



## INVITATION

### Français si vous parliez!

M..... est attendu dans les locaux du .....

pour participer à l'enregistrement de l'émission d'André Bercoff  
"Français si vous parliez!".

Thème du Débat: .....

*Cette invitation est strictement personnelle et individuelle. Si vous souhaitez inviter vos amis, demandez-nous une invitation par personne conviée.*

#### Droit à l'image:

Je, soussigné (e), M. Matthieu LAURETTE  
demeurant 18 me. Tourant  
38.000 Grenoble  
Tel: 7.6.21.30.24

déclare par la présente renoncer à titre gratuit, total et définitif à mon droit à l'image pour l'enregistrement de l'émission "Français si vous parliez" de ce jour, consacrée au débat intitulé: les nouvelles  
de demain  
auquel je participe de mon plein gré et en toute connaissance de cause.

Fait à Grenoble le Mardi 18 Avril 93

Signature:

Important: L'accès au plateau est subordonné à la ratification du présent document.

MATTHIEU LAURETTE PRÉSENTE / MATTHIEU LAURETTE PRESENTS

# FREE SAMPLE DEMIX



DEMO  
COPY

SOMMAIRE / CONTENTS

**PREMIER DEMIX / FIRST DEMIX  
DOCUMENTS (PAGE 1)**

**SI VOUS AVEZ MANQUÉ LE DÉBUT... NAME DROPPING  
IF YOU MISSED THE BEGINNING... NAME DROPPING**

**HUGUES ROYER (PAGE 33)**

**ON NE S'EST PAS DÉJÀ VU QUELQUE PART?  
HAVEN'T WE MET SOMEWHERE BEFORE?**

**ALEXIS VAILLANT (PAGE 69)**

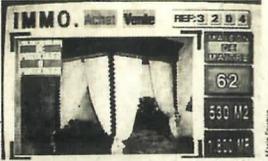
## Les petites annonces se disputent les chaînes câblées en attendant le multimédia

Le marché de la petite annonce s'est emparé de la télévision câblée. Ses deux précurseurs se sont installés par jour sur Paris Première et MCM, mais l'organe déjà du côté du multimédia.

Sur la planète télévisuelle et câblée des petites annonces se bousculent deux prétendants au trône. Deux aspirants marchands de l'offre et de la demande d'emploi, dernier recours pour associations en quête d'associés, pour combos en mal de joueur de triangle. Des cathodiques en achat-vente d'immobilier, automobiles, bicyclettes et patins à roulettes. Avec Contact Télévision (CTV) et Rapido annonces se profile une nouvelle ère pour l'annonce, peut-être visible par un large auditoire, sans contrainte, sans nécessité d'acquiescer un magazine spécialisé et déjaigner ses binocles pour lire trois lignes en dessous. L'annonce a désormais de la gueule, un visuel accrocheur et de la couleur.

« Au Canada existe déjà Vidéotron, un géant de la petite annonce télé, ouvert 24 heures sur 24, et qui fonctionne merveilleusement », précise Sébastien Mayol, directeur commercial de CTV à l'antenne depuis mai 1994. « Bête de Pierre Bellanger, PDG de Sky Rock, a été de se lancer dans une voie similaire ». Le manque de disponibilité dans les méandres du PAF a obligé CTV, au budget de 10 millions de francs, à se serrer sur le réseau de la Lyonnaise Communications (opérateur du câble parisien) visible en guise de hors-d'œuvre sur sa chaîne Paris Première (18h30). Laquelle Lyonnaise, qui récupère un passage 50% du prix des communications surtaxées au téléopérateur, a pris une option sur une partie du capital de CTV.

1700 annonces ont ainsi



Contact Télévision, ou la petite annonce en guise de prélude à la chaîne câblée Paris Première.



Les messages de Rapido Annonces tythent les journées de la chaîne musicale MCM.

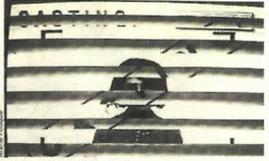
transité sur les antennes durant l'année passée, et le chiffre d'affaire prévisionnel 1995 est estimé à 3 millions de francs. Présentée sur une chaîne parliemane câblée, CTV s'adresse à un auditoire de classe moyenne, voire aisée. Donc: peu de budgets à écouler, plutôt de l'automobile et de l'immobilier de particulier à particulier. Le CSA refusant toute intervention professionnelle dans la vente pour valider son annonce, le payeur s'enferme dans un studio de 20m<sup>2</sup>, les yeux face à la caméra, néons légers sur le visage, pour ne pas transpirer», souligne le réalisateur Jean Giacint. « Il peut à peine tourner en douce, laissant croire aux clients que ceci est un essai. Sinon, ils perdent tous leur moyens ».

Des annonces en de main

Dans le minuscule bureau de Rapido annonces, abrité sous le toit de Canal Horizon (filiale africaine de Canal+), l'écho renvoyé par Tim Newman diffuse sensiblement de ceux de

ville d'adoption, lui rendant un vibrant hommage de vendredi dernier à travers une grande exposition, un colloque avec Anthony Quinn, Francoesco Rossi et Alberto Sordi, et l'inauguration d'une rue à son nom.

Malgré tout, l'essentiel de la soirée Arte demeure en l'état avec la diffusion de « La Strada », merveille réalisée en 1954 et invisible sur le petit écran depuis 1988. Un film qui témoigne du génie visionnaire de Fellini, mais aussi d'une période transitoire de sa carrière ébranlée depuis 1988. Un film qui témoigne du génie visionnaire de Fellini, mais aussi d'une période transitoire de sa carrière ébranlée depuis 1988. Un film qui témoigne du génie visionnaire de Fellini, mais aussi d'une période transitoire de sa carrière ébranlée depuis 1988.



Contact Télévision, ou la petite annonce en guise de prélude à la chaîne câblée Paris Première.



Les messages de Rapido Annonces tythent les journées de la chaîne musicale MCM.

transité sur les antennes durant l'année passée, et le chiffre d'affaire prévisionnel 1995 est estimé à 3 millions de francs. Présentée sur une chaîne parliemane câblée, CTV s'adresse à un auditoire de classe moyenne, voire aisée. Donc: peu de budgets à écouler, plutôt de l'automobile et de l'immobilier de particulier à particulier. Le CSA refusant toute intervention professionnelle dans la vente pour valider son annonce, le payeur s'enferme dans un studio de 20m<sup>2</sup>, les yeux face à la caméra, néons légers sur le visage, pour ne pas transpirer», souligne le réalisateur Jean Giacint. « Il peut à peine tourner en douce, laissant croire aux clients que ceci est un essai. Sinon, ils perdent tous leur moyens ».

Des annonces en de main

Dans le minuscule bureau de Rapido annonces, abrité sous le toit de Canal Horizon (filiale africaine de Canal+), l'écho renvoyé par Tim Newman diffuse sensiblement de ceux de

## TELEVISION 53

Libération - vendredi 20 janvier 1995

### Huis clos palestinien en pleine bande de Gaza

Arte, 20h40, film. COUVRAGE: FEU le premier long métrage de Rachid Masharawi nous fait vivre de l'intérieur la vie d'une famille palestinienne de Gaza, confinée chez elle pendant un couvre-feu de quarante-cinq jours. Toute l'action se passe entre les murs de la maison familiale. L'obligation de rester chez elles ne change pas fondamentalement la vie des femmes. Elles continuent à vaquer à leurs occupations. Les hommes, en revanche, supportent beaucoup plus mal cette réduction. Ils s'ennuient ferme. Les disputes éclatent entre ceux qui veulent en déjouer avec les soldats israéliens et ceux qui, résignés, attendent des jours meilleurs. Les mères tremblent pour leurs fils n'ayant

### L'audience des journaux régionaux de France 3 passée à la loupe

FRANCE 3 A PUBLIÉ cette semaine une étude sur l'audience de ses journaux de proximité, réalisée sur neuf de ses treize éditions locales, et qui place ces dernières, affirme-t-elle, « au premier rang des chaînes » du lundi au vendredi. Ces journaux de proximité sont diffusés au sein du 19/20 sur de grandes agglomérations ou des départements. L'enquête Médiamétrie, réalisée par téléphone en novembre et décembre auprès des téléspectateurs de 15 ans et plus, confirme la bonne santé de l'information de proximité, indique la trois. Selon la chaîne, « la meilleure performance » est celle de France 3 Île-de-France avec 44,6% de part de marché et « plus de 143 000 spectateurs ». France 3 Atlantique (Charente-Maritime) affiche 40,9% de part de marché, France 3 Estuaire (Loire-At-

l'ouest) 46,1%, France 3 Maine 45,3%. France 3 Haute Bretagne (Ile-et-Vilaine) réalise 40% de part de marché « après 126 000 téléspectateurs », tandis que France 3 Côte d'Opale (Boulonnais-Dunkerque) atteint 40,6%. France 3 Tours Soir, le plus ancien des journaux locaux, recueille 40,2% de part de marché, France 3 Europe (Lille-Roubaix-Tourcoing) 35,9% et France 3 Metz 34%. Enfin, évoquant ses nouvelles « pages départementales », lancées en octobre en Franche-Comté et dans le Centre entre 18h58 et 19h04, France 3 affirme qu'elles « s'insèrent en lête des chaînes » à leur horaire, et que leur part de marché soit « plus de 124 000 téléspectateurs » pour la première, et 41,2%, soit plus de 194 000 personnes, pour la seconde. (D'après AFP)

### EN BREF

Radio France Urgences organise un forum du bénévolat. Radio France Urgences, la radio qui veut donner la parole aux « sans voix », aux SDF et aux personnes en situation de grande précarité fête son premier anniversaire. Aujourd'hui et demain, elle organise un forum du bénévolat à la maison de la Radio, de 18h30 à 20h30, où l'on croise une trentaine d'associations, dont le Secours populaire français, le Centre du volontariat, Sol en si, le Numéro vert, sont attendus. Une collecte de postes de radio (avec ou sans moyennes et piles) est organisée. Ils seront distribués par les associations. Radio France Urgences, 335 KJX, 04. 74. 42.88.40.

### LA MARCHÉ DU SIÈCLE

L'émission consacrée au cinquantième anniversaire de la libération des camps de concentration a recueilli, mercredi dernier, 9% d'audience contre 14,6% au match de football TFI et 11,8% au téléfilm de France 2.

« Ce film est un hommage à un homme qui a fait de la télévision un lieu de débat et de réflexion. Il est temps de se souvenir de son œuvre et de son engagement. »

### Radio France Urgences organise un forum du bénévolat

Radio France Urgences, la radio qui veut donner la parole aux « sans voix », aux SDF et aux personnes en situation de grande précarité fête son premier anniversaire. Aujourd'hui et demain, elle organise un forum du bénévolat à la maison de la Radio, de 18h30 à 20h30, où l'on croise une trentaine d'associations, dont le Secours populaire français, le Centre du volontariat, Sol en si, le Numéro vert, sont attendus. Une collecte de postes de radio (avec ou sans moyennes et piles) est organisée. Ils seront distribués par les associations. Radio France Urgences, 335 KJX, 04. 74. 42.88.40.

### LA MARCHÉ DU SIÈCLE

L'émission consacrée au cinquantième anniversaire de la libération des camps de concentration a recueilli, mercredi dernier, 9% d'audience contre 14,6% au match de football TFI et 11,8% au téléfilm de France 2.

# PREMIER DEMIX FIRST DEMIX

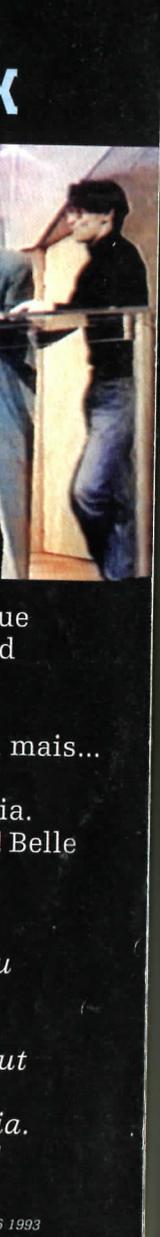


ÉVELYNE LECLERC: Qu'est-ce que vous voulez faire plus tard exactement? MATTHIEU LAURETTE: Artiste. ÉVELYNE LECLERC: Artiste! Oui mais... Peinture, sculpture...? MATTHIEU LAURETTE: Multimedia. ÉVELYNE LECLERC: Multimedia! Belle réponse!

TOURNEZ MANÈGE, TF1 - 16 MARS 1993

ÉVELYNE LECLERC: What do you want to be later exactly? MATTHIEU LAURETTE: Artist. ÉVELYNE LECLERC: Artist! Ok but painting, sculpture...? MATTHIEU LAURETTE: Multimedia. ÉVELYNE LECLERC: Multimedia! Beautiful answer!

TOURNEZ MANÈGE — BLIND DATE, TF1 - MARCH 16 1993



FRANÇAIS.  
*si vous parlez...*



Je passe  
à la télé



*Trou-Trou*  
(Interdit aux hommes)



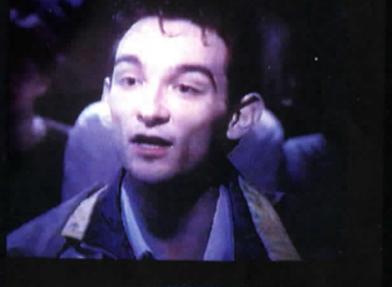
J'Y CROIS!  
J'Y CROIS  
PAS



VINCENT À L'HEURE



SANS  
AUCUN  
DOUTE



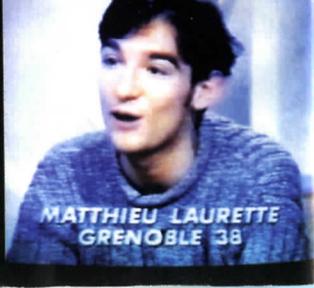
*Rapida*  
ANNONCES



no va



LA GRANDE  
FAMILLE



journal



# NONANTE

MATTHIEU LAURETTE



Exclusif dans votre ville !

# Vivons remboursés!

Invitation

Venez découvrir les produits 100% remboursés

## Toute la presse en parle !



Après le Show room Mangez remboursé Rue Rousselet, Paris (avril 97)



Après la Folie des produits remboursés Parc de La Villette Paris (septembre 97)



**Le camion vitrine\* de Matthieu Laurette à Nantes du 13 au 18 octobre 97**  
Sur une invitation de l'association Entre-Deux

- **Lundi 13 octobre**  
16 h place Saint-Clair
- **Mardi 14 octobre**  
- 11 h place Canclaux  
- 16 h place des Dervallières
- **Mercredi 15 octobre**  
- 15 h rond-point Abel Durand (dit des «Châtaigniers»), à côté du parking de Carrefour Saint-Herblain.  
- 19 h cinéma Concorde
- **Judi 16 octobre**  
- 8 h place Zola (marché)  
- 19 h conférence Maison de quartier des Dervallières
- **Vendredi 17 octobre**  
16 h place Zola
- **Samedi 18 octobre**  
- 8 h place des Dervallières (marché)  
- De 16 h à 19 h au FRAC, 7 rue Frédéric-Kuhlmann (Ancien passage Lavoisier) : **dégustation de produits**

Pour les autres lieux infos quotidiennes au 02 40 71 81 41

\* Ce camion délivrera des informations gratuites.



« Comment faire ses achats remboursés ? »  
Méthode et conseils pratiques par Matthieu Laurette  
Judi 16 octobre, conférence à 19 h, Maison de quartier des Dervallières, 5 rue Auguste-Renoir  
Une dégustation de produits aura lieu à l'issue de la conférence

Entrée gratuite

## Rèvue de presse...

« Désormais au sommet de son art, Matthieu Laurette a décidé de faire profiter les autres de son expérience. »  
Bruno Cot. VSD, 25 septembre 1997

« Pour faire des économies y'a plus d'une idée dans la tête à Matthieu. »  
Valérie Maitresse. Je passe à la télé, France 3, 16 mai 1996.

« Matthieu Laurette a créé, en cette période de crise, un principe d'économie légère, une sorte de « sécurité sociale alimentaire. »  
Clarisse Hahn. Omnibus, juillet 1996.

« Matthieu Laurette, vous êtes le roi du coupon-réponse. »  
Julien Coubet. Sans aucun doute, TF1, 21 mars 1997

« Demain, on mange gratis ! »  
Pascale Kremer. Le Monde, 16 mai 1997.

« Ce consommateur est un fin stratège, les marques proposent de rembourser les produits, lui il les prend au mot. »  
Caroline Marie. Journaux télévisés France 2, 13 h et 20 h, 16 mai 1997.

« Matthieu Laurette, 26 ans, chasse depuis 4 ans les produits remboursés. »  
François De Guillebon. Réponse à tout, août 1997.



Vu à la télé



VENEZ DÉCOUVRIR LES PRODUITS  
LORS D'UNE VISITE GUIDÉE  
DE SUPERMARCHÉ (SUR INSCRIPTION)  
TÉL 02 40 71 81 41

« Attention, n'oubliez pas : un ticket de caisse par achat remboursé. »

## Menu remboursé\*

(pour 2, 3 personnes)

Mini-pizzas apéritif surgelées Brossard

Lasagnes à la bolognaise surgelées de Marie

Vache qui rit « Ail et fines herbes »

Glaces bâtonnets Lion X 4

Boissons :

Bière « La réserve de Maître Kanter »  
(à consommer avec modération)

Café instinct décaféiné Carte noire

Dans vos supermarchés et hypers habituels recherchez les produits suivants. Puis pour chacun inscrivez vos noms, prénoms et adresse et « je souhaite le remboursement du timbre » sur une feuille, collez votre ticket de caisse avec le prix du produit entouré, joignez un RIB, les pizzas et-disco ou et envoyez aux adresses indiquées.  
**24 mini-pizzas apéritif surgelées Brossard**, 275g (23,75 F\*\*), joignez le code barre N° 3 498428 100056 avant le 01/03/98 à : Opération Brossard Mini-Pizzas - BP 216 000 13853 Aix-en-Provence.  
**Lasagnes à la bolognaise surgelées de Marie**, 1kg (36,20 F\*\*), joignez le code barre N° 3 248890 083900 avant le 31/03/98 à : Marie remboursé cedex 3273 - 99327 Paris cedex.  
**La vache qui rit Ail & fines herbes**, (7,95 F\*\*), joignez le code barre N° 3 073780 823067 avant le 31/12/97 à : Achat remboursé ail et fines herbes - La vache qui rit Sogec gestion 91426 Morangis.  
**Glaces bâtonnets Lion X 4** (12,50 F\*\*), joignez le code barre N° 3 03321 0001823, inscrivez les raisons de votre insatisfaction avant le 31/07/98 à Confiseur Gervais Sogec Gestion 91426 Morangis cedex.  
**Bière la réserve de Maître Kanter**, 65cl (6,95 F\*\*), recopiez le code barre 3 080210 007379 avant le 31/12/98 à Maître Kanter - 1° achat remboursé LPV 89 515 Véron cedex.  
**Café instinct décaféiné Carte noire instantané**, bocal 100g (29,95 F\*\*), joignez le code barre N° 3 108440 002466 avant le 31/12/98 à ODR Carte Noire Instinct 1° achat remboursé - BP 69 - 62246 Noyelles-sous-Lens cedex.

\*Attention pour ce menu il n'est pas nécessaire de trouver les produits avec les emballages porteurs des offres de remboursement si les N° de code-barres sont identiques.  
\*\*Prix moyen constaté.

## Comment faire ses achats remboursés ? Conseils pratiques :

Depuis plusieurs années les offres promotionnelles **100% remboursé, ce produit gratuit, 1° achat remboursé, Satisfait ou remboursé**... prolifèrent dans les magasins. Avec un peu d'organisation et de recherches il est possible de réaliser des économies importantes, voire de se nourrir gratuitement.

**Comment les repérer ?**  
Ces offres sont la plupart du temps signalées en gros sur l'emballage : stickers, encarts, étiquettes spéciales, collerettes sur les bouteilles... A vous de les repérer au fil des rayons. **Ces offres sont, pour la plupart, limitées dans le temps, faites donc bien attention aux dates.** Certaines offres sont valables sur tous les emballages d'autres uniquement sur les emballages porteurs de l'offre (points à découper, encarts...).

**Comment les payer ?**  
Attention, à la caisse pensez à demander un ticket par article, réglez donc séparément chaque article, (la plupart des marques vous demandent l'original du ticket de caisse, pas de photocopies ni de tickets découpés).

**Les preuves d'achats**  
Les marques demandent généralement de renvoyer :  
Le code barre ou une partie bien précise (encart, sticker...) de l'emballage et le ticket de caisse sur lequel vous entourerez le prix et parfois la date avant de le renvoyer.

**Le remboursement**  
La majorité des remboursements se fait par virement bancaire un mois à un mois et demi après votre envoi, c'est pourquoi il faut joindre généra-

lement un RIB que vous demanderez à votre banquier ou détacherez dans votre carnet de chèques. Photocopiez-les pour en avoir d'avance. (Pour les CCP il s'agit d'un RIB)  
Cependant, certains remboursements se font par lettre-chèque que vous recevrez à votre domicile.  
**Attention : ces offres sont limitées à une par foyer** (même nom, même adresse et souvent même banque, même numéro de compte), si vous voulez donc acheter plusieurs fois le même produit utilisez par exemple le compte de votre ami(e) ou faites varier les adresses et les comptes si c'est possible (compte professionnel, adresse de vacances...)  
Si vous êtes une femme mariée, utilisez un compte à votre nom de jeune fille.

