
ENTRISME*

au pays des Surfers

* ON SE PERSUADE ~~COMME~~ COMME ON PEUT

"SOMETIMES THEY ASK YOU TO BE
MORE MATURE THAN YOU ARE"
NIC VON RUPP

"VOIR ÉVOLUER LES REQUINS TE DONNE UN
SENTIMENT D'HUMILITÉ"
CHARLY MARTIN

"ON COMMENCE ENFIN À NOUS CONSIDÉRER
COMME DES ATHLETES!"
NAUM ILDEFONSE

L'histoire que vous vous apprêtez à lire est une histoire simple, celle d'une grande marque de sport internationale qui envahit un marché qu'elle n'a pas encore à son palmarès.

L'histoire que vous vous apprêtez à lire est une histoire compliquée, celle d'un artiste qui accepte de collaborer avec une grande marque internationale pour dénoncer la récupération de son art par celle-ci.

L'histoire que vous vous apprêtez à lire n'a rien à voir avec tout ça. C'est une histoire de rencontre, de confrontation de deux mondes. Pardon de trois mondes.

D'un côté une grande marque de sport internationale, représentée par une bande de joyeux lurons, organisateurs mais aussi hôtes exceptionnels d'un événement marketing bien ficelé digne de notre époque.

De l'autre un artiste de la culture "street" de la première génération, entendez par là issu du skateboard et de la rue, invitée par la marque en question à une collaboration artistique dans un univers très différent du sien, celui du surf.

Et au milieu, trois jeunes surfers en vogue, qui avec leurs jolis minois et leurs talents incontestables étaient les égéries de la marque le temps d'un été.

Tout ce joli monde se côtoie quotidiennement dans une grande maison en bord de mer à Hossegor, définitivement la ville la plus "surf" de France.

L'objectif de Nike était un triple objectif:

1 - recréer une maison de surfers, ou donner l'illusion d'entrer dans l'intimité des trois stars du moments: Naum Ildfonse, Nico Von Rupp et Charlie Martin.

2 - faire de cet endroit le lieu incontournable de l'été à destination de la cible identifiée: les jeunes vacanciers (attention aujourd'hui un jeune peut avoir jusqu'à 35 ans) venus pour la plupart à Hossegor pour la passion de la vague ou pour son lifestyle.

3 - incarner la coolitude de la marque, à coup de soirée et de concerts privés au bord de la piscine, de projections de vidéos de surf sur le grand écran du salon, de baskets à customiser et à gagner, de tee-shirt, freesbie et autres goodies... Et pour ça, rien n'est laissé au hasard. La maison, retapée à neuf est digne d'une colocation dans un style "loft story" à la plage. Les jeun's viennent bronzer et draguer sur les transat en buvant des Vitamin Water, le dernier drink à la mode,

avant d'aller "catcher les waves". Ils squattent les ordis de la cuisine et facebookisent avec tous leurs friends, se prennent en photo dans les toilettes, checkent les magazines dans les canap' trop confortables, jouent au flipper, et rendent visite à l'artiste Artus de Lavilléon qui a installé son atelier au sous-sol.

La joyeuse team Nike semble s'amuser.

Les surfers enchainent les compétitions et les gagnent.

Et Artus travaille à ce fanzine, oui, celui-là même que vous tenez entre vos mains.

Il y fait part de ce voyage au pays des surfers, de ce monde un peu surfait, de celui des marques et celui des beaux gosses bronzés qui ont eu très jeune la chance de tout avoir.

Mais voilà, Artus est embêté, confus. En bon artiste, il se pose tout un tas de questions existentielles (lire page xx). Sans cesse les mots tournent dans sa tête « les marques, le skate et pas le surf, l'argent, la télé-réalité, la publicité... ». Comment témoigner de la vie, quand elle n'est pas la vraie vie justement ? Comment parler de sa rencontre organisée avec des surfers qui ont la belle vie et vingt ans de moins que lui ? Qu'en tirer ? « Pas grand chose » dira-t-il dans une interview. Car oui, ces jeunes vivent pour leur passion, de leur passion, et quand ils ont un moment de libre, ils kiffent écouter du bon son et faire la fête avec leurs copines. Pour eux, le débat porte sur la mer, la qualité de la vague et la force du vent et rien d'autre.

