CULTURESPACES, PARTENAIRE DU MUSÉE MAILLOL

La Fondation Dina Vierny a choisi de confier à Culturespaces les expositions temporaires du Musée Maillol à Paris. Olivier Lorquin, Président du Musée Maillol, et Bruno Monnier, Président de Culturespaces, ont signé en octobre 2015 une convention de partenariat portant sur la gestion du musée et sa programmation culturelle. Cette programmation remettra à l'honneur l'A.D.N du musée Maillol tel que l'avait voulu sa fondatrice Dina Vierny : l'art moderne et contemporain.

Avec deux grandes expositions annuelles (au printemps et à l'automne), le calendrier va faire la part belle aux différents courants artistiques allant du XX^e siècle au XXI^e siècle, et à toutes leurs formes d'expression (peinture, sculpture, photographie, illustration, vidéo, installation...). Sans oublier Aristide Maillol, ses amis et la modernité, et sa muse Dina Vierny, dont les collections d'œuvres d'art dialoguent avec les expositions temporaires.

Culturespaces est chargée de :

- la production, l'organisation et la communication des expositions temporaires,
- la gestion de l'accueil, de la billetterie et des visites des expositions et de la collection permanente,
- la gestion des activités annexes : librairie-boutique, café, réceptions.

LE MUSÉE MAILLOL

UN PEU D'HISTOIRE

Le musée est un lieu chargé d'histoire. Durant tout le Moyen Âge et jusqu'à la Renaissance, ces terrains n'étaient pas bâtis et faisaient partie d'un vaste domaine foncier appartenant à une abbaye bénédictine fondée en 543. En 1739, les religieuses du couvent des Récollettes cédèrent gracieusement à la ville un emplacement pour l'édification d'une fontaine monumentale au cœur du faubourg.

Edme Bouchardon, sculpteur ordinaire du Roy, créa la majestueuse fontaine des Quatre-Saisons qui forme une avant-scène magistrale à la façade du musée, édifiée de 1739 à 1745 à la gloire de la Ville de Paris. L'ensemble fut classé monument historique dès 1862.

À la Révolution, le couvent fut fermé et vendu aux enchères ; les différents corps de logis revinrent à des particuliers. Le XIX^e siècle abrita des noms célèbres, comme le poète Alfred de Musset dont l'appartement se situait au premier étage. Le peintre Paul Jacques Aimé Baudry, membre de l'Institut, y occupa longtemps le vaste atelier dont le volume, fidèlement conservé lors des travaux d'aménagement du musée, s'ouvre au second étage et abrite les sculptures grandeur nature de Maillol.

En 1951, les frères Jacques et Pierre Prévert ouvrent, au rez-de-chaussée de l'actuel musée, un cabaret : La Fontaine des Quatre Saisons, dont Pierre devient le directeur artistique. Boris Vian, habitué du lieu, y crée Le Déserteur ; Francis Blanche présente ses sketches ; les Frères Jacques, Yves Montand chantent les poèmes de Prévert mis en musique par Kosma. Une pléthore de jeunes artistes y font leurs débuts : Maurice Béjart, Guy Bedos, Pierre Perret, Jean Yanne, Philippe Clay, Jacques Dufilho... Les loges des artistes et la cuisine se situent alors dans les caves voûtées qui accueillent aujourd'hui le Café des Frères Prévert, dont l'aménagement a été confié à Kerylos Intérieurs.

En 1955, Dina Vierny, modèle et collaboratrice du sculpteur, acquit et habita un appartement dans cet immeuble. Puis, petit à petit, en une vingtaine d'années, elle parvint à racheter la totalité de l'ensemble des bâtiments. Une quinzaine d'années de travaux et d'aménagements furent nécessaires pour mener à bien, sous la direction de Pierre Devinoy, architecte qui fut l'élève d'Auguste Perret, l'institution rêvée destinée à l'œuvre de Maillol.

Le musée Maillol ouvre ses portes le 20 janvier 1995. Il présente aujourd'hui au public la plus importante collection d'œuvres de l'artiste, et brosse un panorama complet de sa création en sculpture, mais aussi en peinture, en dessin, en terre cuite et en tapisserie.

NOUVEAU PARCOURS DES COLLECTIONS PERMANENTES

Le musée, fermé entre février 2015 et septembre 2016, a bénéficié d'une phase de travaux visant notamment à réorganiser les espaces d'exposition en séparant clairement la collection permanente et les salles d'expositions temporaires.