**Les frais d'envoi**  
Ils sont souvent remboursés (au tarif lent 20 g) mais ce n'est pas systématique.  
Les marques spécifient parfois remboursement du timbre sur demande. N'hésitez pas à demander : **Veuillez SVP me rembourser le timbre.**

**Satisfait ou remboursé**  
Pour les offres Satisfait ou remboursé on vous demandera souvent d'expliquer les raisons de votre insatisfaction (parfois un nombre de lignes est imposé : par ex. 5 lignes minimum, écrivez donc gros si vous manquez d'inspiration). **N'hésitez pas à faire des remarques pertinentes** (trop sucré, trop cher, trop gras, fade, peu pratique...)

## Le web des produits remboursés

Retrouvez les meilleures offres du moment. Des centaines de produits à vous faire intégralement rembourser, leurs descriptifs, leurs photos, où écrire... mais aussi le bon plan du moment, les menus remboursés, les conseils pratiques pour savoir comment faire ses achats remboursés, des liens avec les sites qui remboursent. Tout cela est désormais accessible sur internet.

<http://www.labart.univ-paris8.fr/vo/laurette/index.htm>

JLG  
JLG

autoportrait  
de décembre

procéder  
la distribution des rôles  
commencer  
les répétitions  
résoudre  
les problèmes  
de mise en scène  
régler soigneusement  
les entrées et les sorties  
apprendre son rôle  
par cœur  
travailler  
à améliorer  
son interprétation  
entrer dans la peau

8

de son personnage

frimaire  
avoir  
un rôle de  
faire la répétition  
ou la générale  
donner la première  
représentation  
brumaire  
aboutir selon  
à un succès  
un triomphe  
ou au contraire  
un échec

9

Contact : Association Entre-Deux - Tél/fax 02 40 71 81 41 - 4 Bd Pasteur - 44100 Nantes

Remerciements : les adhérents de l'association Entre-Deux (SIRET 411 561 913 00012), la Maison de Quartier des Dervallières, la ville de Nantes, Le Frac et le Drac Pays de la Loire

**JEAN-CLAUDE BIGUINE**  
recherche  
pour son centre de perfectionnement  
**MODELES\* H et F**  
Sur RDV au **01.53.67.81.90**  
\*couleur, permanents, tatouage : sélection uniquement sur place le jour de la coupe!

**ASSOCIATIONS**

**SUR LA SEINE, UNE PENICHE, SUR SCENE DE JEUNES ARTISTES.**  
INVITATIONS AU ☎ 01.43.55.95.20

Ne restez plus seul(e)... vivez vos loisirs avec l'Association mieux vivre ensemble aujourd'hui. Contactez-le ☎ 01.45.33.31.32.

Rech. salariés, pour association, achat immobilier, rapport 16 à 17% (sans apport personnel). ☎ 02.38.88.65.31.

**DACTYLO / CV / REDACTION**

Écrivain rédacteur (Tribunal, Procureur, CAF, Impôts, allocation, relecture mémoire). ☎ 01.43.29.84.73

**ECRIVAIN PUBLIC**

A votre service pour rédiger toutes vos lettres et tous vos dossiers. TARIFS RAISONNABLES. ☎ 01.42.82.71.06.

**SOINS BEAUTE / FORME**

**FRANCK PROVOST**

**RECHERCHE MODELES pour COUPE 50F COUPE + TECHNIQUE 100F TEL. POUR RDV 01.43.80.93.11**  
Institut propose soins, corps, visage amincissement, épilation définitive, manucure. S/RDV. 06.03.06.97.16.

**REMISE EN FORME** Séances anti-stress, énergie corporelle, techniques douces. CB acceptées. 01.45.53.05.75.

**MEMORISEZ VOTRE BEAUTE** en vous faisant photographier : à partir de 250F. PIERRE DENEUVE ☎ 01.45.89.54.40

**EXCLUSIF**  
**EN FINIR AVEC LES TACHES DE LA PEAU PAR LES NOUVEAUX LASERS : UNE CONSULTATION CONSEIL OFFERTE**  
**Eliminer les tatouages devenus indésirables**  
ÉTAPE 1 : DÉTATOUAGE AMATEUR  
Avant Après

ÉTAPE 2 : DÉTATOUAGE PROFESSIONNEL  
Avant Après

**Eliminer les taches rouges ou marron de votre peau**  
TACHES ROUGES  
Avant Après  
TACHES MARRON  
Avant Après

Les soins sont effectués dans un centre spécialisé (au cœur de Paris) par une équipe de MÉDECINS SPÉCIALISTES EN ESTHÉTIQUE LASER. Il peuvent être réalisés directement suite à la consultation sans anesthésie ni risques opératoires, d'une manière rapide et définitive, avec des résultats spectaculaires. Les prix pratiqués sont étudiés et très compétitifs - nous conseillons.

Centre de Médecine Esthétique Laser  
**POUR TOUTE INFORMATION ET CONSULTATION GRATUITE : COMPOSER LE 01 43 78 76 07**  
BOUM BOUM - ☎ 01.53.27.53.27 - N° 797 - PAGE 14

**VOTRE FORME SEXUELLE 24H/24 TOUTS LES CONSEILS D'UNE SEXOLOGUE ☎ 01.47.60.96.24**

Bien être, harmonie, épanouissement corporel, tout en douceur, fluide épicié qui vitalise. RDV. 16ème ☎ 01.45.53.93.29 de 11H jusqu'à 24H.  
Anti-stress, remise en forme par l'énergétique Chinoise et le Reiki. ☎ 01.47.20.87.43 ou 01.40.26.20.26.  
OUBLIEZ STRESS FATIGUE par Méthode Chinoise. Séance 1H, grande qualité et sérieuse. Tél.01.49.27.01.79.

Remises en forme. UVA, sauna, esthétique, soin du corps, 13H/20H. ☎ 01.42.04.24.78.

**CENTRE DE REMISE EN FORME 1H/19H**

☎ 01.40.24.00.51 / 01.49.77.64.52  
BIEN ÊTRE AQUATIQUE FORFAIT 1H45 à 650F (3 prestations à découvrir). Séances d'essai 30mn 250F. S/RDV. 10H/21H. ☎ 01.43.56.34.21.

BIEN ÊTRE sur RDV. Paris. ☎ 01.43.56.37.10.

**RECHERCHES**

Rech. travz dactylographiques s/ Word sous Windows avec imprimante laser : 10F/page (mémo, thèse, rapport), 25F/page (tableaux), 40F/page (CV). ☎ 01.43.70.69.45. 18h30/20h30, 10a d'expérience s/ micro

**BLOGNOTES**

**MESSAGES**

**AIDES-Fédération**

première association de lutte contre le sida, recense 1188 Adhérents recherche bénévoles sur Paris Ile de France dans le cadre de la préparation de la **MARCHE POUR LA VIE 1997** le 24 mai 1997  
Organisation logistique, Chasseurs avec permis VL. Encadrement par J. Standaert. Mens d'avance de votre soutien. Contact : Ghyslaine Longo 01.53.26.26.27

Sans apport personnel, créer 1 patrimoine de 10 à 15 immeubles, revenus locatifs 16 à 17%. ☎ 02.38.88.65.31.

Bistrot réveur venez échanger exp. de rêve, tous les mardis de 20h à 23h. Café la Juventus 10 pl. Bastille. ☎ 01.48.06.17.59.

**Famille anglaise, env. de Londres ch. JF au pair p/ séjour court. ☎ 05.46.23.99.88.**

Mathieu, vu à la télé, propose méthode pour se nourrir gratuitement, en achetant produits remboursés, explications showroom, 19-20-21 avni, 28 rue Rousselet Paris 76. 01.53.70.99.70.

**DIVERS**

Discothèque Paris rech. DJ féminin, barmaids, gogo dancers féminins. Ex-cell. présentation. ☎ 01.40.16.40.24.  
Discothèque rech. danseuses 18/25 ans, vendredi et samedi de 2h à 4h. ☎ 01.40.16.40.24.

**GUIDE DES ARTISTES**

**LOOK CASTING**

SÉLECTIONNE H/F TOUTS ÂGES POUR CASTING PHOTO PUB TV CINÉ  
Débutants acceptés  
**01.43.35.55.56**

VU A LA TV !! Devenez célèbre grâce au magazine "L'AGENCE" en vente en kiosque

Inscrip. au fichier figurant, comédien, mannequin pour casting pub. 3617 STARBUST (Aadée 5157/mn)

**COMEDIENS**

(3.48F) Devenez figurant à la TV, hommes et femmes, tous les âges. Info sur le 3617 EVASTAR

**FIGURATION** Société recherche figurants âgés au minimum de 18 ans, en vue de différents tournages ciné, TV. ☎ 01.42.15.17.15 ☎ 01.42.15.18.45

**3e RECHERCHE NOUVEAUX VISAGES H/F** pour pub, clips production cinématographique et télévisuelle  
Débutants acceptés si motivés NE PAS SE PRÉSENTER Tel. pour RDV  
**01.53.24.95.55**

**FIGURANTS (TES)** Ciné, TV, Pub débutants(és), les âges acceptés(ées) ☎ 01.40.22.61.39.

AGENCE BOUT D'ESSAI SELECTIONNE H/F TOUT ÂGE PR FIGURATION, PHOTOS, PUB, TV. ☎ 01.53.36.87.00

**FIGURANTS (TES)** Ciné, TV, pub, débutants(és) tous âges acceptés(ées) ☎ 01.40.22.61.39

Urgent : M6 rech. figurants, comédiens, mannequins. Rens. ☎ 06.36.68.50.58 ou 3617 ARTISTIC (3.48f/mn)

3617 WBB CASTINGS ADULTES (5.57f/mn)

Urgent ch. pour court-métrage acteurs & actrices, strip-teaseurs(ées). Envoyez photo avant le 17/04 à ROCK AND STIP 52, rue Balzac 92410 - VILLE D'AVRAY

**STAR WAY** pour clips, pub, TV, ciné recherche H/F tous profils pour tournages  
**01.40.20.07.45** pour RDV

**AGENCE EUROCASTING** chers Hommes / Femmes tout âge, tout profil pour pub TV, ciné, catalogues  
**01.44.93.83.83**  
**01.53.70.08.88**

ACT ONE Conseil art, training, vidéo, relooking, dev. personnel, mot. ent. gratuit. ☎ 01.43.02.55.00.

Agence recherche modèle pour Casting Pub, défilé, figuration. 66, av. Champs Elysées ☎ 01.40.45.77.27

Défils, Clips, Photos, Pubs, TV - Ciné

**FIRST AGENCY** ch. H/F de 18 à 70 ans pour castings  
Débutants acceptés  
M. REPUBLIQUE - TEL : 01.42.38.30.44

Photographe réalise book photos Roch. JF, H/F, H pour casting. ☎ 01.40.11.82.61/06.60.92.91.63

**MUSIQUE ET CHANT**

**MAISON DE DISQUE**

**RECHERCHE URGENT ARTISTES**

**CHANTEURS (EUSES)**  
**01.47.03.32.37**

Duo : gut-chant (folk-blues) ch. lieu où jouer : bar-resto, sty. Clapton, Cabrel... ☎ 01.47.93.71.80.

**NOUVEAU ESPACE TALENT** vous aide et vous conseille pour sortir votre 1er disque. ☎ 01.55.88.04.21.

Chanteurs, amateurs, inscrivez vous gratuitement, crochets, années 60, récompense espèce. Contacter soir : ☎ 01.45.86.45.15. (rép.) ou journée 06.08.82.00.18.

**NOUVEAU ESPACE TALENT** vous aide et vous conseille pour sortir votre 1er disque. ☎ 01.55.88.04.21.

**PHOTOGRAPHES / MANNEQUINS** 3615 SOS CASTING Tournage - figuration (2F23mn)

JEUNES CREATEURS recherchent MANEQUINS H/F pour défilés MODELES PHOTO pour catalogues Petite expérience souhaitée ☎ 01.40.45.77.27

**URGENT STUDIO ETOILE PARIS** Rech. pour casting mode, casting pub des mannequins H/F filles 1.70m mini, gars 1.80m mini et pour casting figuration, figurants ts physiques même débutants. Pour consulter nos castings, MINTEL 3615 CODE: ASMI. Pour RDV ☎ 01.45.01.53.23

**MEMORISEZ VOTRE BEAUTE** en vous faisant photographier : à partir de 280F. PIERRE DENEUVE ☎ 01.45.89.54.40

**AUTRES PROPOSITIONS** Le magazine PLAYBOY, recherche des jeunes filles et J.H. sexy Casting (3.48f) sur mintel 3617 EVASTAR.

Photographe de charme recherche modèles JH/JF. Discretion assurée 3.48F. Renseignements 3617 EVASTAR.

Julie, jolie brune de 22 ans pose pour photographes, peintre, sculpteur... Contact (3.48F) 3617 EVASTAR.

**PARTICULIERS POUR PASSER UNE ANNONCE VOIR GRILLE PAGE 10**

**ComMaire**

**EN COUVERTURE**

**VANESSA DEMOUY**

Autoportrait en toute intimité

Page 58

STAR

ZAPPINGS

EXTRÊME

ROSE

INTERNET

ÉLIE

CENSURÉ

ARDISSON

Page 6

Page 8

Page 10

Page 14

Page 16

Page 18

Page 22

Page 24

Page 26

INTERVIEWS

Lana Woods

Matthieu Laurette

Bernard Seret

Manuel Wackenheim

Page 22

Page 24

Page 26

Page 28

Page 30

Page 32

Page 34

Page 36

Page 38

Page 40

Page 42

Page 44

Page 46

Page 48

Page 50

Page 52

Page 54

CHARME

SAPHIR, sa première fois

MARIANNA, le défilé privé d'un top model

Page 36

Page 38

Page 40

Page 42

Page 44

Page 46

Page 48

Page 50

Page 52

Page 54

Page 56

Page 58

Page 60

Page 62

Page 64

Page 66

Page 68

Page 70

Page 72



Page 58

Page 60

Page 62

Page 64

Page 66

Page 68

Page 70

Page 72

Page 74

Page 76

Page 78

Page 80

Page 82

Page 84

Page 86

Page 88

**"TOUT LE MONDE POURRAIT MANGER GRATIS, MAIS PERSONNE N'EN PROFITE"**

Baisse du pouvoir d'achat et crise oblige, ce jeune Parisien de 26 ans a mis au point un truc infallible pour faire des économies : manger gratis. Son truc ? Consommer malin en profitant au max des offres promotionnelles, remboursables dans leur intégralité. Pour NEWLOOK, il a accepté de livrer toutes ses astuces pour parasiter la société de consommation. A vos Caddies...

**NEWLOOK : C'est quoi, ton truc pour te « régaler » à l'œil ?**

**MATTHIEU LAURETTE :** Je mange exclusivement des produits « Premier achat remboursé », « 100 % remboursé » ou « Satisfait ou remboursé » ! Les grandes marques font en permanence ce type d'offres, alors je les prends au mot...

**– Donc tu paies d'abord ?**

– Oui, mais ensuite je récupère la somme que j'ai dépensée, elle m'est reversée directement sur mon compte bancaire ! Avec cette technique, on peut presque tout se faire rembourser : fromages, desserts, surgelés, plats préparés, mais aussi les produits pour l'hygiène et l'entretien de la maison. Je n'ai jamais acheté une brosse à dents qui ne soit pas remboursée !

**– Et ta baguette de pain gratuite, tu la trouves où ?**

– Alors là, pour le pain, les fruits et les légumes frais, ce n'est pas possible. Sauf quand ils sont sous vide.

**– A t'écouter, tout le monde pourrait manger à l'œil...**

– Absolument, mais très peu de gens en profitent parce que, pour 10 ou 15 francs, ils ne font pas l'effort.

**– Depuis combien de temps pratiques-tu ce système ?**

– Depuis quatre ans. Au départ, j'ai fait ça parce que j'avais des problèmes d'argent et qu'il fallait que je trouve un moyen légal de me nourrir. Aujourd'hui, ça représente une économie de 1 200 à 2 000 francs par mois !

**– Concrètement, tu fais quoi de ta note de courses ? A qui tu l'envoies ?**

– Quand tu rentres chez toi avec le produit, il faut d'abord lire le règlement inscrit sur l'emballage afin de connaître les modalités



La vie pour pas un rond, c'est possible. Et pas seulement avec un régime « sandwich-eau plate » : les bons petits plats aussi, ça marche !

de remboursement. En général, il suffit, dans le cas d'un « Premier achat remboursé », de renvoyer le code-barre soigneusement découpé et l'original de la facture d'achat. Mais attention, c'est là qu'est le truc : il faut demander un ticket de caisse par article ! Donc toujours avoir du liquide avec soi pour ne pas payer ses courses de façon globale.

**– Les marques qui te « nourrissent » ne t'ont pas encore repéré, à force ?**

– Si on observe scrupuleusement le règlement dans ce type d'opérations marketing, on n'a effectivement le droit d'effectuer cette opération qu'une seule fois : un remboursement par foyer, même nom, même adresse. Mais moi, je ruse ! Pour pouvoir bénéficier plusieurs fois de la même offre, j'ai des comptes en banque avec des adresses différentes : chez moi, au travail... Dans les fichiers informatiques, ça fait des individus différents et le tour est joué. Si j'étais une femme mariée, je pourrais même utiliser en plus mon nom de jeune fille...

**– Il paraît que tu as aussi un truc pour les vêtements. C'est vrai ?**

– Oui, mais là, c'est un petit peu moins légal. Tous les articles vendus par VPC sur catalogue sont réexpédiés sous une semaine pendant la période dite d'« essai ». Dans ce cas de figure, on est censé ne pas avoir porté le vêtement afin de le renvoyer en parfait état, mais moi je le porte un jour ou deux avant de le rendre, et ça passe. Il ne faut toutefois pas en abuser, car sinon on se fait repérer et lister comme client indésirable. Autrement, dans les grands magasins, on peut très bien acheter une fringue et renvoyer la rendre intacte, bien qu'utilisée, pour se la faire rembourser dès le lendemain. Il y a plein de femmes très bien qui ne s'égarent pas pour le faire...

**– Ça marche pour d'autres choses ?**

– Oui, le matériel vidéo, la hi-fi ou l'informatique. Dans les rayons, il y a toujours écrit en gros caractères : « Satisfait ou remboursé, 30 jours ». Donc on peut très bien acheter un produit et le rendre avant la fin de cette période pour récupérer son argent tout en ayant profité du produit. C'est mieux qu'une société de location ! Mais il faut faire gaffe, ramener le produit en parfait état, sans accroc, dans son emballage et avec les notices d'utilisation...

**– Pour vivre « gratis », il doit falloir une sacrée organisation...**

– Cela ne me prend pas beaucoup plus de temps que les gens qui passent un après-midi par semaine dans un supermarché. C'est seulement du repérage de produits et des courriers pour se faire rembourser.

**– Tes astuces pour vivre « pas cher » ne fais profiter tes amis ?**

– Et les autres ! Au mois d'avril, j'ai organisé à Paris une sorte de showroom d'information pendant trois jours, où j'ai présenté tous les produits disponibles, avec des explications pour savoir comment faire ses courses « gratuitement » et des menus typés « Satisfait ou remboursé » pour deux à trois personnes. Je suis un réformateur de la société de consommation... ■

INTERVIEW VICTOR MANDEL



# MANGEZ satisfait ou REMBOURSE

## Comment faire rembourser ses achats ?

Depuis plus de 3 ans je me nourris gratuitement de produits "satisfait ou remboursé" ou "1er achat remboursé" et je suis en pleine forme, je me lave et je me rase gratis. Pour la lessive, la vaisselle, les vitres, le sol, les WC, etc... c'est pareil. Et vous? Si ce n'est pas encore le cas, il est temps de vous y mettre. Voici mes conseils :

Descendez chez votre épicerie, dans les "Hypers, les supers. Ça puille, "100% remboursé" par çi, "Ce produit gratuit" par là, "1er achat remboursé", "Faites vous plaisir c'est gratuit", "Satisfait ou remboursé". En regardant bien, vous en verrez partout de ces satanés logos et autocollants annonceurs de la bonne nouvelle. Avec un peu d'organisation et de recherche vous allez faire de sacrées économies, vous vous nourrir gratuitement vous aussi.

## Comment les repérer?

Ces offres sont la plupart du temps signalées en gros sur l'emballage: stickers, encarts, étiquettes spéciales, collerettes sur les bouteilles... A vous de les repérer au fil des rayons. Ma méthode : faites systématiquement chaque rayon, hauteur après hauteur et ne négligez pas les têtes de gondole sous prétexte que d'aussi bonnes affaires ne sont pas à la vue de tous.

Vous ouïez tort, je suis tombé la semaine dernière sur 2 mètres de shampooing, après-shampooing, soins pour les cheveux, laques et gels, tous remboursés.

## Ne vous faites pas avoir!

Les fabricants ont décidé d'être gentils avec vous. Mais pas trop tout de même. Lisez bien les petites lignes car bien souvent ils ont décidé de vous compliquer la tâche. Ces offres sont pour la plupart limitées dans le temps, faites donc bien attention aux dates.

