



Les chemins de l'émergence I: Les salons

par/by
Patrice Joly

L'émergence est sans doute le mot le plus rencontré lorsque l'on parcourt les communiqués de presse relatifs aux scènes locales, aux événements saisonniers ou biennaux que produisent régulièrement les grandes métropoles françaises, mais aussi aux grandes expositions collectives dans des endroits aussi courus que le palais de Tokyo ou le Musée d'Art moderne. En France, depuis les années 2000, l'émergence est devenue un espace d'affirmation pour les structures privées, publiques et mixtes qui s'en sont emparées afin de faire la promotion d'une création nouvelle, inédite, inouïe – par opposition à des pratiques reconnues et bien établies. Le jeune artiste est vu comme une marchandise précieuse qu'il faut savoir repérer, bichonner et promouvoir dans les meilleures conditions.

L'émergence n'est en soi ni bonne, ni mauvaise, c'est un phénomène quasi « naturel » qui se traduit par l'arrivée sur le marché, à chaque nouvelle saison, de nouvelles pousses qui viendront dynamiser ou rafraîchir une scène qui aura vieilli d'une année. Accompagner l'émergence, dans ce cas, semble aussi indiqué que le geste du jardinier tuteurant la plante pour guider son développement. Peut-être est-il également question d'« empathie intergénérationnelle », les aînés se souciant du sort de la génération montante ?

Ces volontés a priori désintéressées peuvent cependant masquer d'autres enjeux qui n'ont rien à voir avec l'artistique. Pour les villes par exemple, l'émergence représente de plus en plus un enjeu d'image qui rentre dans une stratégie de dynamisme et de rayonnement plus global. On imagine mal aujourd'hui qu'une ville, une métropole, puisse se passer d'une scène artistique digne de ce nom : l'émergence est l'indicateur de la bonne santé de la ville, son absence ou sa présence font état de sa capacité à faire éclore des talents mais aussi à en attirer de nouveaux. L'émergence artistique pourrait très bien s'entendre d'un point de vue sportif, où il serait question de « pousser » les jeunes artistes comme on pousse les jeunes athlètes à la proue, dans le but de faire éclore des équipes performantes. Mais l'analogie trouve vite ses limites dans les définitions respectives des deux champs. Poussée à son comble, une vision compétitive de l'émergence favorise l'adhésion aux valeurs de la société marchande et influence la production artistique vers des dimensions plus spectaculaires ou « visuellement efficaces » au détriment des pratiques plus réflexives ou critiques. Elle laisse aussi de côté la réflexion sur le fait de savoir s'il y a un « bon âge » pour l'art en privilégiant un système d'émergence éclair suivie de près d'une disparition tout aussi rapide des ex-prodiges sans vraiment chercher à en analyser les causes, ni tenter d'en tirer des enseignements. Cela est tout particulièrement vrai pour la France où, hormis quelques exceptions notables, les meilleurs artistes ont tendance à disparaître après des carrières bien trop brèves, et sans réellement réussir à percer hors des frontières nationales.

Les trois structures que nous avons décidé d'étudier ici affichent des positions relativement claires dans

leur désir de servir la « cause » des jeunes artistes. Apparues à des époques et dans des contextes différents, elles divergent tout autant dans l'esprit et la lettre de leur fonctionnement.

La Ville de Mulhouse organisait, du 9 au 12 juin 2012, Mulhouse 012, dixième édition de son exposition de jeunes talents issus des écoles supérieures d'art européennes. Créée en 2001, devenue biennale en 2008, cette manifestation est la seule des trois à provenir d'une impulsion municipale, sous les auspices de l'élu à la culture de la ville. Le discours est assez clair : pour Mulhouse, qui dispose d'une école d'art importante, d'un centre d'art tout neuf et qui est surtout proche de la plus grande foire d'art contemporain du monde, la création de cette biennale dédiée aux jeunes artistes obéit à une logique limpide qui est celle d'ancrer la ville dans une dynamique européenne à laquelle sa situation géographique lui permet de prétendre. Par ailleurs, elle postule à la place de plateforme de lancement pour des post-diplômés en recherche de visibilité au sortir de leur scolarité, la foire de Bâle devant servir d'hameçon de luxe pour ramener dans le giron de la métropole haut-rhinoise malmenée par les sinistres à répétition de la postindustrialisation, la riche clientèle bâloise défilant pendant la semaine magique dans les allées de la *first fair*. De fait, l'idée de la concomitance souffre quelque peu de la comparaison : pour détourner le flot des visiteurs d'Art Basel, il ne suffit pas de mettre en place une biennale de jeunes au moment de la foire, il faudrait créer une véritable coopération entre les deux villes, ce qui revient à dire que Mulhouse profitera amplement de sa proximité avec Bâle le jour où elle parviendra à créer des événements de même magnitude que ceux que propose la métropole rhénane... Bien qu'elle se positionne intelligemment sur un créneau qui devrait exploser dans les années à venir, celui des tout jeunes diplômés européens, la jeune biennale peine encore à convaincre : manque de moyens¹, manque de communication externe, manque d'une scénographie audacieuse, manque de synergie avec le ou les centres d'art proches, elle reste un peu en dessous de ses ambitions même si la liste des lauréats témoigne d'une véritable capacité à défendre des profils exigeants².