Artus avait choisi Entrisme*, un terme un peu compliqué à comprendre pour ce fanzine, un rien ostentatoire, et puis il a bien été obligé d'admettre au contact des organisateurs notamment, que tout cela avait un côté bon enfant et sacrément humain. Celle qui, sourire et regard chatoyant en toute circonstance s'occupaient comme personne des jeunes surfers sponsorisés, mais aussi son coéquipier qui mettait les foules en délire un soir de concert, prêt à slamer sur la foule pour donner le ton et surtout mettre de l'ambiance. Ce soir là, au bord de la piscine, alors qu'un dj se préparait à monter sur scène pour faire son set, il disait justement à Artus « Regarde autour de toi, est-ce que tu vois un signe Nike quelque part ? », Artus sourit « non ». « Alors tu vois c'est pas trop corporate ! » Clin d'œil.

Jessica Piersanti, Hossegor. Samedi 25 août 2010.

* *L'entrisme est une stratégie d'organisation qui consiste à faire entrer de manière concertée des membres d'une organisation dans une autre organisation aux idées proches, mais concurrentes. Le terme entrisme est intrinsèquement lié à l'histoire du léninisme et du trotskisme, mais est aussi employé depuis lors pour décrire des pratiques du même ordre (infiltration, noyautage, etc.).*



IL FUT UN TEMPS
OU PORTER DES
MARQUES
MAINSTREAM
ÉTAIT TRÈS MAL VU
DES MILIEUX
ALTERNATIFS

COMME D'AVOIR UN PASSÉ DE ROLLER CHEZ LES
SKATERS PAR EXEMPLE...

... MAÏS LES TEMPS ONT BIEN CHANGÉS.

POUR BEAUCOUP DE MES AMIS (ET MOI-MÊME?)
TRAVAILLER POUR DES GROSSES COMPAGNIES - SI
POSSIBLE INTERNATIONALES - ÉTAIT DEVENU LE
SYMBOLE DE LA COOLITUDE ABSOLUE.

AVOUERAIIS-JE QUE JE NE SAVAIS PAS TROP QUOI EN PENSER - MÊME SI
JE ME PRÉTAIS BIEN AU JEU -



EN PLUS MES POTES NE ME
PARLAIENT PLUS QUE DE SURF, DE SURF,
DE SURF... BREF, ON VIEILLISSAIT.

IL ÉTAIT DIRECTEUR MARKETTING (OU UN TRUC COMME ÇA)
CHEZ NIKE ET AVAIT UN LOOK DE
LOULOU PAS POSSIBLE...



DÉTENDS-TOI
ARTUS... TU
BOSSES POUR
NOUS
MAINTENANT!

- TOUT VAT TRÈS
BIEN SE PASSER...

"BIZAREMENT," JE N'EN
DOUTAIS PAS UN SEUL INSTANT.

LES GENS DE NIKE AVAIENT ORGANISÉ UNE PETITE FÊTE POUR CÉLÉBRER LA VICTOIRE ~~DE~~ D'UN DE LEURS RIDERS QUI VENAIT DE GAGNER LE LACANAU PRO JUNIOR.



ILS ÉTAIENT ~~DE~~ EXTREMEMENT (LE MOT EST CHOISI) FIERS "D'AVOIR MISÉ SUR LE BON CHEVAL"

MEME LES CHEVEUX DÉCOLORÉS

IL AVAIT TOUT ... ET SELON SES PROCHES
LE MÉRITAIT...