Certaines offres sont valables sur tous les emballages, d'autres uniquement sur les emballages porteurs de l'offre (points à découper, encarts...). A moins d'être pingre ou d'avoir nécessairement besoin du produit évitez les "moins 2 francs" par çi, "moins 5 francs" par là et concentrez vous sur les produits 100% remboursés et ceux qui vous coûtent au maximum un timbre ou tarif lent (2,70 F). Faites attention certaines offres vous feront gagner de l'argent "convaincu ou deux fois remboursé" pour les chips Super Croky ou les sauces Dolmio, d'autres vous en feront perdre, il faut parfois mais c'est rare, 100 ou 150 F d'achat sur le ticket.

## Comment payer vos achats?

A la caisse, demandez un ticket pour chaque article, (la plupart des marques vous demandent l'original du ticket de caisse, pas de photocopies ou de tickets découpés.). Réglez donc séparément chaque produit. Prévoyez de l'argent liquide et un peu de tact pour les clients derrière vous et la caissière qui ouvre de grands yeux. Soyez aimable, souriez vous verrez ça va bien se passer. Si on vous pose des questions n'hésitez pas. Expliquez tout. Vous verrez on vous remerciera pour les bons conseils. Bien sûr, évitez le caddie plein à ras-bord de produits remboursés le samedi après-midi chez Carrefour ou Auchan quand 20 personnes attendent derrière vous.

## Les preuves d'achats

Tout est écrit sur le produit. Les marques demandent de renvoyer le code barres ou une partie bien précise (encart, sticker...) de l'emballage et le ticket de caisse sur lequel vous entourerez le prix et parfois la date avant de le renvoyer. Alors en rentrant chez vous, évitez de perdre les tickets ou les emballages. Faites vos courriers et postez-les rapidement. Evitez de laisser trainer les emballages ça ferait désordre dans votre cuisine. En plus une amie ou votre mère sous prétexte de vous aider serait capable de tout mettre à la poubelle.

## Le remboursement

La majorité des remboursements sont effectués par virement bancaire un mois à un mois et demi après votre envoi. C'est pourquoi il faut joindre généralement un RIB (Relevé d'Identité Bancaire) que vous demanderez à votre banquier ou détachez dans votre carnet de chèques. Photocopiez-les pour en avoir d'avance (Pour les CCP il s'agit d'un RIB). Cependant, certains remboursements se font par lettre-chèque que vous recevrez à votre domicile.

Attention : la plupart des offres sont limitées à une par foyer (même nom, même adresse et souvent même banque, même numéro de compte). Si vous voulez donc acheter plusieurs fois le même produit, utilisez par exemple le compte d'un(e) ami(e) ou faites varier les adresses et les comptes si c'est possible (compte professionnel, adresse de vacances...). Si vous êtes une femme mariée vous avez de la chance, vous pouvez utiliser un compte à votre nom de jeune fille. Profitez-en!

Les frais d'envoi sont souvent remboursés (au tarif lent 20g) mais ce n'est pas systématique. Les marques spécifient parfois "remboursement du timbre sur

## TARTEFINE/SAUMON

COEURS DE FILET DE MERLU AU BEURRE BRETON AU GROS SEL DE GUÉRANDE & PASTA POMODORO MOZZARELLA

PLATEAU DE FROMAGES : COULOMMIER DOUBLE CRÈME

CRÈME DES PRÉS

PIK ET CROQ

GLACE MYSTÈRE ET AMERICAN BROWNIES AU CHOCOLAT

BOISSON : BIÈRE AMBERLEY ET/OU VITELLOISE

demande". N'hésitez pas à demander: "Veuillez SVP me rembourser le timbre." Il n'y a pas de raison de ne pas en profiter.

## Satisfait ou remboursé

Pour les offres "satisfait ou remboursé" on vous demandera souvent d'exprimer les raisons de votre insatisfaction. Vous verrez ce n'est pas dur à trouver, vous avez toujours quelque chose à reprocher. Parfois un nombre de lignes est imposé: par ex: 5 lignes minimum, écrivez donc gros si vous remarquez pertinentes (trop sucré, trop cher, trop gras...). En plus vous pouvez contribuer à améliorer le produit. À vous de jouer!

## Pour démarrer en douceur!

Commencez par chercher les produits du menu que je vous ai concocté. C'est facile, ils sont tous disponibles en hyper et supermarchés. Surtout n'oubliez pas "le 25, mon bon plan du mois". Forcez et surtout n'oubliez pas, c'est la seule méthode où plus vous dépensez, plus vous gagnez.

MATTHIEU L.

# COMMENT SE FAIRE REMBOURSER CE MENU INTÉGRALEMENT ?

Dans vos supermarchés et hypers habituels recherchez les produits suivants puis effectuez les opérations indiquées ci-dessous :

(Attention pour ce menu il n'est pas nécessaire de trouver les produits avec les emballages porteurs des offres de remboursement si les N° de code-barres sont identiques.)

**Tartefine saumon** La tartelière / Iglo, 230g (prix moyen : 17,70 F) au rayon surgelé : renvoyez sur PL (papier libre) vos NPA (nom, prénom et adresse) et exprimez vos motifs d'insatisfaction, joignez le code-barres découpé sur l'emballage, votre ticket de caisse avec le prix entouré ainsi qu'un RIB ou RIP avant le 31/12/96 à : "La tartelière satisfait ou remboursé" - SFDD cedex 3296 - 99329 Paris concours

**Cœurs de filet de merlu Blanc PESCANOVA**, 400g (prix moyen : 22,50 F) au rayon surgelé : renvoyez sur PL vos NPA, joignez le code-barres découpé sur l'emballage, votre ticket de caisse avec le prix entouré ainsi qu'un RIB ou RIP avant le 31/11/96 à : Pescanova - SFDD - cedex 3216 - 99321 Paris concours.

**Court-bouillon poisson, crustacé** Les aides culinaires Ducros, boîte 10 doses (prix moyen : 6,90 F) : renvoyez sur PL vos NPA et donnez en quelques lignes votre avis sur le produit, joignez le code-barres découpé sur la boîte, votre ticket de caisse avec le prix entouré, envoyez le tout avant le 30/06/97 à ODR Aide culinaire Ducros 77835 Ozoir cedex.

**Beurre Bridel ou sel de mer de Guérande** (gros grains), fabrication à la baratte, 250g (prix moyen : 9,95 F) au rayon frais : renvoyez sur PL vos NPA, exprimez vos motifs d'insatisfaction, inscrivez la formule "veuillez SVP me rembourser les frais d'affranchissement", joignez le code-barres, votre ticket de caisse avec le prix entouré et un RIB ou RIP avant le 31/12/96 à : Sogec gestion "Beurre breton satisfait ou remboursé" 91426 Morangis cedex.

**Pasta pomodoro mozzarella Spaghetteria Knorr**, 168g (prix moyen : 9,95 F) au rayon pâtes : renvoyez sur PL vos NPA et exprimez vos motifs d'insatisfaction, joignez le code-barres découpé sur l'emballage du pack, votre ticket de caisse avec le prix entouré ainsi qu'un RIB ou RIP avant le 31/12/96 à : Vitelloise pack remboursé - LPG BP 205 - 45144 St Jean de la Ruelle cedex (offre limitée à un remboursement d'un montant maximum de 23 F)

**Pasta pomodoro mozzarella Spaghetteria Knorr**, 168g (prix moyen : 9,95 F) au rayon pâtes : renvoyez sur PL vos NPA et exprimez vos motifs d'insatisfaction, joignez le code-barres découpé sur l'emballage du pack, votre ticket de caisse avec le prix entouré ainsi qu'un RIB ou RIP avant le 31/12/96 à : Offre d'essai Knorr - Sogec gestion 91426 Morangis cedex.

**Coulommier Bridel double crème**, 350g (prix moyen : 13,90 F) au rayon fromage libre service : renvoyez sur PL vos NPA en y agrafant le code-barres, un RIB ou RIP et le ticket avec le prix entouré avant le 31/12/96 à : Coulommier Bridel double crème - Sogec gestion 91426 Morangis cedex.

**Crème des prés Président**, 200g (prix moyen : 11,95 F) au rayon fromage libre service : renvoyez sur PL vos NPA en y agrafant le code-barres, un RIB et le ticket de caisse avec le prix entouré avant le 31/12/96 à : Opération Président Crème des prés 53096 Laval cedex 9.

**Pik et croq** La vache qui rit, 5 barquettes individuelles, 175g (prix moyen : 8,80 F) au rayon fromage libre service : renvoyez sur PL vos NPA, inscrivez "je souhaite être remboursé des frais d'affranchissement", joignez le code-barres, un RIB ou RIP et le ticket de caisse avec le prix entouré avant le 31/12/96 à : Achat remboursé Pik et croq Sogec gestion 91426 Morangis cedex.

**4 Glaces Mystère de Gervais Nestlé Vanille coeur fondant au chocolat** (prix moyen : 22,90 F) au rayon surgelé : renvoyez le code-barres, le ticket de caisse avec le prix entouré, inscrivez vos NPA et la mention "veuillez SVP me rembourser le timbre" sur PL et un RIB avant le 31/12/97 à : Mystère de Gervais - Sogec gestion, 91426 Morangis cedex

**4 Original american Brownies chocolat Harry's**, 160g (prix moyen : 14,90 F) au rayon biscuit : renvoyez vos NPA sur PL écrivez "je souhaite le remboursement des frais d'affranchissement", joignez le code-barres, un RIB ou RIP et votre ticket de caisse avec le prix de votre achat entouré avant le 31/12/96 à : Brownies 1er achat remboursé - Sogec gestion - 91426 Morangis cedex.

**Bière Amberley au malt à whisky de Pelforth**, 6X25cl (prix moyen : 25,90 F) : à votre achat avec le montant entouré, un RIB et votre NPA sur PL à "Amberley vous offre votre 1er pack" - Sogec gestion - 91426 Morangis cedex avant le 31/12/96.

**Beurre Bridel ou sel de mer de Guérande** (gros grains), fabrication à la baratte, 250g (prix moyen : 9,95 F) au rayon frais : renvoyez sur PL vos NPA, exprimez vos motifs d'insatisfaction, inscrivez la formule "veuillez SVP me rembourser les frais d'affranchissement", joignez le code-barres, votre ticket de caisse avec le prix entouré et un RIB ou RIP avant le 31/12/96 à : Sogec gestion "Beurre breton satisfait ou remboursé" 91426 Morangis cedex.

**4 Original american Brownies chocolat Harry's**, 160g (prix moyen : 14,90 F) au rayon biscuit : renvoyez vos NPA sur PL écrivez "je souhaite le remboursement des frais d'affranchissement", joignez le code-barres, un RIB ou RIP et votre ticket de caisse avec le prix de votre achat entouré avant le 31/12/96 à : Brownies 1er achat remboursé - Sogec gestion - 91426 Morangis cedex.

**Bière Amberley au malt à whisky de Pelforth**, 6X25cl (prix moyen : 25,90 F) : à votre achat avec le montant entouré, un RIB et votre NPA sur PL à "Amberley vous offre votre 1er pack" - Sogec gestion - 91426 Morangis cedex avant le 31/12/96.

**Beurre Bridel ou sel de mer de Guérande** (gros grains), fabrication à la baratte, 250g (prix moyen : 9,95 F) au rayon frais : renvoyez sur PL vos NPA, exprimez vos motifs d'insatisfaction, inscrivez la formule "veuillez SVP me rembourser les frais d'affranchissement", joignez le code-barres, un RIB ou RIP et le ticket de caisse avec le prix entouré et un RIB ou RIP avant le 31/12/96 à : Achat remboursé Pik et croq Sogec gestion 91426 Morangis cedex.

**4 Glaces Mystère de Gervais Nestlé Vanille coeur fondant au chocolat** (prix moyen : 22,90 F) au rayon surgelé : renvoyez le code-barres, le ticket de caisse avec le prix entouré, inscrivez vos NPA et la mention "veuillez SVP me rembourser le timbre" sur PL et un RIB avant le 31/12/97 à : Mystère de Gervais - Sogec gestion, 91426 Morangis cedex

**Beurre Bridel ou sel de mer de Guérande** (gros grains), fabrication à la baratte, 250g (prix moyen : 9,95 F) au rayon frais : renvoyez sur PL vos NPA, exprimez vos motifs d'insatisfaction, inscrivez la formule "veuillez SVP me rembourser les frais d'affranchissement", joignez le code-barres, un RIB ou RIP et le ticket de caisse avec le prix entouré et un RIB ou RIP avant le 31/12/96 à : Achat remboursé Pik et croq Sogec gestion 91426 Morangis cedex.

**4 Original american Brownies chocolat Harry's**, 160g (prix moyen : 14,90 F) au rayon biscuit : renvoyez vos NPA sur PL écrivez "je souhaite le remboursement des frais d'affranchissement", joignez le code-barres, un RIB ou RIP et votre ticket de caisse avec le prix de votre achat entouré avant le 31/12/96 à : Brownies 1er achat remboursé - Sogec gestion - 91426 Morangis cedex.

**Bière Amberley au malt à whisky de Pelforth**, 6X25cl (prix moyen : 25,90 F) : à votre achat avec le montant entouré, un RIB et votre NPA sur PL à "Amberley vous offre votre 1er pack" - Sogec gestion - 91426 Morangis cedex avant le 31/12/96.

**Beurre Bridel ou sel de mer de Guérande** (gros grains), fabrication à la baratte, 250g (prix moyen : 9,95 F) au rayon frais : renvoyez sur PL vos NPA, exprimez vos motifs d'insatisfaction, inscrivez la formule "veuillez SVP me rembourser les frais d'affranchissement", joignez le code-barres, un RIB ou RIP et le ticket de caisse avec le prix entouré et un RIB ou RIP avant le 31/12/96 à : Achat remboursé Pik et croq Sogec gestion 91426 Morangis cedex.

ATTENTION CES OFFRES NE SONT VALABLES QU'UNE SEULE FOIS PAR FOYER, MÊME NOM, MÊME ADRESSE.

## LE BON PLAN DU MOIS

### VOTRE SAUCISSON GRATUIT LE 25 DU MOIS

Pour son 25<sup>ème</sup> anniversaire, Cochonou vous rembourse votre achat d'un saucisson à choisir dans la gamme (saucisse sèche, saucisson sec 400g, recette traditionnelle...) si vous l'achetez le 25 du mois. Alors n'hésitez pas, profitez-en chaque mois, l'offre est valable jusqu'au 28 février 97, soit encore 5 saucissons, et même le timbre est remboursé.

### MODALITÉS DE REMBOURSEMENT :

Collez le code-barres + le ticket daté du 25 du mois avec le prix d'achat du saucisson entouré + un R.I.B. sur papier libre avec vos nom, prénom et adresse et envoyez à :

Cochonou gratuit le 25  
BP 6008  
69604 Villeurbanne cedex

Attention : 1 seul remboursement par foyer, et par mois (même nom, même adresse), vos frais d'envoi inclus





1 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 «Money back products»  
 (sélection) 1995

02 AVRIL 1995

2 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1995

02 AVRIL 1995

3 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1995

02 AVRIL 1995



Matthieu LAURETTE  
 Money-back products  
 (extrait) 1997

Matthieu LAURETTE  
 Produits remboursés  
 (extrait) 1997



Matthieu LAURETTE  
 Money-back products  
 (extrait) 1997

Matthieu LAURETTE  
 Produits remboursés  
 (extrait) 1997

Matthieu LAURETTE  
 Money-back products  
 (extrait) 1997

4 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1995

28 AVRIL 1995

5 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1995

02 AVRIL 1995

6 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1995

02 AVRIL 1995



Matthieu LAURETTE  
 Money-back products  
 (extrait) 1998

Matthieu LAURETTE  
 «A la Fnac on peut être remboursé sans se faire gronder»  
 métro, Paris, septembre 97



Matthieu LAURETTE  
 «Chez carrefour je peux me tromper je suis remboursé»  
 Aubervilliers, septembre 97



(repérage)

13 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (sélection) avril 1996

«Money back products»  
 (selection) avril 1996

19 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1996

Photo: Matthieu Laurette

26 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1996

Photo: Matthieu Laurette



(repérage) © Photo D. Zerah

Matthieu LAURETTE  
 «Si ça vous va pas on échange ou on rembourse. Alors ça vous va?»  
 Métro, Paris, octobre 1995  
 (repérage)



Matthieu LAURETTE  
 stand de présentation des produits remboursés  
 (détail) Installation itinérante réactualisée en  
 permanence 1995/96



(Mobilier, produits remboursés, classeurs archives produit et relevés de banque, Powerbook et logiciel de gestion, Hôte(esse) d'accueil, Vidéos...)  
 L'installation convient à tout types de lieux : associations, supermarchés, musées, centres d'art...

38 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1996

Photo: Matthieu Laurette

«Money back products»

45 "Produits remboursés"  
 Matthieu Laurette  
 (extrait) 1996

Photo: Matthieu Laurette

«Produits remboursés»  
 Matthieu Laurette  
 (sélection) février 1997

permanence 1995/96



(Mobilier, produits remboursés, classeurs archives produit et relevés de banque, Powerbook et logiciel de gestion, Hôte(esse) d'accueil, Vidéos...)  
 L'installation convient à tout types de lieux : associations, supermarchés, musées, centres d'art...

Matthieu LAURETTE  
 stand de présentation des produits remboursés  
 Installation itinérante réactualisée en  
 permanence 1995/96  
 (détail) au premier plan: classeur des relevés de compte



(Mobilier, produits remboursés, classeurs archives produit et relevés de banque, Powerbook et logiciel de gestion, Hôte(esse) d'accueil, Vidéos...)  
 L'installation convient à tout types de lieux : associations, supermarchés, musées, centres d'art...

Matthieu LAURETTE  
 Classeur archives des produits remboursés (1ère méthode 93/95)  
 (détail)



26 AVRIL 1995

**Matthieu LAURETTE**  
Produits remboursés - Le fichier produit (détail : le logiciel de gestion des produits .version Filemaker pro 1.96)



1996  
Version originale  
Microsoft Access / Logiciel de gestion / disquettes

**Matthieu LAURETTE**  
276 emballages de produits remboursés à recycler, janvier 98 (détail) document de travail



**Matthieu LAURETTE**  
Produits remboursés  
49 F90  
Monoprix



juin 98  
dimensions variables  
4 produits remboursés pour une somme de 90 F. Sac  
à provisions pour les produits remboursés à recycler  
L. 1000 M. 1000 M. 1000 M. 1000 M. 1000 M. 1000 M.  
Exposition - 49 90 F. Galerie La Caisse /  
Nice Fine Arts. Nice

**Matthieu LAURETTE**  
Produits remboursés - 49 F90  
Supermarché G 20



**Matthieu LAURETTE**  
Réveillons nous !  
Produits remboursés. Servez vous!  
décembre 96



Produits, tracts, magazines...  
Réveillons nous, exposition chez Jean  
Christophe Robert et divers lieux  
Collection Clarisse Hahn

**Matthieu LAURETTE**  
Réveillons nous !  
Produits remboursés. Servez vous!  
décembre 96



produits, tracts, magazines...  
Réveillons nous, exposition chez Jean  
Christophe Robert et divers lieux  
Collection Clarisse Hahn

**Matthieu LAURETTE**  
Réveillons nous !  
Produits remboursés  
servez vous!



décembre 96  
in situ  
produits, tracts, magazines...  
Réveillons nous, exposition chez Jean  
Christophe Robert et divers lieux  
Collection Clarisse Hahn

**Matthieu LAURETTE**  
Séduits ou remboursés - menu pour 4 personnes  
1996  
Vu sur TF1 (J'y crois, J'y crois pas) et reproduit à la une de  
réponse à tout



Matthieu Laurette - Bonjour je ne suis pas là pour  
vous vendre de l'argent mais pour vous  
proposer d'en gagner. Comment? En achetant  
des produits - par achat remboursé - et satisfait  
ou remboursé



**Matthieu LAURETTE**  
Comment faire ses achats remboursés?  
Conseils pratiques & dégustation



Club du Capitaine Pip, Bretagne/Orge  
13 janvier 97  
détail) buffet remboursé

**Matthieu LAURETTE**  
Comment faire ses achats remboursés?  
Conseils pratiques & dégustation



Club du Capitaine Pip, Bretagne/Orge  
13 janvier 97  
détail) buffet remboursé

**Matthieu LAURETTE**  
Proposition pour pour la préfiguration d'une  
caféteria (snack/bar) associative remboursée  
pour école, comité d'entreprise et toute structure  
collective



Enad, Limoges, 6 mai  
(stock de produits remboursé revendus à prix  
côtant, tables, posters, hôtes & hôtesse  
d'accueil...)



Dîner remboursé  
cité des arts, novembre 96  
Refunded dinner  
cité des arts, november 1996



Dîner remboursé  
cité des arts, avril 97  
Refunded dinner  
cité des arts, april 1997



**Matthieu LAURETTE**  
Proposition pour pour la préfiguration d'une  
caféteria (snack/bar) associative remboursée  
pour école, comité d'entreprise et toute structure  
collective



Limoges, 6 mai  
de produits remboursé revendus à prix  
côtant, tables, posters, hôtes & hôtesse  
d'accueil...)

**Matthieu LAURETTE**  
Proposition pour pour la préfiguration d'une  
caféteria (snack/bar) associative remboursée  
pour école, comité d'entreprise et toute structure  
collective



Enad, Limoges, 6 mai  
(stock de produits remboursé revendus à prix  
côtant, tables, posters, hôtes & hôtesse  
d'accueil...)