Dans le souci d'offrir une meilleure cohérence pour la visite du musée, la collection permanente des œuvres d'Aristide Maillol occupe désormais le second étage. Cependant, les espaces de circulation du rez-de-chaussée et du 1^{er} étage restent jalonnés de statues grandeur nature du sculpteur.

Le parcours des collections permanentes, à la fois chronologique et thématique, est distribué en plusieurs salles : les premières peintures et bois sculptés (1880-1900) ; la tapisserie (1895-1900) ; la mise en regard des statuettes de bronze, terre cuite et plâtre (par sujets d'études, thématiques, travail sur les différents matériaux... couvrant toute la carrière de Maillol) ; les sculptures emblématiques grandeur nature ; le cabinet des petits dessins ; enfin, un double espace d'œuvres des années 1930-1940, avec d'une part les dernières peintures, et de l'autre les dessins grand format.

LA FONDATION CULTURESPACES

Dans le cadre de l'exposition Pop Art - Icons that Matter - Collection du Whitney Museum of American Art, la Fondation Culturespaces propose à des établissements scolaires en réseau d'éducation prioritaires ainsi qu'à des structures sociales de faire découvrir à des enfants de 6 à 11 ans cette nouvelle exposition au musée Maillol.

L'INITIATIVE DE LA FONDATION CULTURESPACES

Projet ouvert à des enfants de 6 à 11 ans

Structures bénéficiaires :

- Écoles en Réseaux d'Education Prioritaire
- Centres sociaux situés en zones urbaines sensibles
- Hôpitaux pédiatriques
- Structures d'accueil d'enfants handicapés

L'offre de la Fondation Culturespaces :

- Accès gratuit à l'exposition pour les enfants et leurs accompagnateurs.
- Envoi d'un dossier pédagogique à l'inscription du groupe. Notre dossier pédagogique vous permet de préparer votre venue et de faire vous-même la visite de l'exposition. Il contient des outils et ressources pédagogiques à utiliser avant et pendant la visite ainsi que des pistes de prolongement.
- Remise d'un livret de visite ludique à chaque enfant à l'arrivée du groupe au Musée.
- Visite libre de l'exposition avec le professeur et/ou l'éducateur.
- Un atelier créatif au cours duquel les enfants auront le choix entre réaliser un aquarium à la manière de Roy Lichtenstein à l'aide de pochoirs ou s'inspirer des sérigraphies d'Andy Warhol et partir d'une de ses œuvres en la reproduisant en plusieurs exemplaires de couleurs différentes.

MODALITÉS DE PARTICIPATION

La participation au projet est entièrement gratuite pour les structures d'accueil d'enfants entre le 22 septembre 2017 et le 21 janvier 2018 (dans la limite des places disponibles).

Formulaire en ligne :

<http://www.fondation-culturespaces.com/fr/comment-participer-nos-actions>

L'action de la Fondation Culturespaces au Musée Maillol reçoit le soutien de la Fondation Obélisque.



POUR TOUTE INFORMATION :

Pauline Guével
Chargée de mission
Ligne directe : 01 56 59 01 78
Email : fondation2@culturespaces.com



© Stéphanie Tétu

VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE



1



2



3



4

Toutes ces oeuvres font partie de la collection du Whitney Museum of American Art, N.Y. (Whitney Museum, N.Y.). Pour l'utilisation de ces visuels, merci de veiller à bien faire apparaître les mentions obligatoires indiquées **en gras** ci-dessous et de ne pas recadrer ou toucher au visuel de ces oeuvres sans accord des ayants droits :

CONDITIONS D'UTILISATION ET MENTIONS OBLIGATOIRES :

« Tout ou partie des oeuvres figurant dans ce dossier de presse sont protégées par le droit d'auteur.

