



## Communiqué de presse

6 juillet 2015

# The EY Exhibition: The World Goes Pop

Du 17 septembre 2015 au 24 janvier 2016

Tate Modern, Eyal Ofer Galleries, Niveau 3

Ouvert tous les jours de 10h00 à 18h00 et jusqu'à 22h00 les vendredis et les samedis

Informations pour le public en anglais au +44 (0)20 7887 8888, sur le site [tate.org.uk](http://tate.org.uk), follow @tate

De l'Amérique latine à l'Asie, de l'Europe au Moyen-Orient, **The EY Exhibition: The World Goes Pop** vise à démontrer comment des artistes du monde entier s'emparèrent du Pop Art. Remettant en question l'historiographie traditionnelle liée au Pop Art, cette exposition, présentée à partir du 17 septembre 2015 à la Tate Modern de Londres, vise à montrer comment différentes sphères culturelles ont directement contribué et réagi à ce mouvement artistique. L'exposition réunit un ensemble d'environ 160 œuvres des années 1960 et 1970 dont beaucoup sont exposées pour la première au Royaume-Uni.

Le Pop Art est généralement considéré comme un phénomène purement anglo-américain, une réflexion commune mais non conflictuelle sur la culture consumériste moderne, à laquelle sont associés des artistes tels qu'Andy Warhol ou Roy Lichtenstein. À contrario de ce récit, l'exposition met en lumière les autres filiations du Pop Art en les reliant à des événements clés de l'époque qui ont souvent été délaissés par l'Histoire de l'art. Elle vise notamment à rappeler que le Pop ne s'est pas réduit à une simple célébration du consumérisme occidental mais qu'il développa bien plus souvent une réflexion subversive afin d'alimenter une critique et des mouvements protestataires à travers le monde entier.

En réaction à la domination du marché et à celle des médias dans l'Amérique de l'Après-guerre, le Pop Art se développa dans de nombreux pays et communautés en tant que force de déstabilisation ouvertement politique. **The EY Exhibition: The World Goes Pop** montre comment les artistes ont utilisé ce langage visuel en vue d'en contester les fondements capitalistes tout en jouant de ses qualités graphiques et de son attractivité visuelle. À titre d'exemple, l'exposition présente notamment la sculpture *Bombs in Love* (1962) de l'artiste autrichien Kiki Kogelnik ou les logos commerciaux détournés de l'artiste Boris Bucan dans l'ex-Yougoslavie.

Les personnages de blondes des comic-books ou autres mannequins publicitaires sont devenus des icônes pop mais l'exposition met également en lumière les recherches de nombreuses autres artistes femmes qui développèrent des visions alternatives liées à la femme et à son corps. Celui-ci s'avérant bien plus complexe et bien plus incarné comme en témoignent les organes digestifs bariolés de la sculpture *Glu, Glu, Glu* qu'exécuta en 1966 l'artiste brésilienne Anna Maria Maiolino ou la découpe des peintures corporelles de la slovaque Jana Zelibska ou celles de l'argentine Delia Cancela. **The EY Exhibition: The World Goes Pop** présente ainsi une sélection de très nombreuses artistes femmes qui jouèrent un rôle clé dans le mouvement parmi lesquelles : Evelyne Axell, Eulalia Grau, Nicola L, Marta Minujin ou Martha Rosler qui visaient notamment dans leur travail à remettre en cause la distribution traditionnelle des rôles ainsi que la domination masculine développée par les canons du Pop Art.