NIC VON RUPP M'AVAIT EXPLIQUÉ QUE "LES
BOARDS ÉTAIENT COMME DES PANNEAUX
PUBLICITAIRES" ET DEMANDÉ DE LUI FAIRE UN
GRAPHIQUE QUI N'EMPIÈTE PAS
SUR ~~LE~~ LE NOSE ~~DE~~ DE SA PLANCHE...



QUELQU'UN D'AUTRE
M'AVAIT DIT QUE PLUS
LES STICKERS DES MARQUES ÉTAIENT
HAUTS SUR LA PLANCHE, PLUS ILS ~~COÛTAIENT~~ COÛTAIENT
CHER AUX SPONSORS!



POUR NAUM ILDEFONSE
L'ARRIVÉE DE NIKE DANS L'UNIVERS
DU SURF ÉTAIT BÉNÉFIQUE CAR ELLE
~~OUVRAIT LE MARCHÉ~~
ET CASSAIT LE TRUST (LE MOT N'EST PAS DE LUI)
DES MARQUES IMPLANTÉES DEPUIS DES
ANNÉES - ET PERVERTIES PAR LEUR
POUVOIR...

C'ÉTAIT LA PREMIÈRE FOIS QUE
MON CHAT VOYAIT LA MER...



DÈS MA PREMIÈRE LEÇON JE M'ÉTAIS MIS DEBOUT



QUEL
SPORT À
LA CON !

← PETITE MOUSSE DE 3 CM

JE NE SAVAIS PAS,
SI C'ÉTAIT L'INTÉRÊT
OU LA MORPHOLOGIE QUI
ME MANQUAIENT LE PLUS...
CE N'ÉTAIT PAS L'ENDURANCE
EN TOUT CAS

LE SOIR, APRÈS UNE
SESSION DE SKATE DE PLUS,
J'AVAIS TOUJOURS EU AUTANT DE
MAL À M'ENDORMIR

IL ÉTAIT ART CURATOR POUR NIKE, EX
RÉDACTEUR EN CHEF D'UN MAGAZINE DE
STREET CULTURE, ET EN TRAIN
DE MONTER SA BOÎTE



LE JOUR
OU JE
RENCONTRE
UNE FILLE AVEC
DES JORDAN
1...

JE
L'ÉPOUSE!

À 36 ANS, IL SE
GOMINAIT LES CHEVEUX PLUS QUE
JAMAIS... MON AMI GUILLAUME LEGOFF. ARTUS2010.

NOUS VIVONS À UNE ÉPOQUE OU IL ÉTAIT DE PLUS EN PLUS DIFFICILE DE SAVOIR CE QUI ÉTAIT DE L'ART "AUTHENTIQUE" OU PAS.



BEAUCOUP DE VISITEURS
COMPARAIENT MON INSTALLATION
AU SEIN DE LA MAISON NIKE
A LOFT STORY

DOIS-T-ON RÉELLEMENT SE RÉSOUDRE
À CROIRE QUE L'ART NE DÉPEND QUE DE
COMMENT ET OÙ IL EST MONTRE ET
FINALEMENT MOINS DU POURQUOI QUE DU
COMBIEN ÇA COÛTE...

CE QUI EST LE PLUS ÉTRANGE DE PRATIQUE DU SKATEBOARD



CHARLIE



NAUM



NI

ANGE, C'EST QU'APRÈS 28 ANS
ON NE M'AIE JAMAIS DEMANDÉ DE
DESIGNER
DE BOARDS
ALORS QU'EN
SURF...



61



NIC2



ANTJAVR

MA MAUVAISE ~~REPUTATION~~
RÉPUTATION SANS DOUTE...

