

Francesco Vezzoli



l'art en mode 24h chrono

Parodie de fête baroque infusée dans la peoplemania post-moderne, le 24h Museum, créé par Francesco Vezzoli avec le stararchitect Rem Koolhaas en guise d'anti-cocktail pour célébrer la réouverture de la boutique parisienne de Prada, a affiché, comme son nom l'indique, une durée de vie strictement limitée.

Connu pour ses portraits brodés au petit point de Veruschka comme pour avoir fait dialoguer son propre buste en marbre avec celui d'Apollon lors de l'exposition inaugurale de la Fondation Prada à Venise, Francesco Vezzoli ne cesse d'entrelacer de façon unique ses thèmes fétich(ist)es. Si le télescopage temporel, le glam et la célébrité médiatique sont ses matières premières cultes, force est de constater que l'auto-fiction lui permet de contourner, en équilibriste sincère, l'écueil du kitsch. Rencontre avec un artiste inclassable qui définirait volontiers l'art comme la rencontre improbable entre la culture et le divertissement sur une table de coupe signée Prada! Retour sur cet improbable pop up disco qui convoquait, pêle-mêle, les grands bals excentriques du début de siècle et la fête Warholienne; un 24 Hour Museum qui s'est incrusté durablement dans la double mémoire « art » et « branding » de l'époque.

Vous avez créé l'événement avec le « 24h Museum », un musée éphémère à la durée de vie strictement limitée, comment est né ce projet ?

La notion d'éphémère m'a toujours intéressé. Par le passé, j'avais déjà créé un parfum (« Greed ») ou une campagne électorale (cf. le film « Democracy avec Sharon Stone et Bernard-Henri Levy) qui n'existaient pas. Le 24h Museum a été exactement construit sur le même type de structure conceptuelle, puisqu'il s'agissait de célébrer l'ouverture d'un musée qui n'existait pas (alors que la réouverture concomitante de la boutique Prada de la rue du Faubourg Saint Honoré célébrée par cette performance artistique inédite était, elle, bien réelle, Ndlr!). Nous avons donc « produit » un musée en associant le bâtiment le plus fantastique de Paris - le Palais d'Iéna, siège du conseil économique et social - avec l'architecte le plus fantastique de l'époque, Rem Koolhaas. Nous avons choisi un artiste (Francesco Vezzoli himself, Ndlr), peut-être pas le plus fantastique car la réputation des artistes se font et se défont en temps quasi-réel mais bon... Puis nous avons créé la structure sociale qui accompagne habituellement ce type d'événement promotionnel. Premièrement: un dîner très sélect réunissant les « Diaghilev » de l'époque (Ndlr: soit un mix d'artistes et de people, allant de Roman Polanski à Kate Moss en passant par Marianne Faithfull ou Isabelle Huppert). Deuxièmement: une fête donnant au Palais d'Iéna un parfum glam plus proche de celui qui flottait sur

l'atmosphère (petit-point)人物肖像沃汝莎卡为代表作，同时因在威尼斯普拉达基金会开幕式上将其本人的大理石半身像与阿波罗半身像放在一起展示而名噪一时，弗朗西斯科·维佐里坚持不懈地用自己的独特方式编织他的偶像主题。虽然世俗的冲突、魅惑和媒体名流是他的创作灵感来源，但事实是自我虚构让他像心无杂念的钢索演员，能够避免掉进媚俗的深渊。若要他对艺术下个定义，他会冲冲的称艺术是文化与娱乐在普拉达牌剪辑台上的偶然邂逅！让我们一起来领略这位别树一帜的艺术家的风采！仿佛回到十九世纪末二十世纪初奇装舞会上令人匪夷所思的狂欢盛会，又仿佛是安迪·沃荷（Warhol）的时尚派对，24小时博物馆注定会在人们对艺术与品牌的记忆中留下浓墨重彩的一笔。