Le Salon de Montrouge, quant à lui, fonctionne sur un tout autre régime, partant d'une initiative totalement personnelle : l'ancien salon moribond ne promotionnait plus que des artistes en fin de carrière ou un peu marginalisés lorsque le très déterminé Stéphane Corréard réussit à convaincre la municipalité de Montrouge de lui confier ses rênes il y a tout juste quatre ans. Création d'un « collège » composé de la fine fleur de la critique nationale pour constituer le jury, carte blanche à la designeuse star Matali Crasset pour la scénographie, publication d'un gros ouvrage agrégatif faisant office de catalogue : le salon s'est fait sérieusement lifter. Très rapidement, « Montrouge » a pris ses marques dans la galaxie de l'émergence pour devenir un passage obligé pour les débutants, qui, pour la plupart effectuent en cette banlieue proprette de Paris, leurs premiers pas dans le

monde de l'art parisien. Au-delà des discours d'auto-satisfaction sur l'esprit d'entomologiste nécessaire au repérage des meilleurs candidats, le succès de Montrouge tient à quelques recettes efficaces et surtout à un contexte local, à des conditions d'accès ouvertes et à l'éventualité de rencontres fructueuses. Aussi, si la réussite du salon tient pour moitié dans l'habileté et la façon de son mentor, elle le doit aussi à une évidence qui n'avait pas encore sauté aux yeux de tout le monde: chaque nouvelle saison apporte ses cohortes de nouveaux diplômés et autres postulants au métier d'artiste alors que le monde de l'art contemporain n'a pas su créer sa « filière » de sortie des écoles. Le salon version Montrouge obéit à une mission quasi sociologique qui est de mettre en vis-à-vis une population d'artistes sélectionnée par un groupe d'experts face à ses futurs interlocuteurs: la foule des marchands, galeristes, curateurs, directeurs de centres d'art et autres musées à la recherche de nouveaux talents. Cui plus est, le Salon de Montrouge possède un côté franchouillard qui l'éloigne un peu des critères de sélection du marché international mais lui confère une dimension rassurante. Il n'est pas sûr cependant que cette dimension franco-française (même si les étrangers y sont les bienvenus) ne nuise à un moment donné à sa vocation de tremplin puisque de plus en plus l'offre d'une telle structure se doit d'être crédible sur le plan international si elle veut se frotter à la « vraie » émergence, mais Montrouge est avant tout une plateforme directement reliée à la scène parisienne et nationale qu'elle a parfaitement réussi à capter...

La troisième et dernière structure, Jeune Création, est issue de Jeune Peinture, manifestation fondée par le peintre Paul Rebeyrolle en 1949. Tout comme Montrouge, Jeune Peinture commençait à souffrir d'un sérieux problème d'image lorsque la nouvelle équipe a pris la décision de changer de nom en 2000 et de l'ouvrir à toutes les pratiques de l'art contemporain. Même si ses jeunes dirigeants s'en défendent un peu, Montrouge apparaît comme le grand concurrent, l'objectif à dépasser. Tout oppose ces deux structures: d'un côté, un manager décidé qui capitalise sur son nom et sa connaissance aigüe du milieu pour booster le développement du label Montrouge, de l'autre, une équipe de jeunes artistes dont on ne connaît même pas les noms, une véritable démocratie de décisions qui s'incarne dans un *turnover* régulier de l'équipe en place. Les oppositions ne s'arrêtent pas là: Jeune Création est gérée par des artistes qui connaissent de l'intérieur les besoins de ces derniers pour essayer de répondre à leur aspirations. Nul scénographe trendy non plus pour assurer le buzz: la communication ainsi que la scénographie sont produites en interne et bénévolement. Le salon évolue de place en place, ayant successivement occupé le Palais de Tokyo, le MNAM, la Villette puis récemment le Centquatre avec lequel l'équipe vient d'engager un partenariat de longue durée. Tout comme Mulhouse et Montrouge, Jeune Création s'adresse principalement aux jeunes artistes de tous bords mais, là où Mulhouse recrute à la sortie des écoles européennes et où Montrouge privilégie la French touch, Jeune Création a décidé de prendre une orientation résolument internationale. Ces dernières bénéficient par ailleurs toutes les deux de la proximité de la place parisienne qui draine une scène abondante manquant cruellement