RELATIONS POUR LES MÉDIAS :

**FOUCHARD  
FILIPPI**  
COMMUNICATIONS

FOUCHARD FILIPPI COMMUNICATIONS

[hello@fouchardfilippi.com](mailto:hello@fouchardfilippi.com)

+ 33 1 53 28 87 53 / + 33 6 60 21 11 94

[www.fouchardfilippi.com](http://www.fouchardfilippi.com)

Le Pop Art est souvent associé au consommateur hyper-individualisé et à l'image de l'icône de la star aliénée mais les artistes pop ont aussi souvent utilisé la foule en tant que puissant symbole de la culture contemporaine. Aux antipodes des images iconiques d'une Marilyn ou d'un Elvis, les *American Interiors* (1968) de l'artiste islandais Erró dépeignent des hordes de travailleurs chinois envahissant des foyers occidentaux tandis que *Multitude* (1968) du brésilien Claudio Tozzi ou *Concentration or Quantity Becomes Quality* (1966) illustrent l'énergie moderne et l'antagonisme des foules. D'autres artistes encore établirent une synthèse entre leur iconographie culturelle traditionnelle et celle du Pop, mixant une imagerie contemporaine avec les pratiques artistiques locales. L'exposition présente de nombreux exemples de ces variations à travers le globe, depuis les capots de voiture décorés de Judy Chicago aux tables colombiennes peintes de Béatriz Gonzalez en passant par les versions « pop » d'estampes japonaises du 19ème siècle par Ushio Shinohara.

## NOTA BENE

***The EY Exhibition: The World Goes Pop*** est le fruit d'un partenariat de trois ans entre EY et la Tate. L'exposition vient à la suite de ***The EY Exhibition: Paul Klee - Making Visible*** à la Tate Modern en 2013, de ***The EY Exhibition: Late Turner - Painting Set Free*** à la Tate Britain en 2014 ainsi que de ***The EY Exhibition: Sonia Delaunay*** que la Tate Modern présente jusqu'au 9 août 2015. Ce partenariat vise à soutenir les ambitions de la programmation artistique de la Tate Modern et de la Tate Britain; le soutien d'EY s'étendant aussi à la Tate Liverpool, à la Tate St Ives et à un grand nombre de partenaires du programme Plus Tate à travers toute la Grande-Bretagne. Ce partenariat, annoncé en juillet 2013, fait d'EY fait l'un des plus grands mécènes d'entreprise de la Tate.

## Selon Martin Cook, Managing Partner Commercial, Royaume-Uni & Irlande d'EY

« Souvent considéré comme un phénomène purement occidental et principalement américain, cette extraordinaire exposition démontre brillamment que le Pop Art fut un mouvement planétaire. Elle met en lumière des acteurs clés ignorés jusqu'à présent par l'Histoire de l'art qui utilisèrent le Pop pour exprimer leurs propres cultures par le biais d'une utilisation délibérée de symboles commerciaux. Nous sommes extrêmement fiers d'apporter notre soutien à l'exposition *The EY Exhibition: The World Goes Pop* dans le cadre du EY Tate Arts Partnership. Chez EY, nos collaborateurs à travers le monde entier, aide nos clients à bénéficier de l'apport des nouvelles innovations internationales. Et chez EY, nous avons à coeur de célébrer le talent, la diversité et l'inventivité de nos collaborateurs qui, à leur tour, soutiennent notre engagement en vue de bâtir un monde du travail meilleur ».

## EY

EY est un leader mondial dans le domaine du consulting. L'expertise et la qualité de nos activités de conseil aide à construire la confiance qui soutient les marchés de capitaux et les économies du monde entier. Nous formons des experts de premier plan qui s'unissent afin de tenir les engagements qui sont les nôtres auprès de nos interlocuteurs. Ce faisant, nous participons activement à la construction d'un monde du travail meilleur pour nos collaborateurs, pour nos clients et pour nos communautés.

EY est la dénomination de l'entité mondiale qui comprend un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, chacun ayant une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, entreprise britannique ne fournit pas de conseil à ses clients. Pour toute demande d'information complémentaire au sujet d'EY, merci de visiter [www.ey.com](http://www.ey.com).

## RELATIONS POUR LES MÉDIAS :

**FOUCHARD  
FILIPPI**  
COMMUNICATIONS

FOUCHARD FILIPPI COMMUNICATIONS

[hello@fouchardfilippi.com](mailto:hello@fouchardfilippi.com)

+ 33 1 53 28 87 53 / + 33 6 60 21 11 94

[www.fouchardfilippi.com](http://www.fouchardfilippi.com)