您创造的“24小时博物馆”颇为轰动，轰动在于这个昙花一现博物馆的寿命受到了严格限制。这个项目的创意从何而来？

我一直都有创造一些短暂生命事物的想法。我创作过不存在的香水（Greed），也创作过不存在的选举（即电影“Democracy”，由莎朗史通和伯纳德·亨利·列维出演）。这次的24小时博物馆也是出自同样的意识形态，这个创意是为了庆祝一个不存在的博物馆的开幕（同时也是以这种独特的表演形式，作为圣奥诺雷市郊路上的普拉达精品店的重新开业志庆——编者注）。因此我们将巴黎最伟大建筑——经济及社会理事会总部 Palais d'Iéna，与当代最伟大的建筑师雷姆·库哈斯联系起来，由此“创造”一个博物馆。我们选择了一名艺术家（弗朗西斯科·维佐里本人——编者注），他可能不是最棒的，因为艺术家的声名鹊起与名誉扫地只是一夜之间，不过无论如何，我们创造了通常与这类宣传活动共生共存的社会结构。其一：这是一场独一无二的晚宴，汇集了当代的“Diaghilev”们（编者注：指各界艺术家和名流，包括罗曼·波兰斯基、凯特·莫斯、玛丽安·菲舍尔和伊莎贝尔·雨蓓）。其二：这次派对让 Palais d'Iéna 具有了向54俱乐部靠拢的潜质，不再是一个类似现代教堂中殿的地方（让我思如泉涌）。其三：记者招待会——全球大众媒体的重要大弥撒。其四：一个公开开幕式，因为博物馆的目的需要这个。这个24小时的活动可用一句话来概括：筹备24天，1月24日开幕，历时24小时，是喜欢还是厌恶只要24秒便见分晓！实际上，无论是概念还是执行都贯穿着“快速”二字，所以那些雕塑并不算完美，甚至要靠支架才能站立。当然，我的目的本来就不是追求完美，而是要创造一个难得糊涂的时刻。

这一“难得糊涂的时刻”理念如何体现像普拉达

Known for his petit-point embroidered portraits of Veruschka as well as for having displayed a marble bust of himself side by side with one of Apollo at the inaugural exhibition of the Prada Foundation in Venice, Francesco Vezzoli endlessly interlaces his fetish themes in his own unique way. Although temporal clash, glamour and media celebrity are his cult raw materials, the fact is that auto-fiction allows him to avoid, as a sincere tightrope walker, the pitfalls of kitsch. Encounter with an unclassifiable artist who would gladly define art as the improbable meeting of culture and entertainment on a cutting table stamped Prada! Flashback on an improbable disco pop-up event at the crossroads of the great eccentric balls of the turn of the century and Warhol's parties; a 24-Hour Museum that left its mark on the 'art' and 'branding' memories of the time.

You created quite an event with the “24h Museum”, an ephemeral museum whose life duration was strictly limited. How did this project come about?

I have always been interested in the notion of ephemeral things. In the past, I'd already created a fragrance (Greed) and an electoral campaign (cf. the film “Democracy” with Sharon Stone and Bernard-Henri Levy) that didn't exist. The 24h Museum was built following the exact same conceptual structure, since the idea was to celebrate the opening of a museum that didn't exist (whereas the concomitant reopening of the Prada boutique on Rue du Faubourg Saint Honoré celebrated by this unique performance was, for its part, quite real! Editor's note). We therefore “produced” a museum by associating the most fantastic building in Paris – the Palais d'Iéna, headquarters of the Economic and Social Council – with the most fantastic architect of his time, Rem Koolhaas. We chose an artist (Francesco Vezzoli himself, editor's note), maybe not the most fantastic, since the reputation of artists is made and undone almost overnight, but anyhow... Then we created the social structure that usually goes with this kind of promotional event. Firstly: a very exclusive dinner gathering the current “Diaghilevs” (editor's note: meaning a mix of artist and celebrities, from Roman Polanski to Kate Moss, including Marianne Faithfull and Isabelle Huppert). Secondly: a party that gave the



« Self portraits as Appollo del Belvedere's lover »: vis à vis d'un buste d'un Apollon du 17^{ème} siècle et d'un buste de l'artiste, exposés en 2011 à la Fondation Prada de Venise.