**Matthieu LAURETTE**  
Proposition pour pour la préfiguration d'une  
caféteria (snack/bar) associative remboursée  
pour école, comité d'entreprise et toute structure  
collective



Enad, Limoges, 6 mai  
(stock de produits remboursé revendus à prix  
côtant, tables, posters, hôtes & hôtesse  
d'accueil...)

**Matthieu LAURETTE**  
Faites vous plaisir, c'est gratuit!



Juin / juillet 1990  
A. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31.  
© 1990

**Matthieu Laurette**  
Faites vous plaisir, c'est gratuit!  
1990, Action/distribution de menus  
remboursés (Figurants, tracts & tee-shirt)  
divers lieux



Be happy it's free!  
1990, distribution of refunded men  
actor, flyers & tee-shirt

B.P.70

**Matthieu Laurette**  
Faites vous plaisir, c'est gratuit!  
1990, Action/distribution de menus  
remboursés (Figurants, tracts & tee  
divers lieux ...



Be happy it's free!  
1990, distribution of refunded men  
actor, flyers & tee-shirt

**Matthieu LAURETTE**  
Le web des produits remboursés



Version originale, Musée d'Art Contemporain de Lyon  
Exposition & Musée d'Art Contemporain de Lyon  
Matthieu Laurette

**Matthieu LAURETTE**  
Le web des produits remboursés



Version originale, Musée d'Art Contemporain de Lyon  
Exposition & Musée d'Art Contemporain de Lyon  
Matthieu Laurette

**Matthieu LAURETTE**  
Tournage du court métrage «Le festin de  
Laurette» dans l'appartement de la cité des arts  
France 3 - 1997





**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
vue d'installation  
(détail) cartel / Horaires d'ouverture

© Photo Matthieu Laurette



**The Folly of Money-back Products, 1997**  
Installation view  
(détail) opening hours  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris  
Photo © Marc Dommage

**La folie des produits remboursés, 1997**  
Showroom dans une Folie de B. Tschumi,  
Parc de la Villette, Paris  
Exposition «Ici et maintenant»



(détail) vue de l'installation (produits 100% remboursés,  
photocopies de coupures de journaux et de vues de produits remboursés, tracts, guide, caddie, Walkman et facture FNAC  
sous vitrine, chaise habitat, vidéo...) Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés  
1997



(détail) vue de l'installation (produits 100% remboursés, photocopies de coupures de journaux et de vues de produits remboursés, tracts, guide, caddie, Walkman et facture FNAC sous vitrine, chaise habitat, vidéo...) Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



Photo © Marc Dommage

(détail) vue de l'installation (produits 100% remboursés,  
photocopies de coupures de journaux et de vues de produits remboursés, tracts, guide, caddie, Walkman et facture FNAC  
sous vitrine, chaise habitat, vidéo...) Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997



Showroom dans une Folie de Tschumi,  
Parc de la Villette, Paris  
Exposition «Ici et maintenant»  
Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés  
1997



(détail) vue de l'installation (produits 100% remboursés, photocopies de coupures de journaux et de vues de produits remboursés, tracts, guide, caddie, Walkman et facture FNAC sous vitrine, chaise habitat, vidéo...) Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés  
1997



(détail) vue de l'installation (produits 100% remboursés, photocopies de coupures de journaux et de vues de produits remboursés, tracts, guide, caddie, Walkman et facture FNAC sous vitrine, chaise habitat, vidéo...) Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris  
Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
Showroom dans une Folie  
vue d'ensemble



Expo Ici et maintenant  
APSV parc de la Villette, Paris  
Photo © Marc Dommage  
Produits 100% remboursés,

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés  
1997



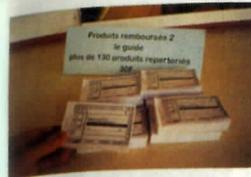
(détail) vue de l'installation (produits 100% remboursés, photocopies de coupures de journaux et de vues de produits remboursés, tracts, guide, caddie, Walkman et facture FNAC sous vitrine, chaise habitat, vidéo...) Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés  
Showroom dans une Folie  
vue d'ensemble



Expo Ici et maintenant  
APSV parc de la Villette, Paris  
Photo © Marc Dommage  
Produits 100% remboursés,

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



Produits remboursés 2 le guide / «Money-back  
ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



Produits remboursés : Walkman Sony de la FNAC,  
de caisse, Money-Back products - Sony Walkman  
FNAC, receipt vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris  
Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés (encore), 1998  
The Folly of Money-back Products (again), 1998



vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant» (encore),  
Dépôts & Consignations, Paris

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés (encore), 1998  
The Folly of Money-back Products (again), 1998



vue d'installation - Installation view  
Projecteur disposé à rétroprojection, 36 dispositives, sac de transport,  
ticket de caisse / monitor side projector, 36 slides, bag, receipt...  
courtesy Galerie Jousse Seguin

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés (encore), 1998  
The Folly of Money-back Products (again), 1998



vue d'installation - Installation view  
Projecteur disposé à rétroprojection, 36 dispositives, sac de transport,  
ticket de caisse / monitor side projector, 36 slides, bag, receipt...  
courtesy Galerie Jousse Seguin

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



(détail) Produits remboursés : Chaise Habitat, Money-Back  
products - Habitat Chair vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



(détail) Produits remboursés : Walkman Sony de la FNAC,  
ticket de caisse, Money-Back products - Sony Walkman  
from FNAC, receipt vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris  
Photo © Marc Dommage

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



(détail) agrandissement Apparition : Newlook / Apparition :  
Newlook enlarged  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris  
(détail) vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris

**Matthieu LAURETTE**  
La folie des produits remboursés, 1997  
The Folly of Money-back Products, 1997



(détail) Produits remboursés : Blouson C&A, Money-back  
products - C&A jacket vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris

vue d'installation - Installation view  
«Ici et maintenant», Parc de la Villette, Paris

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"



Place des Dervallières, Nantes  
14 Octobre 1997. 16 heures

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"

15 octobre



13 au 18 octobre 1997

Rond-point des Châtaigniers,  
Canejaun, Nantes

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"



Marché, Place Zola, Nantes  
13 au 18 octobre 1997

Matthieu LAURETTE  
Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés



(détail) vue de l'installation (Camion vitrine aménagé itinérant, tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil...)  
Exposition organisée par Entre 2  
Quartier Zola - Dervallières Nantes

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"

14 octobre



Place des Dervallières,  
Nantes 13 au 18 oct 1997

Matthieu LAURETTE  
Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
vue du camion vitrine - 1997 - Nantes



Money back life!  
Come and see the money-back products  
Display-truck, installation view - 1997 - Nantes  
© Entre deux

Matthieu LAURETTE  
Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés



(détail) vue de l'installation (Camion vitrine aménagé itinérant, tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil...)  
Exposition organisée par Entre 2  
Quartier Zola - Dervallières Nantes

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"



Place Zola, Nantes  
17 Octobre 1997, 16 heures

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"

Entre. Deux



Rond. Point des Châtaigniers,  
Nantes. 15 octobre 97.

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"

16 octobre



Marché, Place Zola, Nantes  
13 au 18 octobre 1997

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"



Place Zola Nantes  
13 au 18 oct 1997

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"



Marché, Place des Dervallières,  
Nantes. 18 octobre 97

Matthieu Laurette  
"Vivons remboursés!"

Entre. Deux



Marché, Place des Dervallières,  
Nantes, 13 au 18 octobre 1997

Matthieu LAURETTE  
Vivons remboursés! Venez découvrir les produits 100% remboursés  
13/18 oct 97



Camion vitrine itinérant  
organisé par Entre Deux  
Quartier Zola-Dervallières Nantes  
vue d'ensemble

Matthieu LAURETTE  
Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
vue du camion vitrine Place Canclaux - 1997 - Nantes



Money back life!  
Come and see the money-back products  
Display-truck, installation view, Place Canclaux, Nantes  
Entre deux

Matthieu LAURETTE  
Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés



(détail) vue de l'installation (Camion vitrine aménagé itinérant, tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil...)  
Exposition organisée par Entre 2  
Quartier Zola - Dervallières Nantes

Matthieu LAURETTE

Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
13/18 octobre 97 Camion vitrine-showroom itinérant



(détail) vue de l'installation (Camion vitrine aménagé tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil...)  
Exposition organisée par Entre Deux Quartier Zola-Dervallières Nantes

Matthieu LAURETTE

Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
13/18 octobre 97 Camion vitrine-showroom itinérant



(détail) vue de l'installation (Camion vitrine aménagé tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil...)  
Exposition organisée par Entre 2 / Quartier Zola Dervallières Nantes

Matthieu LAURETTE

Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
13/18 octobre 97 Camion vitrine-showroom itinérant



(détail) vue de l'installation (Camion vitrine aménagé tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil...)  
Exposition organisée par Entre Deux Quartier Zola-Dervallières Nantes

Matthieu LAURETTE

Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
(détail) visite guidée de supermarché



Money back life!  
Come and see the money-back products  
(détail) guided tour of supermarket  
© Entre 2 - 1997 - Nantes

Matthieu LAURETTE

Vivons remboursés! Venez découvrir les produits 100% remboursés  
13/18 oct 97



Display-truck, Installation view - 1997 - Nantes (display-truck, tables, money-back products, posters, flyers, video, receptionists...)  
© Entre deux - Nantes

Matthieu LAURETTE

Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
13/18 octobre 97 Camion vitrine-showroom itinérant



(détail) vue de l'installation (Camion vitrine aménagé tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil...)  
Exposition organisée par Entre Deux Quartier Zola-Dervallières Nantes

Matthieu LAURETTE

Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
13/18 octobre 97 Camion vitrine-showroom itinérant



(détail) vue de l'installation (Camion vitrine aménagé tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil...)  
Exposition organisée par Entre Deux Quartier Zola-Dervallières Nantes

Matthieu LAURETTE

Vivons remboursés!  
Venez découvrir les produits 100% remboursés  
(détail) vue de l'installation au Frac des Pays de la Loire samedi 18 octobre 1997, Nantes



(Camion vitrine aménagé, tables, produits 100% remboursés, posters, tracts, caddie, vidéo, hôtes et hôtesse d'accueil, & buffet dégustation, tables et chaises...) - Exposition organisée par Entre 2 photo © Entre deux

Entre deux - Nantes

Entre deux - Nantes

Entre deux - Nantes

Entre deux - Nantes

**Matthieu LAURETTE**  
 en haut à gauche : **Apparitions (sélection 93/95)** Installation vidéo, 1995



vue d'accrochage exposition "Cosmos, des fragments futurs"  
 1995, MAGASIN - CNAC, Grenoble, France  
 © Photo Pascal Jouneac

**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (vu à la télé)**, 1995  
 vue d'installation et figurant recruté par petites annonces  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble



(table, chaise, TV magnétoscope, vidéo) Olivier Sadoine  
 Apparition : favori que le meilleur gagne", poster photocopié, tee shirt "vu à la télé" photos prises avec des personnalités et documents, cadre contenant un morceau du caraco de Maité arraché lors d'un concert de Prince.)

**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (vu à la télé)**, 1995  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble  
 (détail) photographies d'Olivier Sadoine avec des personnalités encadrées - © collection Olivier Sadoine



**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (as seen on tv)**, 1995  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble  
 (détail) Olivier Sadoine's framed photos with famous people - © Olivier Sadoine collection

**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (vu à la télé)**, 1995  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble  
 Installation (détail) Curriculum vitae et photos d'Olivier Sadoine



**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (as seen on tv)**, 1995  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble  
 Installation (détail) Olivier Sadoine's resumè and photos

**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (vu à la télé)**, 1995  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble  
 Installation (détail) Annonce publiée dans Booking & free lance;



**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (vu à la télé)**, 1995  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble  
 Installation (détail) poster et documents  
 © collection Olivier Sadoine



**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (as seen on tv)**, 1995  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble  
 Installation (détail) Poster and documents  
 © Olivier Sadoine collection

**Matthieu LAURETTE**  
**Apparitions : MAX**  
 vue de l'installation  
 5 juin - 2 juillet 98 - In Vitro, Genève



mai 95 suite 269 (Deutsche Ausgabe), juillet 95 page 145 (édition française), à paraître (edizione italiana)

**Matthieu LAURETTE**  
**Apparitions : MAX**  
 vue de l'installation



Play list : let's dance (détail) 1997



Installation sonore à L'atelier Sordani (CD exemplaire unique, compilation mixée de musiques pour danser choisies par les artistes et commissaires de l'exposition, chaîne stéréo, tracts) & intervention à La Sorbonne (stickers apposés sur les CD recommandés par les artistes)  
 Exposition From one point to another, été 97, L'atelier Sordani, Nice

**Matthieu LAURETTE**  
 Play list : let's dance (détail) 1997



Installation sonore à L'atelier Sordani (CD exemplaire unique, compilation mixée de musiques pour danser choisies par les artistes et commissaires de l'exposition, chaîne stéréo, tracts) & intervention à La Sorbonne (stickers apposés sur les CD recommandés par les artistes)  
 Exposition From one point to another, été 97, L'atelier Sordani, Nice

**Matthieu Laurette**  
 Play list : let's dance, 1997  
 Exposition From one point to another, été 97, L'atelier Sordani, Nice



(détail) vue de l'intervention à La Sorbonne (stickers apposés sur les CD recommandés par les artistes)

**Apparitions (sélection 93/95)**  
 Installation vidéo, 1995  
 téléviseur et magnétoscope fixé sur support mural orientable placé en hauteur et K7 vidéo 14" montée en boucle



(cristal) "Tournez manège" (TF1 - 18 mars 69) - "Françoise si vous parlez" (France 3 - 26 avril 69) - "Fouï Fouï" (France 2 - 26 février 64) - "Vincent à l'honneur" (France 3 - 2 décembre 64) - "Rapido annonces" (MCM - 12 au 16 décembre 64) - "La grande famille" sujet : le neveu pas de chez moi" (Canal+ - 5 janvier 68)

**Matthieu LAURETTE**  
 en haut à gauche : **Apparitions (sélection 93/95)** Installation vidéo, 1995



vue d'accrochage exposition "Homo Zappi, Zappiens"  
 1998. Galerie Art & Essai, Rennes, France

**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (vu à la télé)**, 1995  
 vue d'installation et figurant recruté par petites annonces  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble



**Matthieu LAURETTE**  
**Olivier Sadoine (seen on tv)**, 1995  
 installation view & walk-on actor  
 Cosmos, MAGASIN, Grenoble

**Matthieu LAURETTE**  
**Apparitions : MAX**  
 vue de l'installation  
 5 juin - 2 juillet 98 - In Vitro, Genève



(détail) Max, juillet 95 page 145 (édition française)

**Matthieu Laurette**  
 vue de l'installation : Le système : Dossier FEMIS (1996), Table Duplicata (1994/96), Apparitions (sélection 93/96)



Exposition : Pierre Joseph / Matthieu Laurette, 97  
 FRAC Languedoc Roussillon Montpellier  
 © Photo J.L. Fournier

**Matthieu LAURETTE**  
**La bibliothèque dispersée**  
 Installation permanente dans les rayonnages jusqu'à l'an 2000 - Bibliothèque ST Bruno, Grenoble  
 (détail) vue d'une étagère du rayon art



(détail) vue d'une étagère du rayon art (91 livres en prêt classés par thèmes et empruntables comme les autres ouvrages.) Les livres sont réparables par trois moyens - une étiquette supplémentaire sur la tranche, un tampon à l'intérieur indiquant "en prêt jusqu'à l'an 2000" et un code informatique spécifique.

**Matthieu Laurette**  
 vue d'installation / installation view : Artist's studio spycam - version Montpellier 1.0, Apparition Showbiz CTV a tribute to JLG



Exposition : Pierre Joseph / Matthieu Laurette, 97  
 FRAC Languedoc Roussillon Montpellier  
 © Photo J.L. Fournier

**Matthieu Laurette**  
 vue de l'installation : Le système : Dossier FEMIS (1996), Table Duplicata (1994/96), Apparitions (sélection 93/96)



Dossier photocopié rédigé par Benjamin Leroux, étudiant en cinéma, table "duplicata" démontable (1 plateau blanc stratifié + 4 pieds dévissables), 2 chaises, téléviseur et magnétoscope fixé sur support mural orientable placé en hauteur et K7 vidéo 20" montée en boucle  
 Exposition : Pierre Joseph / Matthieu Laurette, mars 97  
 FRAC Languedoc Roussillon Montpellier

**Matthieu Laurette**  
 vue d'installation : (de gauche à droite) Artist's studio spycam - version Montpellier 1.0, Apparition Showbiz CTV a tribute to JLG, Composit



Exposition : Pierre Joseph / Matthieu Laurette, 97  
 FRAC Languedoc Roussillon Montpellier  
 © Photo J.L. Fournier

**Matthieu Laurette**  
**Play list : let's dance**, 1997  
 Exposition From one point to another, 1997, L'atelier Sordani, Nice



(détail) installation sonore à L'atelier Sordani (CD exemplaire unique, compilation mixée de musiques pour danser choisies par les artistes et commissaires de l'exposition, chaîne stéréo, tracts) & intervention à La Sorbonne (stickers apposés sur les CD recommandés par les artistes)

**Matthieu LAURETTE**  
 Play list : let's dance (détail) 1997



Installation sonore à L'atelier Sordani (CD exemplaire unique, compilation mixée de musiques pour danser choisies par les artistes et commissaires de l'exposition, chaîne stéréo, tracts) & intervention à La Sorbonne (stickers apposés sur les CD recommandés par les artistes)  
 Exposition From one point to another, été 97, L'atelier Sordani, Nice

**Matthieu LAURETTE**  
 Play list : let's dance (détail) 1997



Installation sonore à L'atelier Sordani (CD exemplaire unique, compilation mixée de musiques pour danser choisies par les artistes et commissaires de l'exposition, chaîne stéréo, tracts) & intervention à La Sorbonne (stickers apposés sur les CD recommandés par les artistes)  
 Exposition From one point to another, été 97, L'atelier Sordani, Nice

**Matthieu Laurette**  
 Play list : let's dance, 1997  
 Exposition From one point to another, été 97, L'atelier Sordani, Nice



(détail) vue de l'intervention à La Sorbonne (stickers apposés sur les CD recommandés par les artistes)

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
619KBB75, Paris, 1998  
courtesy Laurence Hazout/Mobile 2000



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
Exposition 619KBB75, Paris, 1998  
courtesy Laurence Hazout/Mobile 2000



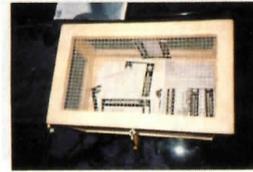
**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
Exposition 619KBB75, Paris, 1998  
courtesy Laurence Hazout/Mobile 2000



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)

**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)



**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
619KBB75, Paris, 1998  
courtesy Laurence Hazout/Mobile 2000

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
619KBB75, Paris, 1998  
courtesy Laurence Hazout/Mobile 2000



**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
(détail) Tirage au sort à la Caisse des Dépôts & Consignations, 18 décembre 97



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)  
(détail) the draw at la Caisse des Dépôts & Consignations, 18 th of decembre 1997  
619KBB75, Paris, 1998 © Laurence Hazout/Mobile 2000

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
Exposition 619KBB75, Paris, 1998  
courtesy Laurence Hazout/Mobile 2000



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)  
(détail) le tirage au sort à la Caisse des Dépôts & Consignations, 18 décembre 97  
619KBB75, Paris, 1998 © Laurence Hazout/Mobile 2000

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
(détail) Tirage au sort à la Caisse des Dépôts & Consignations, 18 décembre 97



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)  
(détail) the draw at la Caisse des Dépôts & Consignations, 18 th of decembre 1997  
619KBB75, Paris, 1998 © Laurence Hazout/Mobile 2000

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
(détail) remise du chèque au gagnant Mr Valentin à la Caisse des Dépôts & Consignations, 21 décembre 1997



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)  
(détail) cheque hand over to the winner at la Caisse des Dépôts & Consignations, the 21 th of decembre 1997  
619KBB75, Paris, 1998 © Laurence Hazout/Mobile 2000

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
Exposition 619KBB75, Paris, 1998  
courtesy Laurence Hazout/Mobile 2000



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)  
(détail) le tirage au sort à la Caisse des Dépôts & Consignations, 18 décembre 97  
619KBB75, Paris, 1998 © Laurence Hazout/Mobile 2000

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
(détail) remise du chèque au gagnant Mr Valentin à la Caisse des Dépôts & Consignations, 21 décembre 97



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)  
(détail) cheque hand over to the winner at la Caisse des Dépôts & Consignations, the 21 th of decembre 1997  
619KBB75, Paris, 1998 © Laurence Hazout/Mobile 2000

**Gagnez le remboursement de votre vignette 98**  
(Bulletins, urne, marquage sur portières, tirage au sort, règlement déposé chez huissier...)  
(détail) remise du chèque au gagnant Mr Valentin à la Caisse des Dépôts & Consignations, 21 décembre 97



**Win and have your 1998 Road Tax paid for**  
(application forms, ballot box, stickers on car doors, competitions rules supervised by a bailiff...)  
(détail) cheque hand over to the winner at la Caisse des Dépôts & Consignations, the 21 th of decembre 1997  
619KBB75, Paris, 1998 © Laurence Hazout/Mobile 2000

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



(détail) inserts vidéo dans programme publicitaire  
(detail) video inserts in the middle of publicity message  
Hoog Catharijne Bizboard, Utrecht Central Station

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12/May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



(détail) Tee-shirts «gezien op tv» & «as seen on tv»

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



(détail) Tee-shirts «gezien op tv» & «as seen on tv»

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



(détail) Tee-shirts «gezien op tv» & «as seen on tv»

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



(détail) inserts vidéo dans programme publicitaire  
(detail) video inserts in the middle of publicity message  
Hoog Catharijne Bizboard, Utrecht Central Station

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view  
(60 lots offerts par les commerçants locaux, podium, tirage au sort...)  
(60 lots offered by local stores, podium, draw....)