UNIQUE

ENTRISME...
ENTRISME...
QUI VEUT
ENTRISME

LE FANZINE
GRATOS
D'HOSSEGOR

← Not the
Average
Guy (he wish)

ATTENTION
CELI'N'ESTPAS UNE PUBLICITE



ARTUS 2010



Quand Nike m'a demandé de travailler pour eux, je me suis demandé « doit-on et peut-on travailler pour une marque sans perdre son intégrité artistique », sans trouver la réponse. Aussi subversif soit-on, qu'est-ce qui est le plus fort de la marque ou de nous, comment se fait-on récupérer et pourquoi. Bref, comme souvent, je tournais en rond. Pour moi, faire reste une nécessité supérieure, et peu importe l'endroit où l'on fait à partir du moment où l'on garde son intégrité, justement, et c'est exactement ce que l'on me proposait : « Une résidence d'artiste dans une maison de surfer sur la côte Basque ».

En 10 jours, je devais réaliser un fanzine, puis une expo, sur ce que j'avais ressenti de l'univers du surf durant mon séjour, et installer « un atelier d'artiste » avec mes œuvres qui donne à la fois à Nike une image cool, et leur permette, par le biais de cette pièce, de communiquer sur leur coolitude. Devais-je accepter sachant que la plupart des idées sur le comment venaient de moi et des séances de « brainstorming » que j'avais faite avec mon ami Guillaume Legoff qui m'avait proposé ce projet. Qu'allait dire mon public alors que je venais aussi de faire des illustrations pour une banque. Qu'est-ce qui était le pire d'ailleurs pour un mec comme moi, tatoué jusqu'à la main et en constante rébellion, censé représenter une certaine alternative, à la fois à l'art contemporain, et à la pub – serais-je plus que jamais considéré comme un vendu ?

Et puis il y avait l'argent, l'argent, la thune, le flouze, le pèze, le cash, comme nous avait un jour crié un vendeur de tomates à Barbès ; l'argent et la perspective de superbes vacances à la mer avec ma copine et mon chat, la rencontre d'un nouveau public et la confrontation avec un nouvel univers.

Dans le camion, tandis que nous descendions, puis plus tard avec un ami nous avons beaucoup parlé de ça (et d'autre chose). Ma copine me disait souvent que je me trompais de chemin, mais mes plus belles expositions avaient souvent eu à voir avec des collaborations avec des marques : l'épicerie tout d'abord où j'avais installé une galerie dans un magasin de vêtements que j'avais co-créé, puis mon installation dans les vitrines du printemps, une autre galerie dans une autre boutique, la mode des « concept stores » à laquelle j'avais participé, une performance assez violente où je m'étais enfermé dans un stand à tee-shirt opaque de dimensions réduites en face de la peinture « consumérisme », pendant 15 jours, dans un autre grand magasin, et tant d'autres choses.

J'aimais construire des cabanes et des univers, m'exposer (ou me cacher – voir même détruire des œuvres) aux yeux d'un grand public soi-disant non éduqué, et plus le temps avançait plus je trouvais juste cette confrontation et moins les galeries en fond de cour qui ne sont finalement que des espaces de vente pour une élite méprisante.

Ici j'entend Jessica me dire : « mais tu caricature tout Artus ».

Hier, nous nous sommes enfui de la maison Nike et des « ~~œuvres~~ ^{jeunes} à Casquette et chemise à carreaux » pour aller à Bilbao voir la sublime exposition consacrée à Anish Kapoor, dont la production et la mise en œuvre avait du coûter très cher, et j'ai pensé à cette phrase de Brancusi qui décrivait les artistes contemporains comme des gens « qui fonctionnent comme des boîtes de prod de cinéma avec assistants » etc. (je cite de mémoire) et ajoutait « que ça ne l'intéressait pas ».

Si je déteste les galeries (mais doit bien faire avec pour vivre et reconnais leur utilité et souvent la passion de leurs directeurs – ma galeriste est une grande galeriste et une femme fantastique), j'ai une fascination pour les musées où se massent une foule hétéroclite et curieuse. La dernière étape de la vie de l'artiste – et la raison de l'art posthume ?