Palais d'Iéna a glamorous flair closer to that of the Studio 54 than that of a place that otherwise resembles the nave of a modernistic church (which set my imagination ablaze). Thirdly: a press conference – the essential high mass of mass media in the world we live in. Fourthly: a public opening, since the purpose of a museum demands it. The whole thing over a time period of exactly 24 hours, hence the catchphrase I enjoy using to sum up the event: open January 24th for 24 hours, completed in 24 days, to be loved or detested in 24 seconds! In fact, it is the rapidity in conception and execution that explains why the sculptures weren't perfect – they couldn't stay on their own on their stand! – since my purpose wasn't formal perfection but the creation of a moment of folly.

How can this notion of a “moment of folly” reflect a brand like Prada, which is rather rigorous than eccentric?

It is true that Prada is a serious brand that is in no way crazy! This said, it's a brand that allows people to live their dreams. As far as I'm concerned, my recurring dream was to flirt with Studio 54's dash of madness and Prada gave me the opportunity to make that dream come true with the 24h Museum. I have filled this place, not with the tremors of power, as is usually the case here – the Palais d'Iéna can truly be considered the third chamber in French power after the Senate and the French National Assembly – but with emotions, feeling

这样严谨而中规中矩的品牌？

普拉达的确是一个严肃的品牌，丝毫没有离经叛道的气息！但是这也是一个让人们实现梦想的品牌。就我而言，我始终希望有一天能够玩一把54俱乐部那样的疯狂，普拉达给了我这样的机会，让我通过24小时博物馆将这一梦想化为现实。我让这里充满感动、感情和母性身影，而不是如平常一样只有权力的威慑——Palais d'Iéna可謂是继参议院、国民议会之后法国的第三大权力机构。事实上，每个雕塑都是一位名人的面孔，但是他们的眼睛都是我母亲的！您将24小时博物馆定位为一种“对巴洛克盛宴的诙谐模仿”。那么，把一件雕塑方方正正地摆在楼梯顶上，周身绕着一条借鉴自Facebook的“Like”大型标签，同时您还邀请大家对网友们发布于指定网站的照片进行个性化处理，这是否说明巴洛克风已经吹到了魔力无穷的数码世界？

对我而言，这个项目是与社交媒体亲密接触的难得之机。常常有人指责我只会摆弄社交礼仪、名仕……因此这是我梦寐以求的一次机会，逾百万人关注这一盛会，观看直播，可以说是相当成功。对您而言巴洛克与媚俗有何区别？这个太复杂了；我不是艺术家……我只是喜欢一往无前；这难免有些危险，但我却明知故爱。幸运的是，在24小时博物馆的框架下，我被雷姆·库哈斯“改造”了，让我没有滑向媚俗的深渊！

您喜欢做拼贴。您对于品牌与艺术之间的“拼贴”有何看法？

le Studio 54 que de celui émanant normalement de cet endroit ressemblant à la nef d'une église moderniste (ce qui a enflammé mon imaginaire). Troisièmement: une conférence de presse; grand-messe médiatique incontournable dans le monde dans lequel nous vivons. Quatrièmement: une ouverture au public, vocation muséale oblige. Le tout sur une durée exacte de 24 heures, d'où la formule que je me plais à employer pour résumer cet événement: ouvert le 24 janvier pour 24h, réalisé en 24 jours, à aimer ou détester en 24 secondes! C'est d'ailleurs cette rapidité de conception et d'exécution qui explique pourquoi les sculptures n'étaient pas parfaites - elles étaient incapables de tenir seules sur leur socle! - car mon but n'était pas la perfection formelle, mais la création d'un moment de folie.

Comment cette notion de « moment de folie » peut-elle faire écho à Prada, marque plutôt rigoureuse qu'excentrique ?

Il est certain que Prada est une marque sérieuse et aucunement folle! Ceci dit, c'est une marque qui permet aux gens de vivre leurs rêves. En ce qui me concerne, mon rêve récurrent est de flirter avec la touche de folie du Studio 54 et Prada m'a permis de réaliser ce rêve avec le 24h Museum. J'ai rempli ce lieu, non de vibrations de pouvoir comme c'est le cas habituellement ici - le Palais d'Iéna pouvant réellement être considéré comme la troisième chambre française, après le Sénat et l'Assemblée Nationale - mais d'émotions, de sentiments, de

figures maternelles... D'ailleurs, chaque statue avait le visage d'une célébrité, mais toutes arboraient les yeux de ma mère!

