

Communiqué de presse
Zurich, 14 février 2008

Le Kunsthaus Zürich présente «Europop»

Du 15 février au 12 mai 2008 le Kunsthaus Zürich présente des chefs-d'œuvre du pop art européen, regroupés autour des thèmes «consommation», «spectacle», «médias» et «loisirs». L'exposition l'atteste: le Pop Art n'est pas une invention américaine.

L'exposition «Europop» suit avec attention les attitudes et les formes d'expression artistiques des années 50 et 60 de Londres, où le terme de Pop Art a été inventé en 1955, à Milan, en passant par Paris et Düsseldorf. Avec plus de 80 œuvres de grande qualité venant de plus de 10 pays européens, le Kunsthaus Zürich documente la puissance contemporaine d'une des tendances artistiques les plus intenses et influentes du 20^{ème} siècle.

IL N'EXISTE PAS DE VÉRITABLE «EUROPOP»

De part et d'autre de l'Atlantique, des artistes ont commencé au milieu des années 50 à se pencher sur le monde des mass media. L'attitude vis-à-vis de ce nouveau thème et la façon de l'aborder par des d'artistes européens tels que Sigmar Polke, David Hockney, Niki de Saint Phalle ou Gerhard Richter font l'objet de l'exposition, conçue par les curateurs Tobia Bezzola et Franziska Lentzsch. Cette riche vue d'ensemble, réunissant des œuvres provenant de collections publiques et privées, montre la grande diversité d'attitudes individuelles, spécifiques au milieu ou au lieu, vis-à-vis des thèmes spécifiques au pop: «consommation», «spectacle», «média» et «loisirs».

C'EST L'ATTITUDE QUI COMPTE

Comme pour Dada, son ancêtre en histoire de l'art, ce n'est pas de technique, de forme ou de style dont il est question dans le Pop Art, mais avant tout d'une attitude. Il y a là d'abord une attitude simplement naïve d'émulation admirative, puis un traitement ironique et parodique de l'univers des affiches murales et des magazines sur papier glacé; à cela viennent s'ajouter des commentaires critiques et subversifs ou une attitude à nouveau empreinte de cynisme exploitant les formes d'expression de l'art commercial.

LE POP EST LE PRODUIT DE L'INTERNATIONALISATION

L'apparition du Pop Art est le symptôme d'une influence et d'une dépendance réciproque toutes nouvelles entre l'Europe de l'Ouest et les Etats-Unis après la deuxième guerre mondiale. Les productions artistiques des deux continents atteignent à cette époque un niveau de proximité qui était impensable

auparavant. La culture de masse américaine devient une arme dans la guerre froide: les films d'Hollywood, les juke-boxes, les bandes dessinées et les disques de rock'n'roll sont bientôt, en France, en Allemagne et dans tous les autres pays de l'Europe de l'Ouest, aussi familiers que les tableaux des peintres américains, qui sont exposés de plus en plus souvent dans les musées. Cette vague d'américanisation s'exprime dans un art qui porte sur la tension entre l'ancien et le nouveau monde. Le fait que l'expression soit utilisée pour la première fois à Londres ne doit rien au hasard. Pop n'est pas une invention américaine, l'exposition en apporte la preuve. Les historiens d'art mettent ceci en évidence dans leurs contributions: pas d'Europop sans culture commerciale américaine, pas de Pop Art américain sans l'avant-garde (Dada, surréalisme) de l'ancien monde. Le Pop Art est un effet secondaire de la large fusion culturelle de deux continents.

DES ARTISTES EUROPÉENS VENUS DE PLUS DE DIX PAYS

Dans l'éventail de l'art pop européen, des œuvres des artistes suivants ont été sélectionnées: Thomas Bayrle, Peter Blake, Pauline Boty, KP Brehmer, Erró, Öyvind Fahlström, Franz Gertsch, Domenico Gnoli, Richard Hamilton, David Hockney, Alain Jacquet, Allen Jones, Jean-Jacques Lebel, Konrad Lueg, Eduardo Paolozzi, Peter Phillips, Michelangelo Pistoletto, Sigmar Polke, Martial Raysse, Gerhard Richter, Mimmo Rotella, Niki de Saint Phalle, Peter Stämpfli, Wolf Vostell. Quelques œuvres remarquables de Andy Warhol, Tom Wesselmann et Roy Lichtenstein soulignent la dualité des courants pop des deux côtés de l'Atlantique.

PUBLICATION

Un catalogue est publié à l'occasion de l'exposition (Dumont, 316 p., env. 160 ill.). Les auteurs de cette publication bilingue allemand-anglais (Tobia Bezzola, Walter Grasskamp, Catherine Grenier et John-Paul Stonard) dépassent la définition commune de l'art Pop européen. Ils plongent le regard sur le Pop Art allemand et anglais, analysent l'œuvre de Richard Hamilton et se consacrent à l'art du Nouveau Réalisme, auquel le Pop Art a beaucoup emprunté. La publication est en vente au magasin du Kunsthaus au prix de CHF 65.-.

Une contribution du Credit Suisse à la culture – Partenaire du Kunsthaus Zürich.

MÉDIATION ARTISTIQUE ET ATELIERS POUR TOUTES LES GÉNÉRATIONS

Visites guidées publiques pour adultes (en allemand): le dimanche à 11h, le mercredi à 18h30

Visites guidées privées: inscription au numéro: +41 (0)44 253 84 12 (lu-ve 9h-12h)

Ateliers pour enfants et adolescents (en allemand):

«Poppige Welt/Un monde pop» (à partir de 7 ans)

Mercredi 20 février, 10h30-15h.

«Meeting Europop!» (à partir de 12 ans)

Samedi 23 février, de 10h30 à 15h et mercredi 12 mars, de 13h30 à 17h.

Inscriptions et informations supplémentaires sur le montant de la participation et le matériel sous www.kunsthhaus.ch ou au numéro 044 253 84 84.

INFORMATIONS VISITEURS

Kunsthhaus Zürich, Heimplatz 1, 8001 Zurich, www.kunsthhaus.ch

Horaires d'ouverture: sa/di/ma 10-18h, me-ve 10-20h

Jours fériés: Pâques 20-24 mars, Ascension 30 avril/1^{er} mai, Pentecôte 10-12 mai: 10-18h.

Entrée: CHF 18.- / 12.- (tarif réduit) / 14.- (Groupes à partir de 20 personnes).

Réservations

Billets combinés RailAway/CFF avec réduction sur le billet de train et l'entrée au musée. En vente dans les gares et auprès de Rail Service 0900 300 300 (CHF 1.19/min.), tarifs de groupes possibles. Magasins Fnac, Tél. +33 1 4157 3212, www.fnac.ch.

Pour plus d'informations et du matériel photographique

Kunsthhaus Zürich

Kristin Steiner, Presse et communication

kristin.steiner@kunsthhaus.ch

Tél. +41 (0)44 253 84 13