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



(détail) inserts vidéos dans programme publicitaire  
(detail) video inserts in the middle of publicity message  
Hoog Catharijne Bizboard, Utrecht Central Station

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view (detail)  
(60 lots offerts par les commerçants locaux, podium, tirage au sort...)  
(60 lots offered by local stores, podium, draw....)

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view (detail)  
(60 lots offerts par les commerçants locaux, podium, tirage au sort...)  
(60 lots offered by local stores, podium, draw....)

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view (detail)  
(60 lots offerts par les commerçants locaux, podium, tirage au sort...)  
(60 lots offered by local stores, podium, draw....)

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view (detail)  
(60 lots offerts par les commerçants locaux, podium, tirage au sort...)  
(60 lots offered by local stores, podium, draw....)

**Matthieu LAURETTE**  
**APPLAUS**  
12 avril /10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view (detail)  
(60 lots offerts par les commerçants locaux, podium, tirage au sort...)  
(60 lots offered by local stores, podium, draw....)

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view  
(détail) tirage au sort, 11 avril 1998  
(detail) the draw, April 11 1998

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view  
(détail) tirage au sort, 11 avril 1998  
(detail) the draw, April 11 1998

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view  
(détail) tirage au sort, 11 avril 1998  
(detail) the draw, April 11 1998

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



© Photo Casco

(détail) gagnant et son lot (radio réveil)  
(detail) winner with his lot (radio alarm clock)

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



© Photo Dominique Panhuyzen

vue d'installation / installation view  
(détail) tirage au sort, 11 avril 1998  
(detail) the draw, April 11 1998

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view  
(détail) tirage au sort, 11 avril 1998  
(detail) the draw, April 11 1998

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



© Photo Casco

(détail) gagnante et son lot  
(detail) a winner and her lot

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



© Photo Casco

(détail) gagnante et son lot (Utrecht sketchbook)  
(detail) a winner and her lot (Utrecht sketchbook)

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view  
(détail) tirage au sort, 11 avril 1998  
(detail) the draw, April 11 1998

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



vue d'installation / installation view  
(détail) tirage au sort, 11 avril 1998  
(detail) the draw, April 11 1998

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



(détail) gagnante et son lot (happy meal Donald)  
(detail) a winner and her lot (happy meal Donald)

Matthieu LAURETTE  
APPLAUS  
12 avril / 10 mai 1998 - April 12 / May 10 1998  
Casco, Utrecht, The Netherlands



(détail) gagnante et son lot (aquarium avec poissons rouges)  
(detail) a winner and her lot (aquarium goldfishes)

Citizenship project  
Homepage 1.0  
1998



vue d'installation / installation view  
Identité Gloire et Beauté, Centre d'art Moderne,  
Montreuil

Apparitions, pressbook, produits remboursés,  
1996-97



(détail) Apparition : Tout le monde pourrait manger  
gratuits, mais personne n'en profite, interview de Victor  
Mandon, Newlook N°166, juillet, (pages 4, 24, 25)

Projection, Eliane Soleil, 06/10/98, Paris  
1998, retroprojection video 57 min  
vue de l'installation à Bruits Secrets, CCC, Tours



Projection, Eliane Soleil, 06/10/98, Paris  
1998, retroprojection video 57 min  
vue de l'installation à Bruits Secrets, CCC, Tours



Matthieu Laurette  
Citizenship project  
Homepage 1.0  
1998



vue d'installation / installation view  
Identité Gloire et Beauté, Centre d'art Moderne,  
Montreuil

Matthieu Laurette  
Apparitions, pressbook, produits remboursés,  
1996-97



(détail) Apparition : Syö ja pese ilmaiseksi!  
markkinataloudessa. Vihreät lanka N°8, 19 fevner (pages  
1 & 12)

Matthieu Laurette  
Projection, Eliane Soleil, 06/10/98, Paris  
1998, retroprojection video 57 min  
vue de l'installation à Bruits Secrets, CCC, Tours



Matthieu LAURETTE  
Projection, Eliane Soleil, 06/10/98, Paris  
1998, video retroprojection 57min  
installation view at Bruits Secrets, CCC, Tours

Matthieu Laurette  
Projection, Eliane Soleil, 06/10/98, Paris  
1998, retroprojection video 57 min  
vue de l'installation à Bruits Secrets, CCC, Tours



Matthieu LAURETTE  
Projection, Eliane Soleil, 06/10/98, Paris  
1998, video retroprojection 57min  
installation view at Bruits Secrets, CCC, Tours

exposition  
BRUITSECRETS  
20 juin - 20 sept. 98



video "Le moteur" Laurent Chambert,  
video de Matthieu Laurette,  
"Smoke" de Patrick Martinez  
mentions obligatoires  
CCC Tours - photo. A. Morin

Matthieu Laurette  
Apparitions, Money-back, products, 1996-97  
video installation (TV, VCR, articulated wall  
bracket, video 50')



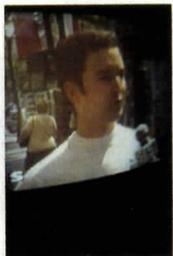
Apparitions, produits remboursés, 1996-97  
installation video (l'écran imagé en hauteur et 7  
video 50' en boucle)

exposition  
BRUITSECRETS  
20 juin - 20 sept. 98



Didier Courbot, Matthieu Laurette  
Delphine Colinet, Philippe Mestre  
mentions obligatoires  
CCC Tours - photo. A. Morin

Matthieu Laurette  
Le spectacle n'est pas terminé  
1998



video installation (détail)  
courtesy Galerie Jousse Seguin

Matthieu Laurette  
"Je passe à la télé", 1996  
diamètre 950mm  
(middlebenbronea.support.bohlsdesignement)



GALERIE JOUSSE SEGUIN  
34, rue de Charonne 75011 PARIS  
Tél.: 01 47 00 32 35 - Fax: 01 40 21 82 95

Matthieu LAURETTE  
Tee shirt "As seen on tv"  
unlimited edition, 1998  
courtesy Galerie Jousse Seguin



"if you appear with this tee-shirt return a vis tape with your appanition -- you will get your money back and your tape will be used by Matthieu Laurette.

Matthieu Laurette  
Le spectacle n'est pas terminé  
1998



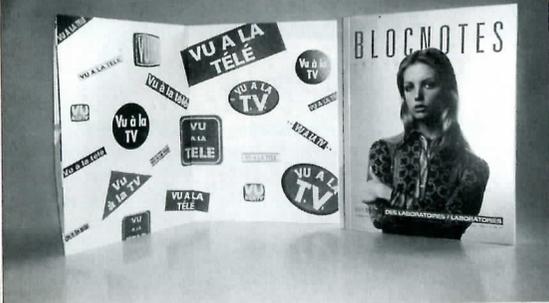
# SI VOUS AVEZ MANQUÉ LE DÉBUT... NAME DROPPING PROPOS RECEUILLIS PAR HUGUES ROYER IF YOU MISSED THE BEGINNING... NAME DROPPING INTERVIEWS BY HUGUES ROYER



TRANSLATION: S. PLEASANCE & F. WOODS

**FRANK PERRIN** — *I met Matthieu Laurette at the School of Fine Arts in Grenoble, where I teach general culture. He was in his fifth year there. I can remember a lively, dynamic student, outgoing, asking lots of questions, keen to go further, and already a step ahead of his studies. In a word, he stood out, and we started to work together away from the school, in a public place. In 1994, he did a project for the 8th issue of Blocnotes, "Des Laboratoires / On Laboratories", which was planned as an exhibition area. On a double page, he arranged "as seen on TV" logos. Next, in April 1995, I invited him to take part in the Cosmos show at Le Magasin in Grenoble. The main aim of this multi-directional group exhibition was to show the way research fabs out in contemporary art and its many different forms of input — and extract any pioneering molecules. This is why the subtitle was "Fragments futurs / Future fragments". The way it was hung*

**FRANK PERRIN** — C'est aux Beaux-Arts de Grenoble, où j'enseigne la culture générale, que j'ai rencontré Matthieu Laurette; il était en cinquième année. J'ai le souvenir d'un étudiant vivant et dynamique, allant vers l'autre, posant beaucoup de questions, animé par l'envie d'aller plus loin, et déjà au-delà de ses études. Bref, il était singulier, et nous avons commencé à travailler ensemble en dehors du champ de l'école vers un espace public. En 1994, il a fait un projet pour le numéro 8 de *Blocnotes*, « Des laboratoires », qui était conçu comme un espace d'exposition: sur une double-page, il a disposé des logos « vu à la télé ». Ensuite, en avril 1995, je l'ai invité à participer à l'exposition *Cosmos*, au *Magasin*, à Grenoble. Cette exposition collective et multidirectionnelle voulait avant tout montrer la nature arborescente de la recherche en art contemporain, ses multiples entrées, extraire des molécules avant-coureuses.



C'est pourquoi le sous-titre était « Fragments futurs ». L'accrochage donnait délibérément une impression d'éclat: il y avait des zones correspondant à des problématiques, un « cabinet des ambiances », une « sphère amoureuse », une « section des urgences », etc... Cosmos a réuni cinquante artistes de toutes les générations, dont six de Grenoble. Matthieu Laurette était dans le module « bureau des réseaux et des networks ». Il a présenté une compilation rétrospective de ses *Apparitions* à la télévision et un nouveau projet avec un figurant recruté par petite annonce. La proposition était intéressante, parce qu'il déléguait et programait une apparition: il n'apparaissait plus, il faisait apparaître. Les deux installations étaient suffisamment espacées pour qu'il n'y ait pas de confusion.

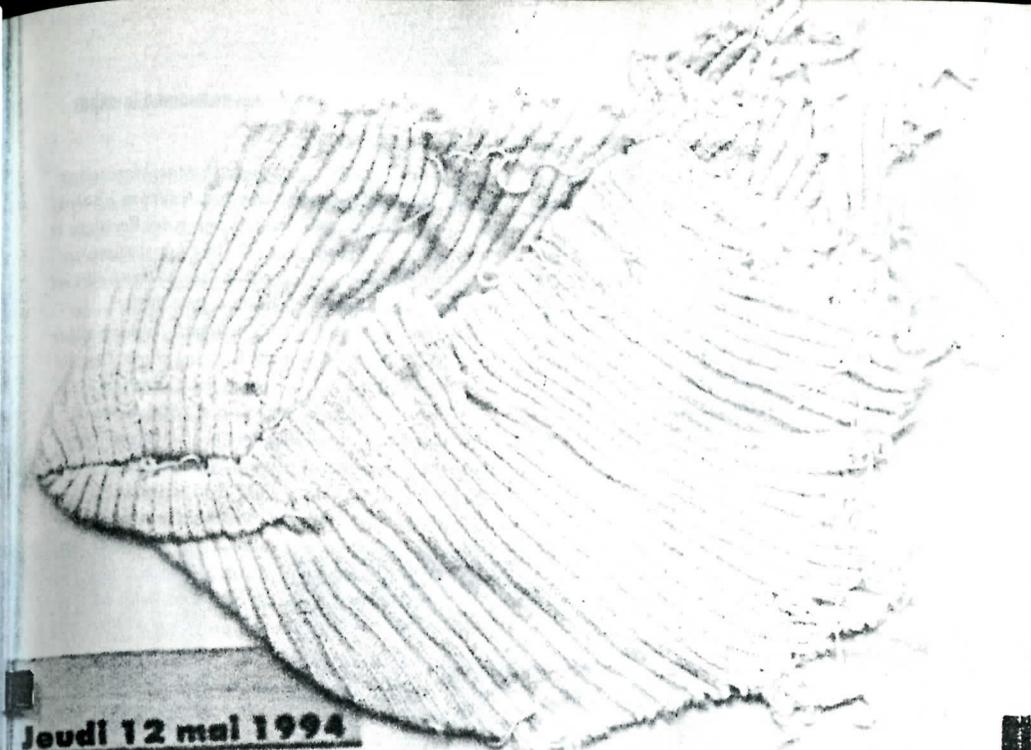
**OLIVIER SADOINE** — Je travaille comme DJ en discothèque depuis huit ans. Il y a trois ans, j'ai commencé à prendre des cours de théâtre. C'est comme ça que j'ai répondu à la petite annonce de Matthieu Laurette. J'ai dû la voir dans *Booking & Free Lance*. Elle disait: « artiste contemporain cherche acteur figurant ». J'étais au Conservatoire de Bourgoin-Jallieu, tout près de Grenoble, où a eu lieu l'exposition. La première rencontre avec Matthieu s'est super bien passée. Il avait sélectionné les candidats sur photos, en écartant les gens de Paris; comme c'était une participation bénévole, il ne voulait pas qu'ils aient des frais de TGV. Ce qui lui a plu chez moi, c'est que j'avais fait quelques apparitions à la télé pour me faire repérer. Surtout, j'avais 5'30 d'antenne dans l'émission

Si vous avez manqué le début

*created an intentional impression of fragmentation. There were areas earmarked for various sets of problems: an "ambiance room", a "love sphere", an "emergency department", and so on. Cosmos brought 50 artists together from every generation, and six were from Grenoble. Matthieu Laurette was in the "networks office". He showed a retrospective compilation of his "Apparitions / Appearances" on TV, and a new project with a walk-on actor recruited by a small ad. The proposal was interesting, because he delegated and programmed an appearance: he himself no longer appeared, he got someone else to appear. The two installations were set well enough apart to avoid any confusion.*

**OLIVIER SADOINE** — *I've been a DJ in a disco for eight years. Three years ago, I started to take drama lessons. This is how I happened to answer Matthieu Laurette's ad. I must have seen it in Booking Free Lance. It said: "Contemporary artist seeks extra". I was at the Bourgoin-Jallieu Conservatory, near Grenoble, where the exhibition*

PAGE PRÉCÉDENTE. APPARITIONS (SÉLECTION 93/95) - 1995. INSTALLATION VIDÉO (TÉLÉVISEUR, MAGNÉSCOPE, BRAS SUPPORT MURAL ORIENTABLE PLACÉ EN HAUTEUR ET K7 VIDÉO 14" MONTÉE EN BOUCLE) // BANDE VIDÉO (EXTRAITS TV): "TOURNEZ MANÈGE" (TF1 - 19 MARS 1993) + "FRANCAIS SI VOUS PARLIEZ" (FRANCE 3 - 28 AVRIL 1993) + "FROU FROU" (FRANCE 2 - 26 FÉVRIER 1994) + "VINCENT À L'HEURE" (FRANCE 3 - 2 DÉCEMBRE 1994) + "RAPIDO ANNONCES" (MCM - 12 AU 18 DÉCEMBRE 1994) + "LA GRANDE FAMILLE": SUJET "JE NE SORS PAS DE CHEZ MOI" (CANAL + - 5 JANVIER 1995) // VUE D'INSTALLATION "COSMOS, DES FRAGMENTS FUTURS", 1995, MAGASIN - CNAC, GRENOBLE // PREVIOUS PAGE: APPARITIONS (93 / 95 SELECTION) - 1995. VIDEO INSTALLATION (TV SET, VCR, ARTICULATED WALL BRACKET, 14" VIDEO ON A LOOP) // VIDEO TAPE (TV EXCERPTS): "TOURNEZ MANÈGE" (TF1 - MARCH 19 1993) + "FRANCAIS SI VOUS PARLIEZ" (FRANCE 3 - APRIL 28 1993) + "FROU FROU" (FRANCE 2 - FEBRUARY 26 1994) + "VINCENT À L'HEURE" (FRANCE 3 - DECEMBER 2 1994) + "RAPIDO ANNONCES" (MCM - DECEMBER 12 / 18 1994) + "LA GRANDE FAMILLE": "JE NE SORS PAS DE CHEZ MOI" (CANAL + - JANUARY 5 1995) // INSTALLATION VIEW "COSMOS, DES FRAGMENTS FUTURS", 1995, MAGASIN - CNAC, GRENOBLE // EN HAUT: VU À LA TÉLÉ - INSERT DANS "BLOGNOTES" N°8: "DES LABORATOIRES / LABORATORIES" - HIVER 95, PP. 6-7, 116 (LOGOS "VU À LA TV" DISPOSÉS SUR DOUBLE PAGE ET CV APPARITIONS) // TOP: AS SEEN ON TV - INSERT IN "BLOGNOTES" N°8: "DES LABORATOIRES / LABORATORIES" - WINTER 95, PP. 6-7, 116 ("AS SEEN ON TV" LOGOS ARRANGÉS ON A DOUBLE PAGE, APPARITIONS / APPEARANCES CV) // À DROITE: OLIVIER SADOINE (VU À LA TÉLÉ) - 1995: (DÉTAIL) MORCEAU DU CARACO DE MAITÉ ARRACHÉ LORS D'UN CONCERT PRIVÉ DE PRINCE ET ARTICLE DU JOURNAL "LE PARISIEN" ENCADRÉS. // COLLECTION OLIVIER SADOINE // RIGHT: OLIVIER SADOINE (AS SEEN ON TV) - 1995: (DETAIL) FRAMED PIECE OF THE CAMISOLE SNATCHED FROM MAITÉ DURING A PRIVATE PRINCE CONCERT AND ARTICLE IN THE NEWSPAPER "LE PARISIEN" // OLIVIER SADOINE COLLECTION



Joué le 12 mai 1994

APRES « NULLE PART AILLEURS »

## Le fan fétichiste de Prince

**A**U Bataclan, lors du concert événementiel donné jeudi dernier par Prince, après son passage éclair dans « Nulle Part Ailleurs » sur Canal+, sa danseuse Maïté s'est fait arracher son caraco par un spectateur et a fini les seins nus. Ce spectateur, nous l'avons retrouvé. Il s'agit d'un jeune homme de la grande banlieue lyonnaise, Olivier Sadoine, vingt ans, électricien en bâtiment. Il n'a pas honte de son geste. « J'ai fait cela par jeu, quand on voit les splendeurs qui existent et quand on voit ce qu'on se tape! » dit-il.

Maïté s'était jetée trois fois dans le public. À la tentative suivante, Olivier n'a pas pu résister. « J'ai arraché son caraco, raconte-t-il, et il ne m'est resté dans la main que la partie arrière. Je la garde en souvenir ». Olivier, le fan de Prince, adore collectionner ce genre de souvenirs de concert. Fan également de Vanessa, il a toujours espéré obtenir son harmonica, jusqu'à porter un tee-shirt sur lequel il est écrit: « L'harmonica, mon amour. » Vanessa lui a, d'ailleurs, envoyé un bonbon!

Jeudi dernier, avant de se rendre au Bataclan, Olivier

aurait bien aimé pouvoir pénétrer dans les coulisses de « Nulle Part ailleurs » pour voir Prince, qu'il considère « comme un dieu vivant, le fils spirituel de Jimi Hendrix ». Mais les invités étant triés sur le volet, il n'a pas eu cette chance. Avec un copain, Dehia Ali, vingt-cinq ans, le plus grand fan de la région lyonnaise, il est alors allé avenue Foch, au domicile parisien de celui qui ne veut plus qu'on l'appelle Prince. Le concierge les a éconduits, leur disant tout de même que Prince serait au Bataclan. Le tuyau était bon.