Au dernier étage, il y avait les Clutch de Robert Rauschenberg, des déchets ramassés ici et là et exposés comme des œuvres d'art (à la Arman) – ses dernières œuvres. Dans un coin une petite vidéo montrait Rauschenberg en train d'expliquer qu'il avait voulu donner une deuxième vie à ces objets oubliés, devenu par sa main le symbole d'une crise américaine et d'une peinture à la recherche d'elle-même. Puis une autre vidéo montrait les ballets pour lesquelles ces œuvres avaient servi de décor. Va savoir pourquoi, j'étais très ému, sans doute le côté dérisoire de tout cela.

Je ne me compare pas à ces artistes, où plutôt je le fais tout le temps. Comment devient-on un grand artiste ? Robert Motherwell, un autre grand américain, parle d'intégrité, d'authenticité et de sincérité, j'ai envie de répondre vérité, nécessité intérieure et rapport avec l'autre et son époque – « donner forme à l'espace qui nous sépare », « s'approprier des évidences ».

Beaucoup comparent mes installations à Loft Story – j'avais commencé à m'exposer dans des vitrines en parlant de Pornographie quelques mois auparavant. Créer des lieux de vie plutôt que des lieux d'art. Qu'est-ce qui vient avant ? Warhol, ou la télé réalité ? Tout à t-il déjà réellement été fait et quelle importance à l'époque des rééditions, du mixe et après les détournements des années 70. Se réapproprier les choses est aussi une façon de les réinventer, non ?

Il paraît qu'Agnès b. a organisé une exposition de street art avec pour sujet l'entrisme. Je n'ai pas vue cette exposition, et à dire vrai je n'ai pas grand chose à faire du street art – est-il le nouveau pop art ou pas ? est la seule question qui m'intéresse un peu. A quel point les institutions se trompent t-elles en accordant plus de valeur (marchande) au l'art « contemporain » qu'à l'art de rue ? Cela est-il déjà en train de changer ?

Mon problème, c'est que je suis le cul entre deux chaises, j'aime le populaire mais suis paraît-il souvent trop dur à comprendre, ou alors je n'arrive pas à m'exprimer face aux élites qui me demandent de justifier mon amour de « la rue », donc, le plus souvent j'essaye de me taire ou bafouille des inepties plus fortes que moi. On me parle beaucoup de ma naïveté aussi. Alors je vole des phrases, me réapproprie des situations, des photos (que je décalque), des moments. Sur un papier je note une phrase qui virevolte durant une discussion « évoluer dans le bon sens est aujourd'hui devenu une nécessité commerciale pour les marques qui s'exposent sous le feu de la rampe ». Mes fameux lieux communs. Ma nouvelle et future série de peinture.

Comment devient-on un grand artiste ?

Certainement pas en faisant des petits dessins en tout cas !

Artus à Hossegor, Août 2010



ELLE TROUVAIT
QUE MON ~~UNIVERS~~
UNIVERS ÉTAIT
TROP ENVAHISSANT
ET QUE JE
RESSASSAIS
TOUJOURS LA
MÊME
CHOSE...

MAIS
C'ÉTAIT ~~MA~~
~~MA~~
TOUTE MA
VIE ET JE
NE VOYAIS
PAS COMMENT
LA CHANGER.

COMME BEAUCOUP DE "SURFERS" J'AVAIS
ACHETÉ UN BRACELET
EN PLASTOQUE...
HORS DE PRIX

POUR
L'ÉQUILIBRE
ET MIEUX
DORMIR

C'ÉTAIT LA
GRANDE MODE
DE L'ÉTÉ
YEAH!

humilité
RESPECT
I OPORTET
RESLER E
ITEM MINVI

®



IL ÉTAIT PROF DE SURF MAIS NE SURFAIT
PLUS BEAUCOUP EN DEHORS DE SES HEURES
DE COURS...



QUAND TU
VOIS L'ENVERS
DE CE MIEUX
C'EST ASSEZ FLIPPANT
...

