

MARTIN LE CHEVALLIER

La stratégie du râteau

Qu'est-ce que la *stratégie du râteau* ? C'est la méthode politico-artistique que Martin Le Chevallier a décidé d'adopter. Elle consiste à échouer avec constance et bonne humeur.

Pour sa nouvelle exposition à la galerie Jousse Entreprise, il présente trois séries d'œuvres fondées sur un humour du ratage et de la catastrophe. Il nous invite ainsi à le rejoindre hors du monde, hors du temps, hors de l'économie...

Mais que faire dans une galerie si l'on s'affranchit de l'économie ? C'est l'un des paradoxes de cette exposition et c'est le sujet de **Obsolete Heroes**. Produite pour une exposition au Jeu de Paume*, cette série met les collectionneurs au défi : pourriez-vous acheter une œuvre qui ne vous survive pas ? Qui ne passera pas plus de deux hivers ? Ces portraits de « héros de l'obsolescence programmée » sont en effet aussi peu durables qu'une imprimante ou qu'un bas nylon. L'artiste fournit à l'acheteur une garantie d'un an. Passé ce délai, il prévient que l'image prendra bientôt feu spontanément. Chaque fois que son propriétaire la contempera, ce sera donc peut-être la dernière.

Deuxième série : **Ici, autrefois**. Lors du premier confinement, l'artiste voit dans les commerces fermés parce que « non essentiels », une utopie soudainement réalisée. Il place alors des cartels pour nous éclairer sur ces activités révolues : « Ici, autrefois, on coupait les cheveux des gens. », « Ici, autrefois, on achetait des vêtements sans en avoir besoin. », « Ici, autrefois, on vendait nos regards. »... La ville devient alors un musée de l'ancien temps, un témoignage d'une époque étrange où l'on se faisait arracher les poils, insoler la peau et où l'on achetait des chimères.

La troisième série est celle qui met véritablement en œuvre la *stratégie du râteau*. Depuis plusieurs années, Martin Le Chevallier collectionne les **Projets refusés**. Après qu'on lui eut refusé plusieurs projets pour des motifs non avoués, il a en effet décidé de faire de l'inacceptable une spécialité. Il propose à l'Institut français de vendre son pavillon à la biennale de Venise, à Audi de s'excuser pour ses moteurs truqués ou à la République en Marche d'installer des dispositifs anti-SDF sur ses ronds-points pour mieux se prémunir des gilets jaunes... Et les refus sont au rendez-vous. Proposition après proposition, ce succès inversé ne se dément pas. Et si par malheur, l'un de ses projets était accepté, la victoire serait une consolation.

Par une rhétorique du renversement, du retour à l'envoyeur, l'exposition *La stratégie du râteau* fait ainsi l'éloge du joyeux ratage et des héros fatigués : les constructeurs d'ampoules, les glorieux médaillés, les commerces non essentiels, les moteurs diesel, le nucléaire français, le plein emploi, le thermocapitalisme, le patriarcat, etc.

* *Le Supermarché des images*, 2020, Paris.