Yves Berton



EN HAUT : OLIVIER SADOINE (VU À LA TÉLÉ) - 1995 : INSTALLATION ET FIGURANT RECRUTÉ PAR PETITE ANNONCE // (TABLE, CHAISE, TV, MAGNÉTOSCOPE, VIDÉO "OLIVIER SADOINE APPARITION : FAVORI QUE LE MEILLEUR GAGNE" EN BOUCLE, TRACTS, POSTER PHOTOCOPIÉ, T-SHIRT "VU À LA TÉLÉ", PHOTOS PRISES AVEC DES PERSONNALITÉS ET DOCUMENTS, MORCEAU DU CARACO DE MAÏTÉ ARRACHÉ LORS D'UN CONCERT PRIVÉ DE PRINCE ET ARTICLE DU "PARISIEN" ENCADRÉS...) // VUE D'INSTALLATION "COSMOS, DES FRAGMENTS FUTURS", 1995, MAGASIN - CNAC, GRENOBLE // COLLECTION OLIVIER SADOINE // TOP : OLIVIER SADOINE (AS SEEN ON TV) - 1995 : INSTALLATION & EXTRA RECRUITED BY A SMALL AD // (TABLE, CHAIR, TV SET, VCR, VIDEO "OLIVIER SADOINE APPARITION : MAY THE BEST MAN WIN FAVOURITE" ON A LOOP, FLYERS, PHOTOCOPIED POSTER, "AS SEEN ON TV" T-SHIRT, PHOTOS TAKEN WITH FAMOUS PEOPLE, FRAMED PIECE OF THE CAMISOLE SNATCHED FROM MAÏTÉ DURING A PRIVATE PRINCE CONCERT AND ARTICLE IN THE NEWSPAPER "LE PARISIEN") // INSTALLATION VIEW "COSMOS, DES FRAGMENTS FUTURS" 1995, MAGASIN - CNAC, GRENOBLE, FRANCE // OLIVIER SADOINE COLLECTION // EN BAS : OLIVIER SADOINE (VU À LA TÉLÉ) - 1995 : (DÉTAIL) TRACT // BOTTOM : OLIVIER SADOINE (AS SEEN ON TV) - 1995 : (DÉTAIL) FLYER // À DROITE : LA BIBLIOTHÈQUE DISPERSÉE - 1995 : INSTALLATION PERMANENTE DANS LES RAYONNAGES JUSQU'À L'AN 2000 // (LIVRES EN PRÊT CLASSÉS PAR THÈMES ET EMPRUNTABLES COMME LES AUTRES OUVRAGES. LES LIVRES SONT REPÉRABLES PAR TROIS MOYENS : UNE ÉTIQUETTE SUPPLÉMENTAIRE SUR LA TRANCHE, UN TAMPON À L'INTÉRIEUR INDICANT "EN PRÊT JUSQU'À L'AN 2000" ET UN CODE INFORMATIQUE SPÉCIFIQUE...) // (DÉTAILS) VUE D'UNE ÉTAGÈRE DU RAYON ART ET TAMPON "EN PRÊT JUSQU'À L'AN 2000" // BIBLIOTHÈQUE ST BRUNO, GRENOBLE // RIGHT : THE SCATTERED LIBRARY - 1995 : PERMANENT INSTALLATION ON THE SHELVES UNTIL THE YEAR 2000 // (BOOKS ON LOAN CLASSIFIED BY TOPIC CAN BE BOLD LIKE OTHER BOOKS. BOOKS CAN BE LOCATED IN THREE WAYS - AN ADDITIONAL STICKER ON THE SPINE, AN INK STAMP MARKED INSIDE READING "ON LOAN UNTIL THE YEAR 2000" AND A SPECIAL COMPUTER-CODE...) // (DETAIL) VIEW OF THE ART SHELVES AND STAMP "ON LOAN UNTIL THE YEAR 2000" // THE ST BRUNO LIBRARY, GRENOBLE

de Nagui, *Que le meilleur gagne*. Et puis, j'avais amené une cinquantaine de photos où j'étais à côté de gens célèbres. Des animateurs télé et des chanteurs : Drucker, Ardisson, Boy George, Pagny... J'ai dit à Matthieu : « Tu veux que je joue un rôle ? » Il m'a dit : « Non, tu es là pour répondre aux questions. Tu expliques aux gens pourquoi tu prends tes photos, pourquoi tu es dans les émissions, comment faire pour y

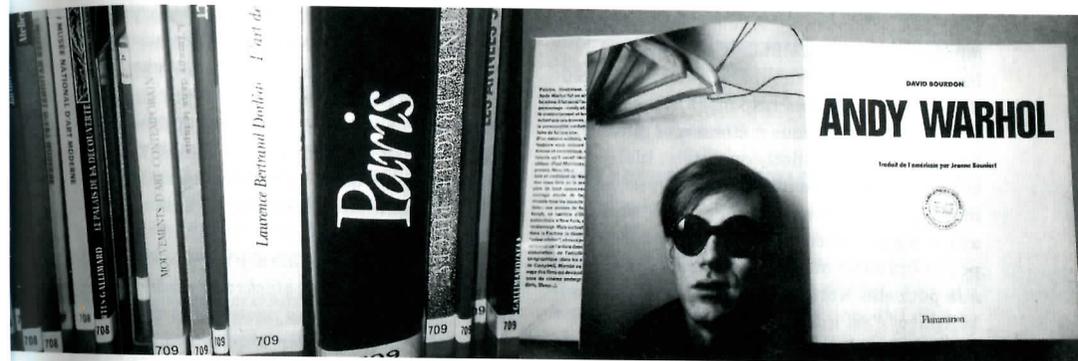
### Si vous avez manqué le début

was held. My first meeting with Matthieu went really well. He'd selected candidates from photos, putting people from Paris to one side. Because it was a voluntary thing, he didn't want them to have to fork out for the train fare. What he liked about me was that I'd made a few TV appearances to get myself noticed. In particular I had 5'30 of airtime on the Nagui show, *Que le Meilleur Gagne* [May the best man win]. In addition I'd brought along about 50 photos of myself with famous people. TV hosts and singers — Drucker, Ardisson, Boy George, Pagny... I said to Matthieu: "You want me to play a part?" He replied: "No, you're here to answer questions. To explain to people why you take your photos, why you're in those programmes, how you get on them, who to phone and write to, and so on". A week went by between the recruitment session and the opening. But everything happened smoothly. We even signed a contract in case my photos were damaged or burnt. Actually, on 25 March 1995, in that huge Grenoble warehouse called Le Magasin, I did exactly what I do when my friends come round to my place and ask me to show them my photos with well-known people. There must have been about fifty artists, and Matthieu wandered from stand to stand. Now and then he came to check that everything was okay. Somewhere else in Le Magasin a screen was showing his own "appearances". There was a small table beside me with a TV set on it. It was showing my conversation with Nagui in *May the Best Man Win*, on a loop. I



### If you missed the beginning

was telling him about one of my exploits at a private Prince concert. I'd managed to catch hold of his dancer Maïté's camisole, just when she was throwing herself into the audience. Because I didn't let go of it and the bodyguards were pulling her in the other direction, she ended up on stage topless... Behind me there was a big poster of me attached to a 6 foot by 10 foot screen, wearing a "seen on TV" T-shirt. After the show, a friend asked me for it, saying: "I'm your first fan". There was also a large frame where Matthieu had told me to set up my photos the way I wanted.



I had to stay on my feet, answering questions from people from 5 pm to 10 pm. I didn't take breath. Matthieu chose me for that, too, because I'm easy to get along with. People were fascinated. They said to me: "So where did you meet that guy? What were the circumstances?" There were also lots of tabloid-type questions: "Is it true he's going out with what's her name? And isn't that guy gay?" I'd brought photos of stars so I could hand them out. A 14-year-old girl flashed on a photo of Vanessa Paradis. Because I'm a fan, we exchanged a few words. And when she saw me on the TV screen, she asked me to sign a photo of Vanessa for her! I loved doing that.

**MARIE-HÉLÈNE TREMBLEAU** — In the summer of 1995, Matthieu Laurette got in touch with the St. Bruno Library in Grenoble, which I run.

participer, à qui téléphoner, à qui écrire, etc... » Entre le recrutement et le vernissage, il s'est passé une semaine. Mais tout s'est préparé sans bousculade. En fait, le 25 mars 1995, au *Magasin* de Grenoble, j'ai fait exactement ce que je fais quand mes amis viennent chez moi et me demandent de leur montrer mes photos avec les gens connus. Il devait y avoir une cinquantaine d'artistes, et Matthieu se baladait de stand en stand. De temps en temps, il venait voir si tout se passait bien. Derrière moi, il y avait un poster grandeur nature de moi accroché sur un paravent de 2 mètres sur 3 où je portais un T-shirt « vu à la télé ». Il y avait aussi un grand cadre où Matthieu m'avait dit d'installer

mes photos comme je voulais. À ma droite, j'avais une petite table avec une télé. On y voyait en boucle ma conversation avec Nagui dans *Que le meilleur gagne*. Je racontais mon exploit à un concert privé de Prince. J'avais réussi à attraper par derrière le caraco de Maïté, sa danseuse, au moment où elle se jetait dans le public. Comme je ne le lâchais pas et que les gardes du corps tiraient dans l'autre sens, elle s'est retrouvée sur scène avec les seins nus... Je suis resté debout, à répondre aux questions des gens, de 17 à 22 heures. Je n'arrêtais pas de parler. Matthieu m'a choisi pour ça aussi, parce que j'ai le contact facile. Les gens étaient intrigués. On me disait : « Alors lui, tu l'as rencontré où ? » Il y avait aussi beaucoup de questions du genre les Potins de *Voici* : « Lui,

Amikam Toren Hand in Glove  
75034 Paris  
Tél : 01 42 78 03 97 Fax : 01 42 74 54 00

**21 GALERIE METEO**  
mardi-venredi 14h-19h  
24, rue Sainte Croix de la Bretonnerie  
75034 Paris  
Tél : 01 42 78 03 97 Fax : 01 42 74 54 00

**22 GHISLAIN MOLLET-VIEVILLE** agent d'art  
Expert Art Médium & Contemporain (sur rdv)  
52, rue Crozatier  
75012 Paris  
Tél : 01 40 02 07 40 Fax : 01 40 02 07 50

**1 GALERIE NELSON**  
mardi-samedi 14h-19h  
40, rue Quincampoix  
75004 Paris  
Tél : 01 42 71 74 56 Fax : 01 42 71 74 58

**3 GALERIE NATHALIE OBADIA**

Expositions à la demande G. Amer, M. Blaussyld, N. Dolla, P. Everaert D. Figarella, R. Flexner, P. Lebrat, E. Mercier, J.L. Mylayne, P. Mayaux, E. Prulhière, P. Ramette, M. Ritchie, C. Zagari

**Nourrissez un artiste à partir de 100 F et vous serez remboursés par les plus grandes marques.**  
Pour cela, il suffit d'envoyer votre règlement accompagné d'un RIB et d'une enveloppe timbrée à Matthieu Laurette c/o Ghislain Mollet-Vieville. Vous recevrez un reçu notifiant les produits "ter achat remboursé" et "satisfait ou remboursé" consommés par l'artiste et les remboursements correspondants...

Bruno Yvonne Plus qu'hier, moins que demain jusqu'au 1 mars  
Marie-José Burki 8 mars - 12 avril  
Harald Klingelhöller 19 avril - 31 mai

19 fév. - 16 mars  
Georges Adéagbo

c'est vrai qu'il sort avec machine? Et lui, il serait pas homosexuel? » J'avais apporté des photos de stars pour les distribuer. Une gamine de quatorze ans a flashé sur une photo de Vanessa Paradis. Comme je suis fan, on a discuté un moment. Et quand elle m'a vu sur l'écran de télé, elle m'a demandé de lui dédicacer la photo! J'ai adoré.

**MARIE-HÉLÈNE TREMBLEAU** — Matthieu Laurette a contacté la bibliothèque St Bruno de Grenoble, dont je suis responsable, pendant l'été 1995. Sa demande nous a étonnés et amusés. Il nous a dit: « La bibliothèque prête; moi, je voudrais inverser la démarche et prêter à la bibliothèque. » Des dons de lecteurs, nous en avons régulièrement. Les gens nous amènent des polars crasseux ou des « Arlequin » qui finissent à la poubelle. L'originalité de la démarche de Matthieu, c'est qu'il nous a prêté ses livres jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2000. Il n'a pas fait de tri. Pour certains exemplaires rares de catalogues d'exposition, je lui ai dit qu'il prenait des risques. Nous en avons écarté certains pour des questions de format ou d'absence de reliure. Au total, il y a 90 livres répertoriés au catalogue; le fonds de Matthieu Laurette représente 0,71 % du fonds total.

Matthieu a voulu que sa bibliothèque soit dispersée. Ses livres sont répartis dans les différents rayons: 52 en « art » (cinéma, photo et art contemporain), 26 en « roman », 9 en « théâtre et poésie », et les 3 derniers en « philosophie-psychologie ». On les repère très facilement car il a fait imprimer à ses frais des étiquettes jaune fluo qui mentionnent, sur la tranche, en haut: « BIBLIOTHÈQUE DISPERSÉE, Matthieu Laurette ». À l'intérieur est indiqué au tampon-encreur rond: « en prêt jusqu'à l'an

*What he asked for both surprised and amused us. He said to us: "Libraries lend books. Well, I'd like to reverse the process and lend books to the library". We regularly get gifts and donations from readers. People bring us grubby detective novels and Mills & Boon-type romances which end up in the dustbin. What's original about Matthieu's approach is that he's lent us his books until 1 January 2000. The book haven't been selected. When I saw some of the rare copies of exhibition catalogues, I told him I thought he was taking a risk. We put some of the books to one side for reasons of format, or because they weren't properly bound. There are 90 books in all listed in the catalogue. The Matthieu Laurette collection represents 0.71 % of the total collection. Matthieu wanted his library to be scattered. His books are in different stacks: 52 under "art" (film, photography and contemporary art), 26 under "novels", 9 under "theater and poetry", and the last three under "philosophy-psychology". They're very easy to find. At his own expense he's had dayglo yellow labels printed which read, at the top of the spine: "BIBLIOTHÈQUE DISPERSÉE / SCATTERED LIBRARY, Matthieu Laurette". Marked inside the books with a round ink-stamp are the words: "On loan until the year 2000". Apart from this, there's nothing to tell this collection apart from the other books: they all have a bar-code, a call number and a plastic cover. The task of listing and entering the books in the computer files was done by Jacotte Baffert-Forge. She decided to index them with a special code, so as to have precise statistics. According to her figures, the books have been borrowed 250 times since the loan was made in the autumn of 1995, which gives a rate of 2.62 borrowers per book, and this compares well with the borrowing rate for books in the history stacks. Two books have been*

**If you missed the beginning**

*borrowed 17 times: a very large Andy Warhol, published by Flammarion, and Borgès' The Book of Sand. They are closely followed by Marcel Duchamp: he's been borrowed 16 times! But the most surprising thing of all is an architectural magazine, written in Italian and English, Lotus International. It's been borrowed 12 times! For the time being, only about ten of Matthieu Laurette's books have never been taken out of St. Bruno.*

**GHISLAIN MOLLET-VIEVILLE** — *My project with Matthieu Laurette got under way in January 1997. I was interested in his advertisements about money-back products. As an art agent, I organize exhibitions that take a fresh look at the status of the exhibition. I said to Matthieu: "Couldn't we find something that I could advertise under the heading: Galleries: A User's Manual?" His project — Feed an artist with a minimum contribution of 100 francs and you will be reimbursed by the leading brands — was worked out to a tee. When you buy a work from an artist, it's also to help*

À GAUCHE: NOURRISSEZ UN ARTISTE À PARTIR DE 100 FRANCS ET FAITES-VOUS REMBOURSER PAR LES PLUS GRANDES MARQUES... 1997. (DÉTAIL) ANNONCE DANS "GALERIE MODE D'EMPLOI" // LEFT: FEED AN ARTIST WITH A MINIMUM CONTRIBUTION OF 100 FRANCS AND YOU WILL BE REIMBURSED BY THE LEADING BRANDS... 1997. (DÉTAIL) AD IN "GALERIE MODE D'EMPLOI" // EN BAS: NOURRISSEZ UN ARTISTE À PARTIR DE 100 FRANCS ET FAITES-VOUS REMBOURSER PAR LES PLUS GRANDES MARQUES... 1997. (DÉTAILS) CHÈQUE, REÇU // COLLECTION GHISLAIN MOLLET-VIEVILLE, PARIS // BOTTOM: FEED AN ARTIST WITH A MINIMUM CONTRIBUTION OF 100 FRANCS AND YOU WILL BE REIMBURSED BY THE LEADING BRANDS... 1997. (DETAILS) CHEQUE, RECEIPT // GHISLAIN MOLLET-VIEVILLE COLLECTION, PARIS

2000 ». En dehors de cela, rien ne distingue ce fonds des autres livres: ils ont un code-barre, une cote et une couverture en plastique. C'est Jacotte Baffert-Forge qui a classé et inscrit les livres dans le fichier informatique. Elle a choisi de les indexer avec un code spécial, pour avoir des statistiques précises. D'après ses chiffres, les livres sont sortis 250 fois depuis qu'ils ont été mis en place à l'automne 1995; ce qui fait un taux de rotation de 2,62 par livre, comparable à celui des ouvrages du rayon « histoire ». Deux livres sont sortis dix-sept fois: un très gros Andy Warhol, chez Flammarion, et *Le Livre de sable* de Borgès. *Marcel Duchamp* arrive juste derrière: il a été emprunté seize fois! Mais le plus surprenant, c'est une revue d'architecture écrite en italien et en anglais, *Lotus International*: elle est sortie douze fois! Pour l'instant, seule une petite dizaine des livres de Matthieu Laurette ne sont jamais sortis de St Bruno.

**GHISLAIN MOLLET-VIEVILLE** — Mon projet avec Matthieu Laurette s'est mis en place en janvier 1997. J'étais intéressé par ses annonces à propos des produits remboursés. En tant qu'agent d'art, j'organise des expositions qui repensent le statut de l'exposition. J'ai dit à Matthieu: « Est-ce qu'on ne pourrait pas trouver quelque chose que j'annoncerai dans l'affiche *Galleries mode d'emploi*? » Son projet, *Nourrissez un artiste à partir de 100 francs et vous serez remboursés par les plus grandes marques*, a été parfaitement pensé. Quand on achète une œuvre à un artiste, c'est quand même aussi pour l'aider à assurer sa subsistance. Là,

reçu

VENIEZ TROUVER C'EST UN CHÈQUE DE F...  
SÉRIE 02/1993  
Paris  
C'est l'argent  
Matthieu Laurette  
Paris le 28 Dec 96  
J. P. S. P.

Je certifie avoir reçu la somme de 100 francs de M. Ghislain Mollet-Vieville pour acheter:  
- Les produits porteurs des offres "satisfait ou remboursé" et "ter achat remboursé" suivants:  
12 Yaourts Vitae nature, Yoplait 12,95 F  
Paok Bières K, Kronenbourg 22,95 F  
Potée Mexico, William Saurin 9,30 F  
Danettes Grains de malice vanille, Danone 12,95 F  
Blancs de dinde marinés à l'estragon, Herta 16,90 F  
Beurre Bridélice Tartine et cuisson, Bridel 8,15 F  
- ainsi que 6 timbres à 2,70 F pour frais d'envoi des demandes de remboursement.  
Ces sommes vous seront remboursées prochainement par virement sur votre compte ou par chèque bancaire, directement par les marques ou les sociétés de gestion liées aux offres des produits.  
Vous trouverez ci-joint par chèque 0,60 francs, soit la monnaie restante sur votre don.  
N.B. Se décline toute responsabilité si les sommes remboursées par les marques n'avaient été inférieures aux sommes dépensées.

MATTHIEU LAURETTE  
Paris le 3 décembre 1996

ça se passait en direct. De plus, le fait de solliciter des chèques du milieu de l'art était très utile pour Matthieu, parce que ça lui permettait de racheter plusieurs fois le même produit en dérogeant à la règle qui impose qu'un seul produit soit remboursé par famille et par compte.

Il a rempli tous les papiers. En réponse au chèque envoyé, on recevait un récapitulatif de tous les produits qu'il avait achetés, avec leur description, leur prix. Et comme ça ne faisait jamais exactement 100 francs, il nous rendait la monnaie par chèque, par exemple de 1,10 francs. Plus tard, on recevait le remboursement des grandes marques, soit par virement, soit par chèque. Moi, les chèques que j'ai reçus des marques, je les ai gardés pour mes archives, ainsi que le chèque de Matthieu. J'ai même conservé les relevés de banque comme pièces à conviction. Avec ce projet, le rapport du collectionneur et de l'œuvre a pris une tournure inhabituelle: on participait activement à une histoire de l'art sans que notre acquisition ne nous coûte un centime! Matthieu n'a pas été débordé par les réponses. Mais de grands collectionneurs, comme les Billarant, ont participé. Il n'y a pas eu de vernissage, mais un parcours au Monoprix de l'avenue Ledru-Rollin, à côté de chez moi. Un samedi après-midi à 16 heures, Matthieu a emmené une trentaine de personnes à la découverte des produits remboursés. Il y avait tellement de monde qu'au bout d'un quart d'heure, le directeur du magasin nous a gentiment priés d'interrompre la visite guidée. Intriguée par l'attroupement, la clientèle du magasin s'était pressée autour de notre groupe.