de débouchés d'envergure. Toutes deux initient des partenariats avec des écoles invitées (Montrouge) ou avec des structures curatoriales (Jeune création). L'une comme l'autre entendent favoriser l'émergence des jeunes artistes en leur permettant de rencontrer les professionnels du milieu ainsi qu'un public concerné. Les différences de taille se situent principalement dans l'organisation qui permet aux lauréats des années précédentes de rentrer dans le dispositif de sélection de l'édition future pour Jeune Création, là où le salon de Montrouge fonctionne avant tout sur l'équipe constituée autour de son fondateur. Enfin, une autre différence fondamentale tient aussi dans les projets de développement de Jeune Création qui souhaite ouvrir un centre culturel en grande banlieue avec une orientation résolument citoyenne là où Montrouge n'envisage pas spécialement de projet de ce genre mais plutôt la fixation du salon en ses terres de proche périphérie.

Prier sur des plateformes spécialisées dans l'émergence en revivifiant des structures obsolètes ou en créant de nouvelles de toutes pièces semble une option assez peu risquée en cette époque où l'affluence des jeunes artistes sur les scènes française et européenne n'a jamais été aussi forte et les filières de sortie aussi peu développées, d'où le succès d'une manifestation comme Montrouge. Encore faut-il avoir suffisamment d'audace, d'habileté ou d'ambition pour produire de véritables tremplins. Encore faudrait-il également que ces initiatives s'accompagnent de véritables réflexions sur la signification profonde de ces phénomènes sans minorer les risques d'instrumentalisation pour les jeunes artistes. Aussi les dispositifs de l'émergence ne peuvent-ils bien s'appréhender que dans une globalité qui interroge et revalorise la place des différentes structures, des écoles d'art, en premier lieu, jusqu'à l'ensemble que constituent les réseaux associatifs, les centres d'art et autres fonds régionaux d'art contemporain qui exécutent ce travail de fond depuis des années sans forcément en retirer les lauriers; ceci dans le but de replacer le « travail de l'art » et des jeunes artistes non plus uniquement dans des perspectives de marché ou d'événementialité mais aussi de développement et d'infiltration de l'art dans la société.

57^e Salon de Montrouge, œuvres de / works by Claire Trotignon.

57^e Salon de Montrouge, scénographie de / scenography by Matali Crasset, œuvre de / work by Jean Hubert.

57^e Salon de Montrouge, scénographie de / scenography by Matali Crasset, œuvre de / work by Cyril Verde.

Photos: Fabrice Gousset.

1. Il faut toutefois nuancer cette remarque: le lauréat de la biennale se voit décerner une bourse de 15 000 euros, ce qui est une somme plus qu'honorable pour débuter une carrière d'artiste...
2. La biennale a distingué entre autres Morgane Tschiember, Aurélien Froment et Julien Nédélec.

The Paths of Emergence I: Salons



"Emergence" is probably the word most often encountered when you peruse press releases about local scenes, and seasonal and biennial events regularly held in France's major cities, as well as bulletins about major group shows in venues as popular as the Palais de Tokyo and the Museum of Modern Art, in Paris. Since the 2000s, emergence in France has become a space for private, public and mixed organizations to assert themselves in, organizations which have taken it over in order to promote art that is new, novel and hitherto unseen—as opposed to recognized and well established activities. The young artist is seen as a precious merchandise to be identified, pampered and promoted in the best possible conditions.

Per se, emergence is neither good nor bad: it is an almost "natural" phenomenon conveyed by the arrival on the market, with each new season, of new growth which will invigorate, and/or re-invigorate, a scene that has aged by a year. Accompanying emergence, in this case, also seems to indicate that the gardener's gesture of staking up young plants will guide their development. Perhaps what is also involved is "intergenerational empathy", with the elders worrying about the lot of the rising generation?