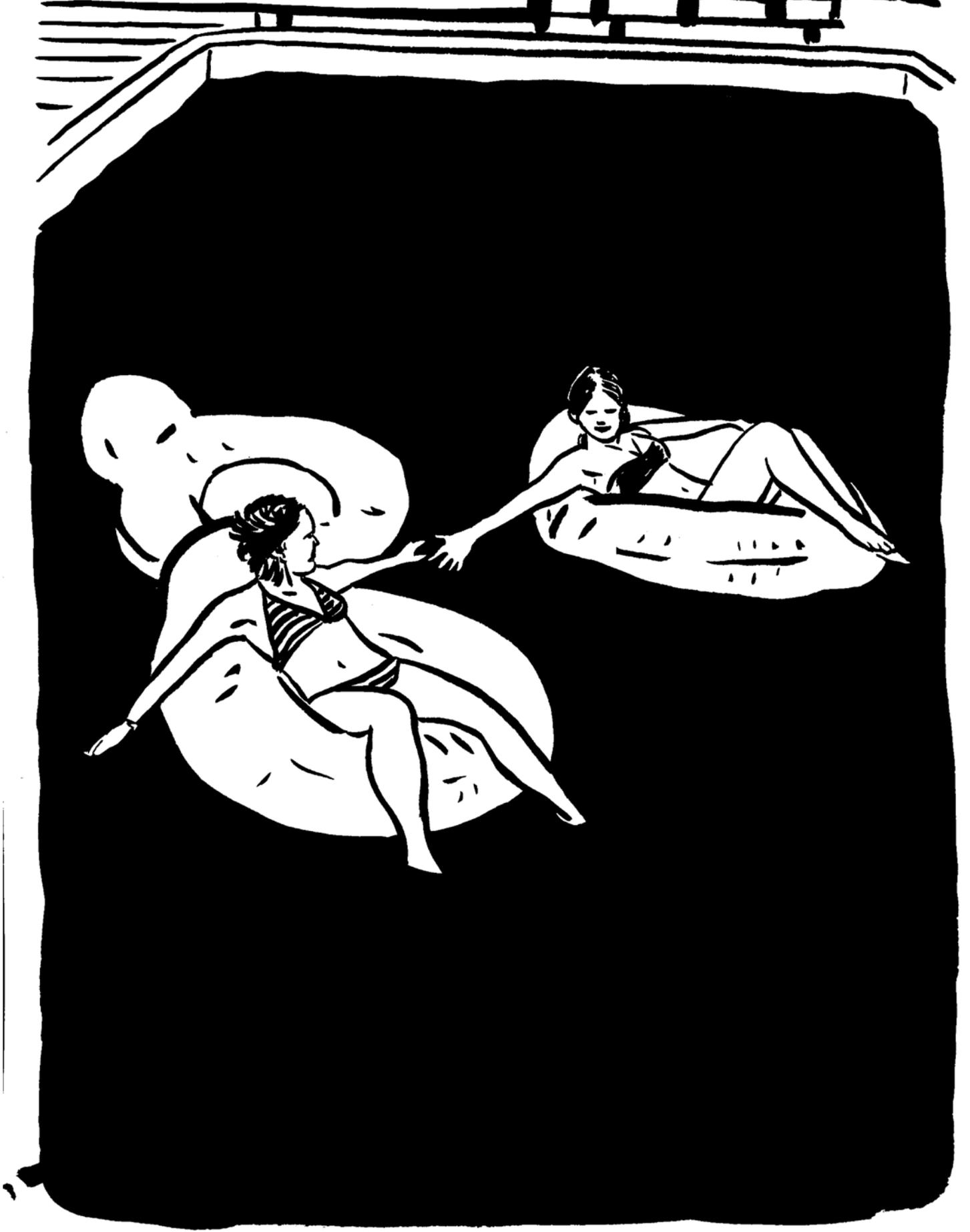
MAIS J'AIMÉ TOUJOURS
AUTANT ALLER
À L'EAU!

J'AVAIS ADORE SON  SOURIRE.

LA RÉALITÉ DU SURF, POUR BEAUCOUP,
C'ÉTAIT AUSSI CELLE-LÀ...