Les oeuvres de l'ADAGP (www.adagp.fr) peuvent être publiées aux conditions suivantes :

- Pour les publications de presse ayant conclu une convention avec l'ADAGP : se référer aux stipulations de celle-ci

- Pour les autres publications de presse :

- Exonération des deux premières oeuvres illustrant un article consacré à un événement d'actualité en rapport direct avec celles-ci et d'un

format maximum d' 1/4 de page;

- Au-delà de ce nombre ou de ce format les reproductions seront soumises à des droits de reproduction/représentation;

- Toute reproduction en couverture ou à la une devra faire l'objet d'une demande d'autorisation auprès du Service Presse de l'ADAGP ;

- Le copyright à mentionner auprès de toute reproduction sera : nom de l'auteur, titre et date de l'oeuvre suivie de © Adagp, Paris 2017 et de la mention de copyright spécial pour les auteurs suivants :

- Roy Lichtenstein : © Estate of Roy Lichtenstein New York / Adagp, Paris, 2017 ;

- Robert Indiana : © 2017 Morgan Art Foundation / Artists Rights Society (ARS), New York / Adagp, Paris ;

- Alex Katz : © Alex Katz / Adagp, Paris, 2017 ;

- Jasper Johns : © Jasper Johns / Adagp, Paris, 2017 ;

et ce, quelle que soit la provenance de l'image ou le lieu de conservation de l'oeuvre. »

Ces conditions sont valables pour les sites internet ayant un statut de presse en ligne étant entendu que pour les publications de presse en ligne, la définition des fichiers est limitée à 1 600 pixels (longueur et largeur cumulées).

- Pour les vidéos, les journalistes devront communiquer à l'ADAGP les dates de diffusion des vidéos et mentionner le copyright © ADAGP Paris 2017.

1 | Edward Ruscha, *Large Trademark with Eight Spotlights*, 1962, huile, peinture maison, encre et crayon à mine de plomb sur toile, 170 x 338,1 cm, purchase with funds from the Mrs Percy Uris Purchase Fund © **Ed Ruscha**

2 | Roy Lichtenstein, *Girl in Window (Study for World's Fair Mural)*, 1963, huile et acrylique sur toile, 173 x 142,2 cm, gift of the American Contemporary Art Foundation, Inc., Leonard A. Lauder, President. © **Estate of Roy Lichtenstein New York / Adagp, Paris, 2017**

3 | James Rosenquist, *Broome Street Trucks After Herman Melville*, 1963, huile sur toile de lin, 183,2 x 183,2 x 8,6 cm, acquisition © **Adagp, Paris, 2017**

4 | Jim Dine, *Double Isometric Self Portrait (Serape)*, 1964, huile sur toile avec éléments métalliques et chevilles en bois, 145,7 x 214,9 cm, Don d'Helen W. Benjamin à la mémoire de son mari, Robert M. Benjamin © **Adagp, Paris, 2017**



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14

5 | Roy Lichtenstein, *Explosion*, 1967, lithographie, 55,9 x 43,2 cm, gift of Louise Nevelson in memory of Marcel Duchamp © Estate of Roy Lichtenstein New York / Adagp, Paris, 2017

6 | Allan D'Arcangelo, *Madonna and Child*, 1963, acrylique et gesso sur toile, 174 x 152,7 cm, purchase, with funds from the Painting and Sculpture Committee © Adagp, Paris, 2017

7 | Claes Oldenburg, *French Fries and Ketchup*, 1963, vinyle et kapok sur base en bois, 26,7 x 106,7 x 111,8 cm, 50th Anniversary Gift of Mr and Mrs Roberts M. Meltzer © Claes Oldenburg, 1963

8 | Mel Ramos, *Tobacco Rhoda*, 1965, sérigraphie, 76,4 x 61,1 cm, gift of Altria Group, Inc © Adagp, Paris, 2017

9 | Tom Wesselmann, *Great American Nude #57*, 1964, acrylique et huile sur papier et panneau aggloméré, 122,7 x 165,7 cm, acquis grâce aux Amis du Whitney Museum of American Art © Adagp, Paris, 2017

10 | Tom Wesselmann, *Seascape Number 15*, 1967, acrylique thermoformé, 164,8 x 113,2 x 14 cm, acquis grâce à la Howard and Jean Lipman Foundation, Inc., © Adagp, Paris, 2017

11 | Alex Katz, *Alex*, 1968, huile sur aluminium, 182,2 x 47,6 x 11,4 cm, gift of the artist in honor of Leonard A. Lauder N.Y. © Alex Katz / Adagp, Paris, 2017

12 | Jasper Johns, *Target with Four Faces*, 1968, sérigraphie, 104,5 x 75,1 cm, gift of the artist N.Y. © Jasper Johns / Adagp, Paris, 2017

13 | Robert Indiana, *LOVE*, 1968, aluminium, 30,2 x 30,2 x 15,1 cm, Purchase, with funds from the Howard and Jean Lipman Foundation, Inc © 2017 Morgan Art Foundation / Artists Rights Society (ARS), New York / Adagp, Paris, 2017