These on the face of it disinterested desires may nevertheless hide other challenges which have nothing to do with things artistic. With cities, for example, emergence increasingly represents an image-related challenge which is part of a more global strategy of dynamism and influence. Nowadays it is hard to imagine that a city, major or minor, can do without an art scene worthy of the name: emergence is the clue to a city's sound bill of health, and the absence or presence thereof indicate its capacity—or not—to hatch talents but

also attract new ones. Artistic emergence might well be understood from a sporting viewpoint, where it is a matter of "pushing" young artists the way young athletes are pushed to ever higher feats, with the goal of creating high-performance teams. But this analogy swiftly comes up against its limits in the respective definitions of the two fields of activity. Pushed to its utmost, a competitive vision of emergence encourages clinging to the values of commercial society and nudges art production towards more spectacular and "visually effective" dimensions, to the detriment of more reflective and critical practices. It also leaves aside the line of thinking about the fact of knowing if there is a "good age" for art, by favouring a system of lightning emergence closely followed by a just as rapid disappearance of former prodigies, without really trying to analyze the causes, or trying to learn from them. This is very particularly true for France where, with one or two notable exceptions, the best artists tend to disappear after far too brief careers, and without managing to break through beyond France's borders.

The three organizations that we have decided to examine here display relatively clear positions in their desire

to serve the “cause” of young artists. They all appeared at different times and in different contexts, and they differ in both the spirit and the letter of the way they work.

Between 9-12 June 2012, the City of Mulhouse organized Mulhouse 012, its tenth exhibition of young talent nurtured by advanced European art schools. Created in 2001, and becoming biennial in 2008, this show is the only one of the three here in question to be a municipal brainchild, under the auspices of the city's cultural director. The discourse is quite straightforward: for Mulhouse, which has an important art school, and a brand new art centre, and is above all close to the world's largest contemporary art fair, the creation of this biennial devoted to young artists complies with a very clear logic, which is to root the city in a European dynamic, which its geographical situation allows it to lay claim to. Furthermore, it is setting itself up in the position of launchpad for post-graduates looking for visibility as they finish their education, with the Basel Fair acting as a luxury hook for bringing the wealthy clientele from Basel—as they parade past during the magic week in the very rich aisles of the “first fair”—into the orbit of the Haut-Rhin capital, damaged by the litany of disasters caused by post-industrialization. The concomitance is actually suffering somewhat from the comparison: to divert the flow of Art Basel visitors, it is not enough to set up a biennial for young artists at the same time as the fair; it would be better to create a spirit of real cooperation between the two cities, which comes to the same thing as saying that Mulhouse will benefit amply from its closeness to Basel the day when it manages to create events of similar magnitude to those proposed by the Rhenish metropolis... Even though it is shrewdly positioned in a slot which should explode in the years to come—the one filled by very young European graduates—the young biennial is still struggling to win people over: shortage of wherewithal¹, lack of external communication, lack of a bold setting, absence of synergy with nearby art centres, it falls a little short of its own ambitions, even if the list of prize-winners attests to a real ability to champion particular profiles.²

The Salon de Montrouge, for its part, works in a quite different system, starting out from a thoroughly personal initiative: the moribund old salon was no longer promoting anyone other than artists at the dusk of their careers, or people who had been slightly sidelined, when the most determined Stéphane Corréard managed to persuade the Montrouge municipal authorities to let him take over the reins just four years ago. He presided over several things—the creation of a “college” made up of the cream of France's critics to form the jury; carte blanche for the star designer Matali Crasset for the sets and scenery; and the publication of a stout all-encompassing volume acting as a catalogue—and the salon duly underwent a serious face-lift. In no time, “Montrouge” made its mark in the galaxy of emergence, becoming an obligatory stop for beginners who, for the most part, make their first steps in the Paris art world in this neat and tidy Paris suburb. Over and above self-satisfied discourses on the entomologist's spirit necessary for identifying the best candidates, Montrouge's success involves one or two effective recipes and above all a local context, with open access conditions and the possibility of fruitful encounters. So if

the salon's success has to do, fifty percent, with the adroitness and fluency of its mentor, it also owes it to an obvious factor which had not yet become plain for all to see: each new season ushers in its cohorts of new graduates and other candidates for the artist's profession, whereas the contemporary art world has not managed to create its “network” for those leaving school. The Montrouge version of the salon complies with an almost sociological brief which is to square off a population of artists selected by a group of experts against their future interlocutors: the horde of dealers, gallery owners, curators, directors of art centres and museums all seeking out new talent. What is more, the Salon de Montrouge has a typically French side which distances it a little from the selection criteria of the international market, but lends it a comforting dimension. It is nevertheless not certain that this pure French dimension (even if foreigners are welcome) may not, at a certain moment, harm its calling as a springboard, because, more and more, the offer of such an organization must be credible at an international level if it wants to rub shoulders with the “real” emergence; but, above all, Montrouge is a platform directly linked to the Paris and national scene, which it has managed to capture, quite perfectly...