**BENJAMIN LEROUX** — Je suis étudiant en deuxième année à la FÉMIS. Pour intégrer l'école, la première épreuve du concours consistait à préparer un dossier. Le sujet était: « le système ». Clarisse Hahn m'a parlé du travail alimentaire de Matthieu Laurette, et j'ai pensé qu'il y avait un système là-dedans. En le rencontrant, je lui ai proposé une expédition au Carrefour de Montesson, dans les Yvelines. Nous

#### Si vous avez manqué le début

*him to survive. Here, it all happened live. What's more, the fact of asking for cheques from the art world was very useful for him, because it enabled him to buy back the same product several times over, thus breaking the rule which stipulated that only one product can be reimbursed per household and per account.*

*Matthieu filled out all the forms. In answer to the cheque sent, you received a statement of all the products he'd bought, complete with a description of them, and their price. And because the total never came to exactly 100 francs, he gave us our change back by cheque — 1 franc and 10 centimes, for example. Later on, you would get your money back payment from leading brands, either by money order or by cheque. Personally, I've kept the cheques I received from leading brands for my files, as well as Matthieu's cheque.*

*I've even kept the bank statements as exhibits. With this project, the relationship between collector and work took an unexpected turn: we were taking an active part in a form of art history and our purchase wasn't costing us a cent! Matthieu wasn't flooded with replies. But major collectors, like the Billarants, got involved. There was no opening, but there was a tour round Monoprix on Avenue Ledru-Rollin, not far from my place. One Saturday afternoon, at 4 p.m., Matthieu took about 30 people to have a look at the money-back products. There were so many people there that after a quarter of an hour the store manager politely asked us to cut the guided tour short. The store's customers were fascinated by our gathering and had formed a crowd around the group.*

**BENJAMIN LEROUX** — *I'm a second year student at the FÉMIS (a major Film School). To get into the school, the first competitive exam involved preparing a project. The subject was: "The System". Clarisse Hahn had told me about Matthieu Laurette's work with food, and I thought there was a system there. When I met him, I suggested an expedition to the Carrefour*

#### If you missed the beginning

*supermarket at Montesson, in the Yvelines département. We went there on March 12 1996. Laurette's eyes were bright, like a kid in a toyshop. I just followed him. He scoured the supermarket, section by section, excited as hell at finding all the products in the line: for example, all the exotic William Saurin dishes, of the chili con carne and paëlla type. In 2 hours and 25 minutes, we'd picked up 31 items for a total cost of 336 francs and 18 centimes. To round off my survey, I interviewed the Tetley France marketing manager. He said to me: "The system for getting your money back has so many restrictive clauses that hardly anybody bothers. What's interesting about Matthieu Laurette is that he becomes the brand prescriber. In a word, he advertises brands without being paid for it". According to my calculations, the work with food absolutely doesn't pay: he earns half the minimum wage. Symbolically speaking, the people Laurette is talking to are involved in the anal fantasy of getting your money back for everything, living free, and hanging on to everything. Later on, when they have to cope with the all the restrictive clauses, they flunk out. I've called the system "food welfare". My project went down well with the jury, and Laurette went on to use it in a show.*

**AMI BARAK** — *My job as director of the Languedoc-Roussillon Regional Contemporary Art Collection [FRAC] means showing an interest in upcoming artists. Matthieu Laurette is one such member of the latest generation who has a clear, generous approach. In 1997, with my programming booked up for a year and because I didn't want to keep Matthieu waiting too long, I suggested to Pierre Joseph that he might share a show with him. He agreed. From 7 March to 19 April, Matthieu showed five different projects, including three produced for the FRAC. Definitely the most ambitious was Artist's Studio Spycam. A camera was set up in his Paris studio with an access provider. Throughout the show, the picture of his studio was retransmitted live. Rembrandt,*

y sommes allés le 12 mars 1996. Laurette avait les yeux qui brillaient, comme un gamin dans un magasin de jouets. Moi, je le suivais. Il écumait le supermarché rayon par rayon, tout excité de trouver tous les produits de la gamme; par exemple, tous les plats William Saurin exotiques, genre chili con carne ou paëlla. En 2h25, nous avons récolté 31 articles pour une valeur totale de 366,18 francs. Pour compléter mon enquête, j'ai interviewé le directeur de marketing de la société Tetley France. Il m'a dit: « Le système pour se faire rembourser est tellement contraignant que presque personne ne le fait. L'intérêt d'un Matthieu Laurette, c'est qu'il devient prescripteur des marques. En fait, il fait de la pub sans être payé. » D'après mes calculs, le travail alimentaire n'est absolument pas rentable: il est rémunéré la moitié du SMIC. Sur le plan symbolique, les gens auxquels Laurette s'adresse sont dans le fantasme anal de tout se faire rembourser, de vivre gratuitement, de tout garder; ensuite, confrontés aux énormes contraintes, ils ne vont pas jusqu'au bout. J'ai appelé ce système « la sécurité sociale alimentaire ». Mon dossier a beaucoup plu au jury, et Laurette l'a utilisé ensuite dans une exposition.

**AMI BARAK** — Mes fonctions de directeur du FRAC Languedoc-Roussillon m'amènent à m'intéresser aux artistes émergents. Matthieu Laurette fait partie de ceux qui, dans la nouvelle génération, ont une démarche limpide et généreuse. En 1997, comme ma programmation était bookée sur une année et que je ne voulais pas trop faire patienter Matthieu, j'ai proposé à Pierre Joseph de partager son exposition avec lui. Il a accepté. Du 7 mars au 19 avril, Matthieu a montré cinq projets différents, dont trois produits par le FRAC. Le plus ambitieux était sans doute Artist's Studio Spycam: une caméra était installée dans son atelier parisien avec un fournisseur d'accès; pendant toute la durée de l'exposition, l'image de son atelier était retransmise en direct. Rembrandt, Courbet, Vélasquez montraient déjà leur atelier. Matthieu l'a fait avec les moyens du jour. Techniquement,

il y a eu de petits pépins ; pendant le vernissage, quelqu'un a brouillé la connexion en appuyant sur une touche pour faire du zèle ! Bien sûr, on avait l'image de l'atelier, mais Matthieu n'était pas toujours là. Parfois, on voyait le chat passer, ou des visiteurs, mais jamais rien de compromettant... Le FRAC a acheté l'œuvre. La condition de son existence, c'est qu'à chaque fois qu'on la montre, Matthieu accepte l'intrusion d'une caméra dans son atelier. C'est ce qui s'est passé en mai 1998, à Zagreb, avec le projet *Cityscape*.

Le FRAC a également produit un *Composit* à 4000 exemplaires, qui était proposé au public en libre diffusion dans un présentoir en plexiglas. Il y avait aussi une vidéo où Matthieu passait une petite annonce sur la chaîne câblée *CTV Contact* : il proposait ses services comme figurant ; mais en fait, il lisait le premier paragraphe de l'autobiographie de Jean-Luc Godard. C'était très intéressant, parce que ça prêtait vraiment à confusion. L'annonce est passée sur le câble quasiment tous les jours pendant quatre semaines. Il y avait encore une



### Si vous avez manqué le début

*Courbet and Vélasquez all showed off their studios. Matthieu did the same thing with modern means. There were minor technical hitches. During the opening, someone mixed up the connection by pushing the enthusiasm button! You had the picture of the studio, but, needless to say, Matthieu wasn't always there. Sometimes you'd see the cat passing, or visitors, but never anything compromising... The FRAC bought the work. The condition of its existence is that each time it's shown, Matthieu agrees to the intrusion of a camera in his studio. This is what happened in May 1998, in Zagreb, with the Cityscape project.*

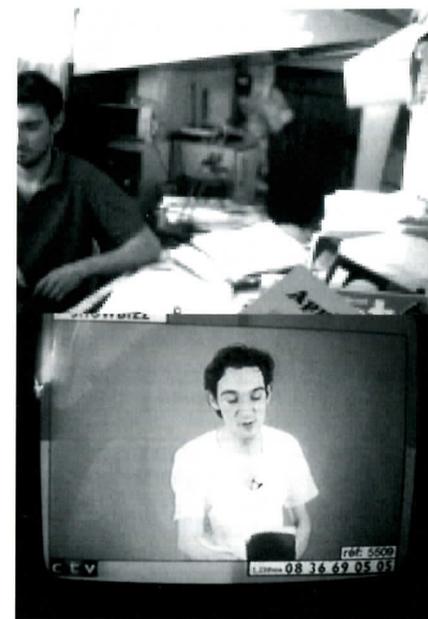
*The FRAC also produced a Composit in an edition of 4000. This was offered free to the public in a plexiglass display stand. There was also a video where Matthieu put a small ad on the CTV Contact cable TV channel. He was offering his services as an extra, but in fact he*

À GAUCHE : LE SYSTÈME. DOSSIER FÉMIS - 1996. TABLE DUPLICATA (1994 / ∞). APPARITIONS (SÉLECTION 93 / 96) // DOSSIER PHOTOCOPIÉ RÉDIGÉ PAR BENJAMIN LEROUX, ÉTUDIANT EN CINÉMA, TABLE HABITAT "DUPLICATA" DÉMONTABLE (1 PLATEAU BLANC STRATIFIÉ + 4 PIEDS DÉVISSABLES), 2 CHAISES, TÉLÉVISEUR ET MAGNÉSCOPE, SUPPORT MURAL ORIENTABLE PLACÉ EN HAUTEUR ET K7 VIDÉO 20" MONTÉE EN BOUCLE) // VUE D'INSTALLATION AU REZ-DE-CHAUSSÉ, FRAC LANGUEDOC ROUSSILLON, MONTPELLIER, 1997 // © PHOTO J.L. FOURNIER // ARTIST'S STUDIO SPYCAM - VERSION MONTPELLIER 1.0. APPARITION SHOWBIZZ CTV A TRIBUTE TO JLG. COMPOSIT : (POWERMAC, MODEM, CU.SEEME, CONNEXION INTERNET ET TABLE "DUPLICATA", TÉLÉVISEUR ET MAGNÉSCOPE, SUPPORT MURAL ORIENTABLE PLACÉ EN HAUTEUR ET VIDÉO EN BOUCLE, COMPOSIT IMPRIMÉ SUR PRÉSENTOIR MURAL...) // FRAC LANGUEDOC ROUSSILLON, MONTPELLIER // © PHOTO J.L. FOURNIER //  
 LEFT : THE SYSTEM : FEMIS FILE - (1996), DUPLICATA TABLE (1994 / ∞), APPARITIONS (93/96 SELECTION) // PHOTOCOPIED FILE WRITTEN BY BENJAMIN LEROUX - FILM STUDENT, REMOVABLE HABITAT "DUPLICATA" TABLE (1 WHITE LAMINATED TABLE TOP + 4 UNSCREWABLE FEET), 2 CHAIRS, TV SET AND VCR, ARTICULATED WALL BRACKET, 20" VIDEO ON A LOOP) // GROUND FLOOR INSTALLATION VIEW, FRAC LANGUEDOC-ROUSSILLON, MONTPELLIER, 1997 // © PHOTO J.L. FOURNIER //  
 ARTIST'S STUDIO SPYCAM - VERSION MONTPELLIER 1.0. APPARITION SHOWBIZZ CTV A TRIBUTE TO JLG. COMPOSIT : (POWERMAC, MODEM, CU.SEEME, INTERNET ACCESS AND "DUPLICATA" TABLE, TV SET AND VCR, ARTICULATED WALL BRACKET, VIDEO ON A LOOP, PRINTED COMPOSIT ON A MURAL DISPLAY UNIT...) // INSTALLATION VIEW ON FIRST FLOOR, FRAC LANGUEDOC ROUSSILLON, MONTPELLIER // © PHOTO J.L. FOURNIER //  
 À DROITE : ARTIST'S STUDIO SPYCAM. VERSION PARIS-ZAGREB 2.0 : (DÉTAIL) CAPTURE D'ÉCRAN // 2 ORDINATEURS, 2 MODEMS, LOGICIEL CU.SEEME ME, 1 QUICKCAM ET CONNEXION INTERNET...) // COLLECTION FRAC LANGUEDOC-ROUSSILLON // APPARITION : SHOWBIZZ CTV A TRIBUTE TO JLG - 27 FÉVRIER - 12 MARS 1996 (EXTRAIT) // RIGHT : ARTIST'S STUDIO SPYCAM VERSION PARIS-ZAGREB 2.0 : (DÉTAIL) SCREEN CAPTURE // (2 COMPUTERS, 2 MODEMS, 2 CU.SEEME ME SOFTWARE, 1 QUICKCAM AND INTERNET ACCESS...) // FRAC LANGUEDOC-ROUSSILLON COLLECTION // APPARITION : SHOWBIZZ CTV. A TRIBUTE TO JLG - FEBRUARY 27 - MARCH 12 1996 (EXCERPT)

### If you missed the beginning

*was reading the first paragraph of Jean-Luc Godard's autobiography. It was very interesting, because it really caused some confusion. The ad went out on the cable more or less every day for four weeks. There was another video installation with a loop showing his Apparitions / Appearances, particularly one in a stupid game show where he won a medal. Last of all, Matthieu showed the dossier written by Benjamin Leroux about The System. He put it on an Habitat table identical to the one in his studio, and there was a play on words, because the table was called "Duplicata".*

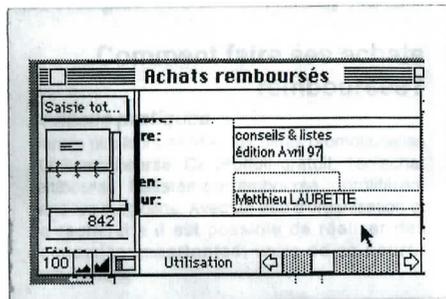
**LAURENCE HAZOUT** — *My role, in the contemporary art world, is mainly to promote greater readability for young artists and get them known about among a broad public. What interested me about Matthieu Laurette, when we met in September 1996, was his scheming, opportunistic side, at once very media-oriented and cheeky. As soon as I had a chance to get my hands on 1500 sq.ft. premises on Rue Rousselet, in the 7th arrondissement, with the collector Jean Chatelus, I thought of Matthieu. He still hadn't had a one-man show in Paris. That was where the Mangez remboursé / Eat and get your money back project was worked out, in April 1997. It was at once a tasting room, a showroom, and the first supermarket with "satisfied or your money back" products. He designed the set very cleverly, laying on a fridge, a demonstraton table, sundry items, a till and two cashiers — his sister and mine. For my part, I suggested that the Unimag supermarket might fund part of the project. They lent us trolleys and boxes, and contributed 5,000 francs, which we spent at Unimag : so it all came full circle. Matthieu Laurette is nothing less than a supermarket archaeologist. He checked things out, and we bought 600 products, a hundred of them different. We were entitled to sell things because the Mobile' 2000 Club, which I run, was responsible for taking the money. People came, bought a product, got a little receipt, and I put it all down in my books. Each product was sold with*



installation vidéo présentant en boucle ses *Apparitions*, notamment dans un jeu à la con où il a gagné une médaille. Enfin, Matthieu a présenté le dossier écrit par Benjamin Leroux sur *Le Système*. Il l'a posé sur une table *Habitat* rigoureusement identique à celle qui se trouvait dans son atelier, en jouant sur les mots, car la table s'appelait "Duplicata".

**LAURENCE HAZOUT** — *Mon rôle, dans le milieu de l'art contemporain, est surtout de permettre une meilleure lisibilité à de jeunes artistes et de les faire connaître auprès d'un large public. Ce qui m'a intéressé chez Matthieu Laurette, quand nous nous sommes rencontrés en septembre 1996, c'était son côté intrigant, opportuniste, très médiatique et culotté. Dès que j'ai eu la possibilité d'avoir un lieu de 140 m<sup>2</sup>, rue Rousselet, dans le VII<sup>e</sup> arrondissement, chez le collectionneur Jean Chatelus, j'ai pensé à Matthieu. Il n'avait encore jamais eu d'exposition personnelle à Paris. Là s'est élaboré, en avril 1997, le projet du *Mangez**

remboursé. C'était à la fois un lieu de dégustation, un showroom et le premier supermarché de produits « satisfait ou remboursé ». Lui a bien pensé sa scénographie, à prévoir un réfrigérateur, une table de démonstration, des articles, une caisse et deux caissières, sa sœur et la mienne. Moi, j'ai proposé au supermarché Unimag de financer une partie du projet. Il a prêté des caddies et des cartons, et a donné 5000 francs, que nous avons dépensés dans son magasin: la boucle



### Si vous avez manqué le début

*the till ticket which then meant that people could get their money back. There were three types of public: one took it all very literally—they saw the show as a real supermarket, because we'd put an ad in Paris Boum Boum!; one was a contemporary art public; and the third was a very chic and conservative public, because of an ad that appeared in Madame Figaro. It was this mixture that interested me. On 19, 20 and 21 April, we held an opening which included tasting the "satisfied or your money back" products. There was a stampede for Danette cream desserts and frozen French fries! Because of this success, we opened the supermarket twice on the following weekends. The housewife's ideal shopping basket was oil, yoghurts and pizzas. In the end of the day, we sold 80% of the things we bought. A few months later, when I no longer had my exhibition space, I decided to put on a show in my own car, an Austin Mini, registration 619 KBB 75. This project, which got under way in September 1997, brought together about twenty artists' installations. Matthieu had the idea of a competition: Win and have your 1998 Road Tax paid for. On the car doors large stickers publicized details of the competition. When I was driving around, people would sometimes*

À GAUCHE: MANGEZ REMBOURSÉ; (DÉTAIL) "PRODUITS REMBOURSÉS, LE GUIDE" // EAT AND GET YOUR MONEY BACK; (DÉTAIL) "MONEY-BACK PRODUCT, THE GUIDE" // MANGEZ REMBOURSÉ; SHOWROOM & VISITES GUIDÉES DE SUPERMARCHÉ - 19, 20, 21 AVRIL 97; (PRODUITS 100% REMBOURSÉS REVENDUS À PRIX COÛTANT, 3 CADDIES DE SUPERMARCHÉ, 1 RÉFRIGÉRATEUR, TABLES, AFFICHES ET TRACTS "COMMENT FAIRE SES ACHATS REMBOURSÉS", VIDÉO PROJECTION, CAISSE, CAISSIEREIS ET HÔTES & HÔTESSES D'ACCUEIL...) // DEUX VUES D'INSTALLATION, 28 RUE ROUSSELET, RÉSERVE DE JEAN CHATELUS, PARIS // © PHOTO MARC DOMAGE // EAT AND GET YOUR MONEY BACK: SHOWROOM & GUIDED SUPERMARKET TOURS - APRIL 19, 20, 21 1997 - REFUNDABLE PRODUCTS RESOLD AT COST PRICE, 3 SUPERMARKET TROLLEYS, 1 REFRIGERATOR, TABLES, POSTERS, HOW TO GET YOUR MONEY BACK FLYERS, VIDEO PROJECTION, TILL, CASHIERS AND RECEPTIONISTS...) // TWO INSTALLATION VIEWS, 28 RUE ROUSSELET, RESERVE OF JEAN CHATELUS, PARIS // © PHOTO MARC DOMAGE  
 À DROITE: GAGNEZ LE REMBOURSEMENT DE VOTRE VIGNETTE 98; (BULLETINS, URNE, MARQUAGE SUR PORTIÈRES, TIRAGE AU SORT, RÉGLEMENT DÉPOSÉ CHEZ HUISSIER...) // (DÉTAILS) REMISE DU CHÈQUE AU GAGNANT MR VALENTIN À LA CAISSE DES DÉPÔTS & CONSIGNATIONS, 21 DÉCEMBRE 1997 ET BULLETIN // 619KBB75, PARIS, 1998 // WIN AND HAVE YOUR 1998 ROAD TAX PAID FOR - (APPLICATION FORMS, BALLOT BOX, STICKERS ON CAR DOORS, COMPETITION RULES SUPERVISED BY A BAILIFF...) // (DÉTAIL) CHEQUE BEING HAND OVER TO THE WINNER MR VALENTIN AT THE CAISSE DES DÉPÔTS & CONSIGNATIONS, ON 21 DECEMBER 1997 AND APPLICATION FORM // 619KBB75, PARIS, 1998



*stop me and ask: "Can we enter the competition?" When the car was parked, there were always application forms under the windscreen wipers. People filled them in and put them in a special box. On the back were the competition rules, supervised by a bailiff. The lots were drawn on Thursday 18 December on quai Voltaire, as part of a "Brief Encounter" with the Deposit and Consignment Office. The car was parked in a corridor. In all, 1000 people took part in the competition. Matthieu Laurette announced the name of the winner himself, and the winner was reached on the spot by phone. And we set up a meeting with him for the following Sunday, to hand over the cheque. The Mobile' 2000 Club couldn't deal with any reimbursement over 500 francs. Luckily, it only came to 483 francs.*

**JEAN BROLLY** — I saw Matthieu Laurette's name under the Ghislain Mollet-Viéville heading in the gallery newsletter.

*I met Matthieu Laurette through Laurence Hazout during his Mangez remboursé/Eat and get your money back show in April 1997, at Jean Chatelus' place.*

*The presentation was unexpected: a clandestine minimarket set up in an old garage, complete with till and cashier, posters and piles of detergent, and, above all, two folding tables covered with the money-back products, spanking new in their packaging, lined up like trophies in a hunting picture (scene depicting the return from the hunt at the neighbourhood supermarket, with spaghetti, tooth-brushes, packets of couscous, yoghurts, cotton-buds...) In the other room the whole wall was taken up with a video projection.*

### BULLETIN DE PARTICIPATION

Remplissez lisiblement ce bulletin et déposez-le dans l'urne avant le 18 décembre 1997, 19h30.

Nom : .....  
 Prénom : .....  
 Adresse : .....  
 Ville : .....  
 Code postal : ..... Tél : .....  
 N° de carte grise : .....

98 gagnez le remboursement de votre vignette 98

était bouclée. Matthieu Laurette est un véritable archéologue des supermarchés. Il a fait un repérage, et nous avons acheté six cents produits, dont une centaine de produits différents.