14 | Jim Dine, *A Black Shovel, Number 2*, 1962, pelle et huile sur toile, 92,4 x 214,5 x 19,4 cm, don du Dr. et Mme Bernard Brodsky © Adagp, Paris, 2017



15



16



17



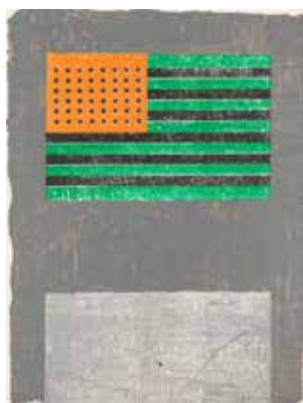
18



19



20



21



22



23

15 | Robert Rauschenberg, *Landmark*, 1968, lithographie, 108 x 76,5 cm, acquis grâce au Comité des imprimés © Adagp, Paris, 2017 © 2008 - 2015 ULAE

16 | Andy Warhol, *Marilyn*, 1967, du portfolio Marilyn, 1967, sérigraphie, 91,4 x 91,4 cm, acquisition © Adagp, Paris, 2017

17 | Andy Warhol, *Electric Chair*, 1971, du portfolio Electric Chair, 1971, sérigraphie, 90 x 121,6 cm, don de Peter M. Brant © Adagp, Paris, 2017

18 | Christina Ramberg, *Istrian River Lady*, 1974, acrylique sur panneau aggloméré, avec cadre en bois, 89,9 x 79,4 x 4,1 cm, acquisition grâce à M. et Mme. Frederic M. Roberts à la mémoire de leur fils, James Reed Roberts © Estate of Christina Ramberg, courtesy Corbett vs Dempsey

19 | Rosalyn Drexler, *Marilyn Pursued by Death*, 1963, (Marilyn poursuivie par la mort), acrylique et photographie argentique sur toile, 126,7 x 101,6 cm, acquisition grâce au Comité de peinture et de sculpture © Adagp, Paris, 2017

20 | Mel Ramos, *Toucan Better Than One*, 1969, du portfolio Léda et le cygne, 1969, épreuve photographique et lithographie, 56,7 x 71,3 cm, San Francisco, don de Ruth and Richard Shack © Adagp, Paris, 2017

21 | Jasper Johns, *Flags*, 1967 1968, lithographie, 87,2 x 64,8 cm, don de l'artiste © Adagp, Paris, 2017 © 2008 - 2015 ULAE

22 | Alex Katz, *Eli*, 1963, huile sur lin, 187 x 242,1 cm, don de M. et Mme. Herbert Fischbach © Adagp, Paris, 2017

23 | John Wesley, *Compleat Fritz*, 1971, sérigraphie sur panneau, 76,2 x 76,2 x 0,2 cm, acquis grâce au Comité des imprimés © John Wesley ; Courtesy Fredericks & Freiser Gallery

INFORMATIONS PRATIQUES



MUSÉE MAILLOL

61 rue de Grenelle

75007 Paris

Tél : +33(0) 01 42 22 57 25

Métro : Rue du Bac, ligne 12.

Bus n° 63, 68, 69, 83 et 84.

www.museemailol.com

HORAIRES D'OUVERTURE

Le musée est ouvert tous les jours
en période d'exposition temporaire,
de 10h30 à 18h30.

Nocturne le vendredi jusqu'à 21h30.

TARIFS

Plein tarif : 13 €

Tarif réduit : 11 €

CONTACTS

Fanny Ménégaux

Responsable communication et marketing

menegaux@culturespaces.com

Romane Dargent

Chargée des relations presse et des partenariats

dargent@culturespaces.com

Tél. : +33(0)1 56 59 01 72

CONTACT PRESSE

The Desk | Ingrid Cadoret

Email : ingrid@agencethedesk.com

Tél. : + 33 (0)6.88.89.17.72

#POPARTMAILLOL





59/61 rue de Grenelle - 75007 Paris
Ouverture 7 jours sur 7
en période d'exposition
De 10h30 à 18h30
Nocturne le vendredi jusqu'à 21h30

www.museemaillol.com
#PopArtMaillol

CONTACT PRESSE

AGENCE THE DESK
Ingrid Cadoret
ingrid.thedesk@gmail.com
Port. : +33 (0)6 88 89 17 72