The third and last organization, Jeune Création, came out of Jeune Peinture, an event founded by the painter Paul Rebeyrolle in 1949. Just like Montrouge, Jeune Peinture was beginning to suffer from a serious image problem when the new team took the decision to change its name in 2000, and open the event up to all contemporary art practices. Even if its young directors will sometimes deny it, Montrouge appears to be the great competitor, the goal to be outstripped. These two organizations could hardly be more different: on the one hand, a resolute manager who is capitalizing on his name and his keen knowledge of the milieu to boost the development of the Montrouge label; on the other, a team of young artists whose names are not even known, a veritable democracy of decision-making which is incarnated in a regular turnover of the team in place. The contrasts do not stop here, either: Jeune Création is run by artists who are acquainted, from the inside, with the needs of artists to try and meet their aspirations. No trendy settings, either, to keep the buzz going: communication and settings alike are produced in-house and on a volunteer basis. The salon evolves from place to place, having successively occupied the Palais de Tokyo, the MNAM, La Villette, and, more recently, the Centquatre, with which the team has just struck up a long-term partnership. Just like Mulhouse and Montrouge, Jeune Création mainly addresses young artists of every hue but, where Mulhouse recruits people as they leave European schools, and where Montrouge favours the French touch, Jeune Création has decided to adopt a decidedly international tack. These last two organizations also benefit from their proximity to the Parisian forum which taps a busy and crowded scene cruelly lacking in sizeable outlets. Both are starting up partnerships with invited schools (Montrouge) and curatorial organizations (Jeune Création). Both intend to encourage the emergence of young artists by enabling them to meet people professionally involved in art circles, as well as a concerned public. The differences in scale are to be

Vue d'exposition / Exhibition view
Jeune Création 2012. Centquatre.
Paris.

CLAUDIA IMBERT
Le Garage, 2010.
Blue Ray HD, 2'25, boucle /loop.
© Claudia Imbert. Lauréate
du prix Jeune Création 2011
/2011 prizewinner.



SIMON NICAISE
Souffre, 2009.
Allumettes / Matches.
115 x 60 x 125 cm.
Courttesy galerie Dominique Fiat.
Lauréat du prix Jeune Création
2009 /2009 prizewinner.



found mainly in the organization which permits prize-winners from previous years to become part of the selection process for the future Jeune Création show, precisely where the Salon de Montrouge functions above all around the team formed about the person who relaunched the place. Lastly another basic difference also crops up in Jeune Création's development projects, keen as it is to open up a cultural centre in the outer suburbs of Paris with a determinedly citizen-based orientation, whereas Montrouge is not specially envisaging any project of this ilk, but rather aiming to establish and root the salon on its turf in the inner outskirts.

Placing bets on platforms specializing in emergence by re-invigorating obsolete structures, and/or by creating new ones from scratch, seems to be a not very risky option in this age when the upsurge of young artists in French and European art scenes has never been so marked, and the networks for students leaving schools has never been so poorly developed, whence the success of an event like Montrouge. It is still necessary to have enough daring, skill and ambition

to produce real springboards. And it is still necessary for these plans to be accompanied by real lines of thinking about the deep-seated significance of these phenomena, without downplaying the risks of exploitation for young artists. So the systems of emergence can indeed only be grasped in an overall picture which questions and enhances the place of the different organizations, from art schools, first and foremost, to all the other structures which form associative networks, art centres and regional art collections which have been carrying out this essential task for years, without necessarily gleaming their just desserts; and this with the aim of repositioning the “labour of art” and young artists no longer solely with an eye on market prospects, or other factual situations, but also with an eye on developing art and helping it find its way into society.

1. This observation needs qualifying, though: the biennial prize-winner is awarded a scholarship of 15,000 euros, which is a more than honourable sum to kick off an artist's career with...
2. The biennial has awarded prizes to, among others, Morgane Tschiember, Aurélien Froment and Julien Nédélec.