PENDANT CE TEMPS-LÀ



POUR NE PAS FAIRE DE JALOUX, ~~JE~~
~~JE~~ J'AVAIS DÉCIDÉ DE FAIRE UNE BOARD À
CHACUN DES RIDERS DU TEAM SURF 6.0 DE NIKE. EN
ÉCHANGE JE LEUR AVAIT DEMANDÉ D'ESSAYER DE ME

TROUVER UNE VIEILLE BOARD POUR
M'EN FAIRE UNE AUSSI, C'EST À PEINE
SI J'AVAIS EU DES REMERCIEMENTS...
MÊME SI ILS AVAIENT L'AIR ASSEZ
HEUREUX QUAND JE LEUR FILAIT LES
PLANCHES,
MAIS COMMENT
SAVOIR ?



← VIEUX SKATEUR
RABAT JOIE.

LE PROBLÈME
"QUAND ON A TOUT" L'EST
QU'ON FINIT PAR OUBLIER
LA VALEUR DES
CHOSSES...

D'AUTANT ~~PLUS~~ PLUS QU'ILS N'AVAIENT ~~UN~~ SANS DOUTE RIEN
DEMANDÉ.

IL Y AVAIT BIEN PLUS DE RAPPORT ENTRE
LES SURFERS ET LES SKATEURS QUE JE NE
VOULAIS BIEN L'ADMETTRE...



ORMIS LES BURGERS, LES
VIDÉOS, ET LES CASQUETTES
EN ARRIERE, JE VEUX DIRE...
CELA DIT, MAMEUF PRÉFÉRerait QUAND MEME LES SURFERS...
"MOINS VIOLENT" - QUEL MONDE JE VOUS JURE !

IL ÉTAIT ~~UN~~ ~~UN~~
AUTOENTREPRENEUR. POUR LUI, L'HISTOIRE
DE LA CHAUSSURE ~~SE~~ SEMBLAIT
IMPORTANTE.



ELLE ÉTAIT ATTACHÉE DE PRESSE



NOUS PARLIONS (TROP) SOUVENT ~~DE~~ DU PEU
D'INTÉRÊT QUE POUVAIT AVOIR LA ~~STREET~~ STREET
CULTURE A SES YEUX.



Un ce moment même, je pourrais te regarder le nez dans le nez

La Baye de... dépend...