Vous définissez le 24h Museum comme une «parodie de fête baroque», mais avec une statue trônant en haut de l'escalier, ceinturée d'un maxi-sticker «j'aime» directement importé de Facebook, et votre invitation à customiser les photos postées par les internautes sur le site dédié, ne pourrait-on pas avancer que le baroque succombe dorénavant au pouvoir de séduction du digital?

Pour moi ce projet représentait une opportunité sur mesure pour flirter avec les médias sociaux. On me reproche toujours de jouer avec les codes sociaux, les «socialites»... Donc c'était l'occasion rêvée d'être là où on ne m'attendait pas et cela a été un vrai succès puisque plus d'un million de personnes ont suivi la fête en live streaming.

Quelle est, selon vous la différence entre le baroque et le kitsch?

Oh, c'est bien trop compliqué, je ne suis pas un historien d'art... J'aime seulement marcher sur des lignes dangereuses, ce dont je suis bien conscient. Mais heureusement, dans le cadre du 24h Museum, j'ai été «édité» par Rem Koolhaas qui m'a empêché de tomber dans le kitsch!

Vous aimez cultiver le collage. Que pensez-vous du «collage» entre marques et art?

Cela ne me pose aucun problème, d'autant plus que l'argent des grandes marques de mode me semble beaucoup plus propre que l'argent qui innerve parfois le monde de l'art. Les marques de mode gagnent de l'argent grâce à leur créativité, et certaines d'entre elles comme Prada le réinvestissent en finançant la créativité des artistes. C'est plus que respectable, c'est fantastique! En Italie, Berlusconi aussi a gagné beaucoup d'argent. Mais je ne peux pas respecter cet argent car, il n'a jamais produit un seul film qui ait gagné un Oscar, ou un Golden Globe. A contrario, Prada a gagné tous les équivalents mode des Oscars ou des Golden Globes!

Vous considérez-vous comme un artiste lié à une marque?

Je suis assez proche de Miuccia Prada aussi j'ai souvent l'impression de travailler, non pas pour une structure, mais pour une personne. Mais ici, j'ai travaillé pour la marque, puisqu'il s'agissait d'un projet «daté» et spécifiquement lié à l'actualité de Prada».

Et pour cause, l'actualité de Francesco Vezzoli en 2013 continue de s'écrire dans cette veine avec «The Trinity». L'Art, la Religion et le Cinéma représentant le triptyque fondateur de son œuvre, rien de plus logique donc, que de le savoir prochainement exposé sous ce titre explicite dans une triangulation muséale rêvée: le Maxxi de Rome (mai 2013), le MoMa PS1 à New York (automne 2013) et le MOCA de Los Angeles enfin (automne/hiver 2013). Une pièce en trois actes, sans unité de temps ni de lieu, mais fédérée par l'approche iconoclaste si caractéristique de Vezzoli, qui a réussi à transformer le Maxxi en un musée fin de siècle ultra-chargé («Galleria Vezzoli»), a fait traverser l'Atlantique à une authentique église XIX^{ème} du sud de l'Italie pour l'installer dans la cour du MoMa PS1 («The Church of Vezzoli») et a mis en abîme le 7^{ème} art et sa propre passion pour ce médium au MOCA («Cinema Vezzoli»). A voir, absolument.

这对我来说不算什么。在我看来, 那些来自著名的时装品牌的钱, 远比某些人投到艺术界的钱干净得多。时装品牌是靠创意赚钱的, 有的品牌如普拉达还会热心资助艺术家们的创作, 以此进行再投资。不仅是可敬可佩, 而是十分了不起! 在意大利, 贝卢斯科尼也是腰缠万贯。但我对这种的钱毫无敬意, 因为它从未制作过一部荣获奥斯卡或者金球奖的电影, 而普拉达却赢得了时装行业中与奥斯卡和金球奖相当的所有大奖。您觉得自己是不是和某个品牌密不可分艺术家?