J'AVOUE
JE SUIS UN
PEU CHIANTE
EN CE MOMENT

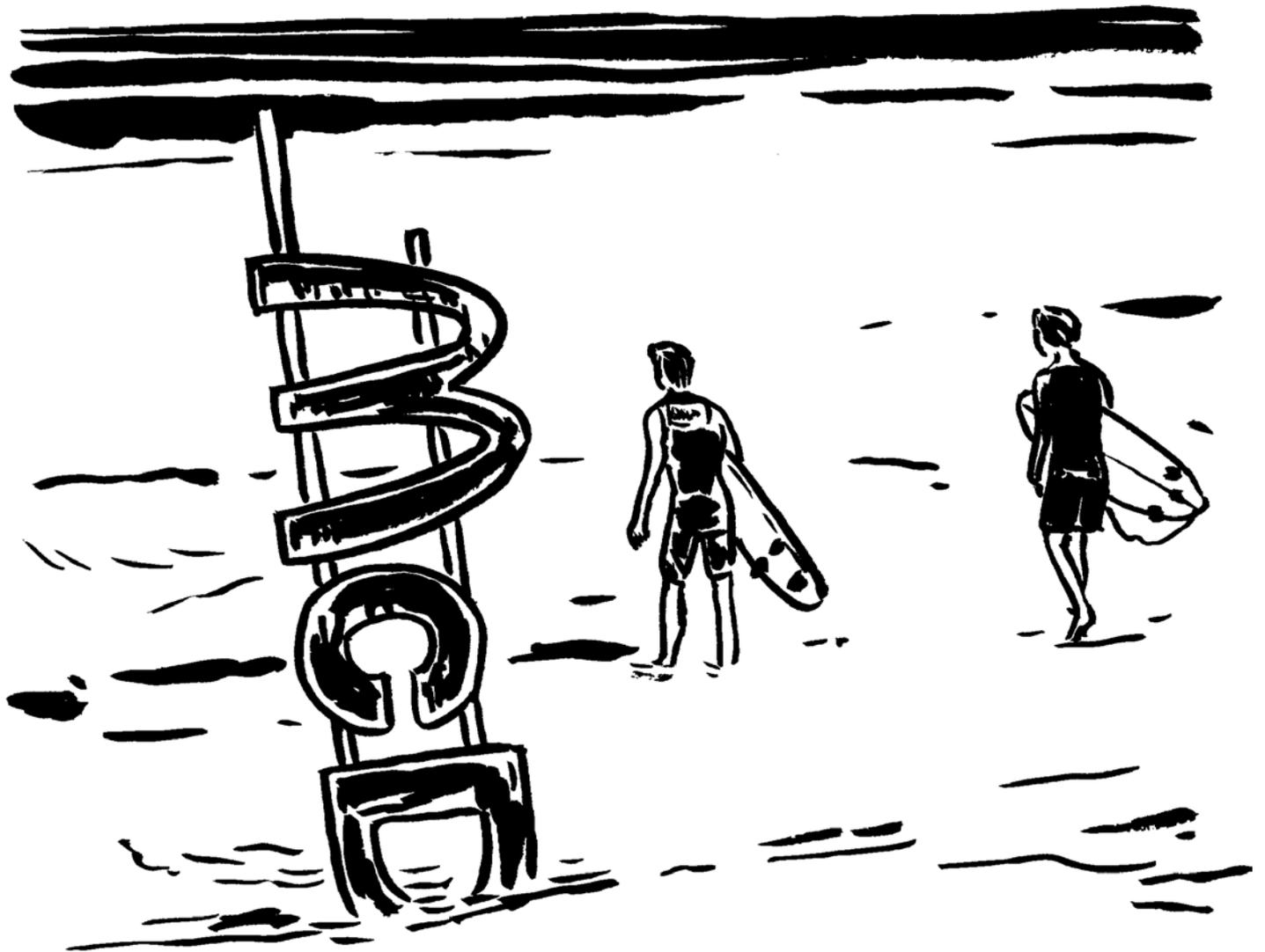
APRÈS
DEATH
CINÉMA?

EXIS
C/H

SKATE OU PAS
SKATE, SURF
OU PAS SURF,
ART OU PAS
ART, JE N'AVAIS
AUCUN DOUTE..

C'ETAIT BIEN ELLE LA FEMME
DE MA VIE

NOUS AVIONS INSTALLÉ LE SIGNE ~~EMBITUMÉ~~
EMBITUMÉ SUR LA PLAGE TANDIS QUE LES
SURFERS, ~~INDIFFÉRENTS~~ INDIFFÉRENTS, CONTINUAIENT
DE GUETTER LEUR VAGUE ALORS QUE LA MER
INDIFFÉRENTE ELLE AUSSI, N'AVAIS JAMAIS ÉTÉ AUSSI PLATE...



C'ÉTAIT LA FIN DE L'ÉTÉ...
LA SESSION DE SURF ALLAIT
ENFIN COMMENCER.



APTUS 2016

ET JE ~~RE~~ RENTRAIS À PARIS, PLUS HEUREUX QUE JAMAIS
~~QUAND~~ PUTAIN - LE SURF C'ÉTAIT VRAIMENT PAS
MONTRUC, QUAND ~~JE~~ A LA STREET ~~PAR~~
CULTURE !!

SO LONG BRO, SO LONG. J'EN CONNAIS QUI ALLAIENT ENCORE DIRE QUE JE ME LA PÉTAIS... À TOIT OU À RAISON?