我与缪西娅·普拉达女士私交甚笃, 所以我觉得我是在为一个人工作, 而不是一个公司。不过在这件事情上, 我的确是为这个品牌而工作, 因为它是一个有“时效”的项目, 和普拉达的动态有着特殊的关系。

2013年, 维佐里以同样的思路继续他的创作, 新项目名为“The Trinity”(三位一体)。艺术、宗教与电影是他作品的三块奠基之石, 如此看来, 他不久将以这一一直白标题在三个梦幻博物馆举办展览的事情便也合乎情理。这三个博物馆分别是: 罗马Maxxi 博物馆(2013年5月)、纽约MoMa PS1(2013年秋)及洛杉矶MOCA(2013年秋冬)。一个持续三场的表演, 没有统一的时间与地点, 但没有区别的是维佐里特有的打破传统的手法。他试图把Maxxi变成一座内容丰富的世纪博物馆(“Galleria Vezzoli”, 维佐里艺廊), 在大西洋彼岸的MoMa PS1的庭院里架起一座纯正的19世纪南意大利教堂(“The Church of Vezzoli”, 维佐里教堂), 再为MOCA创作一件可以无数次重复的作品, 以此表达他对电影摄影艺术的敬意, 以及他对这门艺术的热爱(“Cinema Vezzoli”, 维佐里影院)。绝对不容错过。

Par Anne-France Berthelon

English version by Sylvie Froschl

Chinese version by Thomas-Hermès Agency

and maternal figures... As a matter of fact, each statue had the face of a celebrity but all of them had my mother's eyes!

You define the 24h Museum as the “parody of a baroque party”, but with a statue standing squarely at the top of the stairs, encircled by a maxi “Like” sticker imported directly from Facebook and your invitation to customize the photos posted by the internautes on the dedicated website, doesn't it suggest that baroque seems to now have made way for the seductive powers of the digital world?

For me, this project was a made-to-measure opportunity to flirt with social media. I am regularly accused of playing only with social codes, with socialites... It was, therefore, the dream opportunity to be where I wasn't expected and it was a true success since over a million people followed the party, streaming live.

What is, for you, the difference between baroque and kitsch?

Oh, this is much too complicated; I'm not an art historian... I simply enjoy walking the line; it's somewhat hazardous but I'm well aware of it. Quite fortunately, in the framework of the 24h Museum, I was “edited” by Rem Koolhaas, who prevented me from toppling over into kitsch!

You enjoy cultivating collages. What do you think of the “collage” between brands and art?

I have no problem whatsoever with that, especially since the money coming from renowned fashion brands seems far cleaner to me than the money sometimes poured into the world of art. Fashion brands make money thanks to their creativity and some of them, like Prada, reinvest it by financially supporting the creativity of artists. It's more than respectable, it's fantastic! In Italy, Berlusconi too has made a lot of money. But I cannot have any respect for this money, for it has never produced a single film that won an Oscar or a Golden Globe. Prada, on the other hand, has won all the fashion industry equivalents of the Oscars and Golden Globes!

Do you consider yourself as an artist tied to a brand?

I am fairly close to Miuccia Prada, so I often have the impression that I am working for a person, not a structure. Here, I did work for the brand, since it was a “dated” project, specifically connected to Prada's current news.

In 2013, Francesco Vezzoli's current news continues in the same vein, with “The Trinity”. Art, Religion and Cinema being the founding triptych of his body of work, it is quite logical then to see that he will soon be exhibiting under this explicit title in a triad of dream museums: Rome's Maxxi (May 2013), NewYork's MoMa PS1 (Fall 2013) and Los Angeles' MOCA (Fall/winter 2013). A play in three acts, without unity of time and place, but united by Vezzoli's characteristic iconoclastic approach. He has managed to transform the Maxxi into a heavily-filled end of century museum (“Galleria Vezzoli”), to have an authentic southern Italian 19th century church cross the Atlantic and be installed in the MoMa PS1's courtyard (“The Church of Vezzoli”) and created an infinitely repeated composition as a tribute to cinematographic art and his own passion for it for the MOCA (“Cinema Vezzoli”). A must-see, absolutely.



« 24 h Museum »

Installation éphémère réalisée par Francesco Vezzoli et AMO, avec le soutien de Prada au sein du Palais d'Iena à Paris le 24 janvier 2012 pour une durée exacte de 24h. Ici, une gigantesque cage de néons rose fluo sert d'écrin pop aux « statues vèzzoliennes »...

Courtesy of Francesco Vezzoli