Nous avons eu le droit de vendre parce que l'association Mobile' 2000, dont je m'occupe, a pris en charge l'encaissement. Les gens venaient, achetaient un produit, avaient un petit reçu, et moi je rentrais tout ça dans ma compatibilité. Chaque produit était vendu avec le ticket de caisse qui permettait ensuite aux gens de se faire rembourser. Il y avait un public très premier degré qui voyait l'expo comme un vrai supermarché, parce que nous avions passé une annonce dans Paris Boum Boum!; un public d'art contemporain; et aussi un public très BCBG, à cause d'un article paru dans Madame Figaro. C'est ce mélange qui m'a intéressée. Les 19, 20 et 21 avril, nous avons fait un vernissage avec une dégustation de produits « satisfait ou remboursé ». Il y a eu une razzia sur les crèmes Danette et les frites surgelées! Devant le succès, nous avons ouvert deux fois le supermarché les week-ends qui ont suivi. Le panier idéal de la ménagère, c'était l'huile, les yaourts et les pizzas. Au bout du compte, nous avons vendu 80% des produits achetés. Quelques mois plus tard, privée de mon lieu d'exposition, j'ai décidé de monter une expo dans ma propre voiture, une Austin Mini: 619 KBB 75. Le projet, qui a débuté en septembre 1997, regroupait une vingtaine d'installations d'artistes. Matthieu a eu l'idée d'un concours: Gagnez le remboursement de votre vignette

1998. Sur les portières, de grands autocollants assuraient la publicité du concours. Quand j'étais au volant, il m'arrivait de me faire arrêter par des gens qui me demandaient : « Est-ce qu'on peut participer ? » Quand le véhicule était stationné, il y avait en permanence des bulletins de participation sur le pare-brise. Les gens les remplissaient et les déposaient dans une urne spéciale. Au dos figurait le règlement intérieur, déposé sous contrôle d'un huissier. Le tirage au sort a eu lieu le jeudi 18 décembre, quai Voltaire, dans le cadre d'une « Brève rencontre » de la Caisse des Dépôts et Consignations. La voiture était garée dans un couloir. Il y a eu en tout 1000 participations au concours. Matthieu Laurette a lui-même annoncé le nom du gagnant, qui a été aussitôt contacté par téléphone. Et nous avons pris rendez-vous pour lui remettre un chèque le dimanche suivant. L'association *Mobile' 2000* ne pouvait pas prendre en charge le remboursement au-delà de 500 francs ; par chance, le montant était de 483 francs.

**JEAN BROLLY** — J'ai lu le nom de Matthieu Laurette sous la rubrique de Ghislain Mollet-Viéville dans le bulletin des galeries. J'ai rencontré Matthieu Laurette grâce à Laurence Hazout lors de son exposition *Mangez remboursé* en avril 1997 chez Jean Chatelus. La présentation était inattendue : une supérette clandestine installée dans un ancien garage avec caisse et caissière, posters et piles de poudres à laver, et surtout les deux tables pliantes avec les produits remboursés, flambant neufs dans leurs emballages, alignés comme les trophées d'un tableau de chasse (scène de retour de chasse de la grande surface voisine avec spaghetti, broches à dents, boîtes de couscous, yaourts, cotons-tiges...). Dans la seconde pièce, une projection vidéo prenait tout le mur. Une chose fraîche qui m'a vraiment intéressé. Un jeune homme se nourrissant, se lavant, se rasant gratuitement et continuellement au gré des offres spéciales des grandes marques... Un surfeur évoluant sur la crête des surplus de l'énorme océan de la production. Une gestion alternative en période de pénurie.

#### Si vous avez manqué le début



CONSOMMEZ REMBOURSÉ. STAND DE PRÉSENTATION // INSTALLATION RÉACTUALISABLE À CHAQUE PRÉSENTATION (TABLES DE TAPISSIER PLIANTES, ENVIRON 50 PRODUITS REMBOURSÉS, 2 AFFICHES A2, TRACTS "COMMENT FAIRE VOS ACHATS REMBOURSÉS", T-SHIRTS, UN OU UNE HÔTEISSE...) // COLLECTION JEAN BROLLY, PARIS // CONSUME AND GET YOUR MONEY BACK : DISPLAY STAND INSTALLATION RENEWABLE FOR EACH PRESENTATION // (COLLAPSIBLE WALLPAPERING TABLES, APPROXIMATELY 50 REFUNDED PRODUCTS, 2 A2 POSTERS, "HOW TO GET YOUR MONEY BACK" FLYERS, T-SHIRTS, HOST OR HOSTESS...) // JEAN BROLLY COLLECTION, PARIS

*It was something fresh, and I found it really interesting. A young guy eating, washing, shaving, all for free, as dictated non-stop by special offers from leading brands... A surfer coming into his own on the crest of the surplus of the huge ocean of production. Alternative management in periods of scarcity. Standing up against the toppling breaker of "Consumption" and its laws of submissiveness, then, like a judoka in a seesaw movement, using its colossal thrust to rise up on top of it and let yourself be swept towards free-of-charge areas where you'll always find what you need to survive. "After the mushroom soup, ravioli, crème caramel, chicken à la crème, hamburger and wholemeal biscuits... It doesn't much matter... My being won't suffer from food shortages. My head will always be on the move. In every arena, food, health, leisure, travel, culture, surplus and excess bubbles and fizzes. Follow me," Matthieu Laurette might say.*

**PASCAL KRÉMER** — *It wasn't me who decided to put Matthieu Laurette on the front page of Le Monde on 16 May 1997. It's the editor and*

#### If you missed the beginning

*the editorial board who, based on the day's news, choose what are known as "ventres" or, literally, "bellies" or "guts"—those minor pieces based on real-life human-interest stories. Every morning several are proposed. The decision is often taken based on the main front page piece. If the lead story is a bit grim, they look for a story that's a bit jokey. If it's some international agreement, like the one between NATO and Russia on that particular day, they'll look for a human-interest subject to do with France. The editor found the Matthieu Laurette story very funny, and most of all very revealing about present-day consumer society. The paper didn't waste any time: I'd finished with it the evening before. And I hadn't even suggested it for the front page. As it happens, I called Matthieu when I'd seen the article in Madame Figaro, where there was a photo of him with his trolley. I went to see him, and we spent an hour and a half together. As a consumer affairs expert, I found his idea very smart: it was a way of using companies' marketing strategies for living cheaply. Which tallies with a tactic used by a whole bunch of French people right now, who are hijacking the system so that they can make ends meet. They buy secondhand things, they go to clothing- and toy-swap centres, they use promotional campaigns to the hilt, and so on... Food is an item that people no longer want to spend lots of money on. Matthieu Laurette has adopted an approach that everyone shares a bit right to the limit.*

**GIANNI MOTTI** — *Matthieu Laurette had a show, in Geneva, at my gallery called "In vitro", from 5 June to 2 July 1997. It's an alternative venue, a shop window right behind a news stand. The piece is installed, I close up the window, and it stays there for a month. At the same time, artists will sometimes publish silkscreen works in the city, which are stuck on advertising hoardings with a 120 x 90 format. Then there's the Internet: In vitro on-line. In the window, on three shelves, Matthieu put three editions of Max, in German, French and Italian, where he appeared in three different photos. These were issues that appeared*

Résister à la déferlante « Consommation » et à ses lois de soumission puis, à la manière d'un judoka dans un mouvement de bascule, utiliser sa poussée énorme pour se hisser sur elle, puis se laisser porter et dériver vers les zones de gratuité où l'on trouvera toujours de quoi survivre. « Après les soupe aux champignons-raviolis-crème caramel, les crème de volaille-hamburger-biscuits au blé complet... Peu m'importe... Mon être ne souffrira pas de carences alimentaires. Ma tête sera toujours en mouvement. Dans tous les domaines, alimentation, hygiène, loisirs, voyages, culture, les surplus et les excès bouillonnent et éclateront. Suivez-moi », pourrait dire Matthieu Laurette.

**PASCAL KRÉMER** — Ce n'est pas moi qui ai décidé de mettre Matthieu Laurette à la Une du *Monde* le 16 mai 1997. C'est la rédaction en chef et la direction de la rédaction qui, en fonction de l'actualité, choisissent ce qu'on appelle des « ventres », ces petits papiers basés sur des histoires vivantes. Chaque matin, il y a plusieurs propositions. La décision se prend souvent en fonction du sujet principal de Une. S'il est un peu austère, on cherche une histoire plutôt rigolote. Si c'est un sujet international, comme l'accord entre l'OTAN et la Russie ce jour-là, on cherche un sujet de « ventre » plutôt France. La rédaction en chef a trouvé l'histoire de Matthieu Laurette très marrante, et surtout très révélatrice de la société de consommation actuelle. Le papier n'a pas traîné : je l'avais fini la veille au soir ; et je ne l'avais même pas proposé pour la Une. En fait, j'ai appelé Matthieu après avoir vu un article dans *Madame Figaro* où on le voyait en photo avec son caddie. Je suis allée chez lui, et nous avons bien passé une heure et demie ensemble. En tant que spécialiste de la consommation, je trouvais son truc futé : c'était une façon d'utiliser les stratégies marketing des boîtes pour vivre pas cher. Ce qui correspond à une tactique de tout un tas de Français actuellement, qui détournent le système pour s'en sortir : ils achètent d'occasion, ils fréquentent les bourses d'échanges de vêtements





**NATHALIE GOUDINOUX** — Je prépare une thèse en histoire de l'art et je suis commissaire d'exposition indépendante. Il y a trois ans, je me suis intéressée à un artiste aujourd'hui décédé, Philippe Thomas, dont les archives se trouvent au MAMCO de Genève. C'est là qu'Alexis Vaillant, qui travaille au musée, m'a dit avoir rencontré un type assez particulier: Matthieu Laurette. Je l'ai vu pour la première fois à Paris. Il affirmait des choses qui m'interpelaient, du genre « Je travaille dans le réel. » Deux ans ont passé. Robert Fleck m'a demandé d'organiser avec lui une exposition qui réunirait des artistes de plusieurs générations durant l'été 1997, à Nice, à l'Atelier Soardi: *From One Point to Another*. Nous avons envoyé à différents artistes un courrier racontant l'histoire du lieu, qui a été un studio de cinéma et un garage avant d'être l'atelier de Matisse – c'est là notamment qu'il a peint *La Danse*. Libre à eux de réagir sur ce qui les inspirait le plus. Matthieu Laurette a rebondi sur le mot « danse », en créant le projet *Playlist: Let's Dance*. Il a demandé aux trois organisateurs et aux vingt-deux artistes présents de lui fournir leur morceau préféré pour danser. Comme certains artistes ne nous avaient pas envoyé leur CD, nous avons dû le chercher dans les médiathèques! Le morceau le plus difficile à trouver a été celui de Raymond Hains, la danse des Piler Lann, une danse folklorique bretonne. Nous avons même mené l'enquête dans une crêperie de Montparnasse pour savoir où nous pourrions dénicher l'oiseau

**Si vous avez manqué le début**

artists didn't send us their CDs, we had to look for them in media libraries! The hardest piece to find was the one chosen by Raymond Hains, the Piler Lann dance, a folkloric jig from Brittany. We even asked people in a Montparnasse pancake house, to find out where we could flush out this rare bird. In the end it was my mother who found the record while she was shopping in Brittany. With all these pieces of music, Matthieu had a one of CD made, a mixed compilation, which was played from 28 June on. A small hifi system was put on the floor; flyers and the exhibition dictionary-cum-journal, in an edition of 10,000 copies, gave the Playlist. There was an extension to La Sorbonne Disques, a record shop located 50 yards from the Atelier Soardi. In the stacks you could find the original records of the compilation with little labels: "recommended by so and so" for example, on the Daft Punk disc, *Around the World*: recommended by Matthieu Laurette. He'd made elegant little stickers with a different kind of type for each artist.

**GEORGES REY** — I teach video and new technologies at the Grenoble Art School, where Matthieu Laurette was a student. At that time, he had very definite positions which both surprised and irritated me. In April-May 1993, we went to Japan together with three other students. Travelling was a way of getting to know each other better. After his studies, Matthieu took me aback by what he came up with. I saw his Apparitions at St. Gervais-Geneva, and found that very powerful. His way of dealing with reality is a beautiful image that he displays: even if you're down on your luck, you can still make ends meet. His work is full of hope. In France, an artist who's concerned with social issues is a very rare thing. In July 1997, when I organized the exhibition *Version originale*, which was put on jointly with the AFAA [Association Française d'Action Artistique], at the Museum of Contemporary Art in Lyons, I asked 27 French-speaking artists to create a work on the Internet. Matthieu Laurette's stories about money-back products

**If you missed the beginning**

are like a tale. It's real. It refers us to a present-day social setting and, at the same time, in the way it's distorted, there's room for the imagination. I contacted him because he has a narrative. My role has been to put artists in touch with institutions which might enable them to produce their work. I put Matthieu in touch with Jean-Louis Boissier, who handles all the computerized creative work at the Paris VIII University. This is how The Money-back Products Website came into being. Matthieu already had a very advanced database. All he had to do was put it on the Net. On the website, he starts by introducing himself and explaining the ethics of his approach, before listing the products available in supermarkets, and in each instance giving the precise procedure for getting your money back. It's very user-friendly, because you see photos of the products. The opening was held on 9 July 1997. On the ground floor, there were 16 computers on 16 outdoor tables, each one with an armchair and a parasol. It was all set out on an artificial lawn. On each screen you could consult the sites of the 27 artists. First of all, the public looked for something spectacular, sites that made a noise or included cartoons. People didn't dash to Matthieu's site. By eavesdropping, I nevertheless heard some youngsters say: "That's a brilliant idea. Let's give it a try". Matthieu Laurette makes you want to follow his stories. But whether people follow him or not in reality really doesn't matter much. Incidentally, I never sent in a single "reply coupon" to get paid back for anything at all.

**YVES JAMMET** — I'm the coordinator of the La Villette "Prévention du Site" Association, set up to give young people from Paris access to resources to help them find a place in society. I organize on-going training courses for new trades. One such is photocopying, for which we've created a 13-month training programme. One of the modules helps young people to apply their know-how to the work of contemporary

rare. Finalement, c'est ma mère qui a trouvé le disque en faisant ses courses en Bretagne. Avec tous ces morceaux, Matthieu a fait réaliser un CD unique, une compilation mixée, qui a été diffusée à partir du 28 juin. Une petite chaîne stéréo était posée au sol; des tracts et le dictionnaire-journal de l'exposition, tiré à 10 000 exemplaires, donnaient la Playlist. Il y avait un prolongement à La Sorbonne disques, un magasin situé à cinquante mètres de l'atelier Soardi. On pouvait trouver dans les bacs les disques originaux de la compilation avec de petites étiquettes « recommandé par untel »; par exemple, sur le disque de Daft Punk, *Around the World*: « recommandé par Matthieu Laurette ». Il avait réalisé des petits stickers élégants avec une typo différente pour chaque artiste.

À GAUCHE ET EN BAS: PLAYLIST: LET'S DANCE - 1997; INSTALLATION SONORE À L'ATELIER SOARDI (CD EXEMPLAIRE UNIQUE); COMPILATION MIXÉE DE MUSIQUES POUR DANSER CHOISIES PAR LES ARTISTES ET COMMISSAIRES DE L'EXPOSITION, CHAÎNE STÉRÉO, TRACTS I & INTERVENTION À LA SORBONNE DISQUES (STICKERS APOSÉS SUR LES CD RECOMMANDÉS PAR LES ARTISTES) // (DÉTAILS) STICKER ET CD // "FROM ONE POINT TO ANOTHER", 1997, L'ATELIER SOARDI, NICE // LEFT AND BOTTOM: PLAYLIST: LET'S DANCE, 1997; SOUND INSTALLATION AT L'ATELIER SOARDI (ONE OF CD: MIXED COMPILATION OF FAVOURITE DANCE TUNES CHOSEN BY THE CURATORS AND ARTISTS IN THE SHOW, MINI HIFI SYSTEM, FLYERS) & INTERVENTION AT LA SORBONNE RECORD SHOP (STICKERS ON CDS RECOMMENDED BY THE ARTISTS) // (DETAILS) STICKER AND CD // "FROM ONE POINT TO ANOTHER", 1997, L'ATELIER SOARDI, NICE



**GEORGES REY** — Je suis professeur de vidéo et de nouvelles technologies à l'École d'Art de Grenoble, où Matthieu Laurette a été étudiant. À l'époque, il avait des positions tranchées qui me surprenaient et m'énermaient. En avril-mai 1993, nous sommes allés ensemble au Japon avec trois autres étudiants. Voyager a été une manière de mieux nous comprendre. Après ses études, Matthieu m'a étonné par ce qu'il proposait. J'ai vu ses *Apparitions* à St Gervais-Genève et j'ai trouvé ça très fort. Sa façon d'intervenir dans le réel est une belle image qu'il donne à voir : même si on est dépossédé, on peut arriver à s'en sortir. Son travail est porteur d'espoir. En France, un artiste qui se préoccupe du social, c'est très rare. En juillet 1997, quand j'ai organisé l'exposition *Version originale*, co-produite par l'AFAA, au Musée d'art contemporain de Lyon, j'ai demandé à vingt-sept artistes francophones de faire une œuvre sur Internet. Les histoires de Matthieu Laurette sur les produits remboursés, c'est comme un conte : c'est réel, ça nous renvoie à un contexte social actuel et, en même temps, dans le détournement, il y a une place pour l'imagination. C'est parce qu'il est porteur d'une narration que j'ai fait appel à lui.

Mon rôle a été de mettre les artistes en contact avec les institutions qui leur permettraient de réaliser leur œuvre. J'ai mis Matthieu en relation avec Jean-Louis Boissier, qui s'occupe de toute la création sur ordinateurs à l'Université de Paris VIII. Ainsi est né *Le Web des produits remboursés*. Matthieu avait déjà une base de données très avancée ; il lui a juste fallu la balancer sur le Net. Sur le site, il commence par se présenter et expliquer la déontologie de sa démarche, avant de lister les produits disponibles dans les supermarchés, en donnant à chaque fois la procédure exacte pour se faire rembourser. C'est très convivial, parce qu'on voit les photos des produits. Le vernissage a eu lieu le 9 juillet 1997. Au rez-de-chaussée, il y avait seize ordinateurs sur seize tables de jardin, dont chacune était équipée d'un fauteuil et d'un parasol ; le tout était installé sur un gazon artificiel. Sur chaque écran, on pouvait

### Si vous avez manqué le début



EN HAUT : LE WEB DES PRODUITS REMBOURSÉS - 1997 / 1998. SITE INTERNET, HTTP://WWW.LABART.UNIV-PARIS8.FR/~LAURETTE// "VERSION ORIGINALE", MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN, LYON // TOP : MONEY-BACK WEB - 1997 / 1998. WEB SITE, HTTP://WWW.LABART.UNIV-PARIS8.FR/~LAURETTE// "VERSION ORIGINALE", CONTEMPORARY ART MUSEUM, LYONS // À DROITE : LA FOLIE DES PRODUITS REMBOURSÉS - 1997. SHOWROOM DANS UNE FOLIE DE BERNARD TSCHUMI, PARC DE LA VILLETTE, PARIS (PRODUITS 100% REMBOURSÉS, PHOTOCOPIES DE COUPURES DE JOURNAUX ET DE VUES DE PRODUITS REMBOURSÉS, TRACTS, GUIDES, CADDIE, WALKMAN ET FACTURE FNAC SOUS VITRINE, CHAISE HABITAT, "APPARITIONS : PRODUITS REMBOURSÉS (SÉLECTION 96-99)" VIDÉO EN BOUCLE...) // VUE DE L'INSTALLATION, "ICI ET MAINTENANT", APSV, PARIS // PHOTO © MARC DOMAGE // RIGHT : THE FOLLY OF MONEY-BACK PRODUCTS - 1997. SHOWROOM IN A BERNARD TSCHUMI FOLLY, LA VILLETTE PARK, PARIS (MONEY-BACK PRODUCTS, PHOTOCOPIES OF NEWSPAPER CUTTINGS AND SNAPSHOTS OF MONEY-BACK PRODUCTS, FLYERS, GUIDES, TROLLEY, WALKMAN AND FNAC STORE INVOICE UNDER GLASS, HABITAT CHAIR, "APPARITION" : MONEY-BACK PRODUCTS (96-99 SELECTION) VIDEO ON A LOOP...) // INSTALLATION VIEW, "ICI ET MAINTENANT", APSV, PARIS // PHOTO © MARC DOMAGE

artists. In September 1997, this collaboration between trainees and artists culminated in the group show *Here and Now... As I was drawing up the list of 15 artists, Yves Sabourin, who works in the Visual Arts Department at the Ministry of Culture, introduced me to Matthieu Laurette. Everybody came up with projects directly connected with photocopiers. Matthieu wanted a space to use. I mentioned a Bernard Tschumi Folly to him, a bit off the beaten track at the end of the park, where you could see everything from the outside. He turned it into the Folly of Money-back Products. On the walls, inside, he hung A1 format photocopies reproducing magazine articles featuring him; small pamphlets were handed out in the park to steer people towards the Folly; Matthieu also published the second little guide to money-back products. Some parts of his installation had*

### If you missed the beginning



nothing to do with photocopiers: a video showing his TV Appearances; a "satisfied or your money back" Habitat chair; a trolley full of products; and more products just laid out on the ground. Every artist was twinned with a young trainee. Matthieu's assistant was Stéphanie Allain. She was won over and amused by his work, and turned into his number one fan. The money-back shop, which wasn't a real shop because products weren't sold in it, was opened on the opening night, 3 September, and the following two weekends. At the end of the show, Matthieu very kindly dedicated a small book to me, and said he was "satisfied". We put on *Here and Now* (again) in April 1988 at the Deposit and Consignment Office. The twist Matthieu came up with was to take a "satisfied or your money back" slide projector at the FNAC store and project slides of the Money-back Products Folly. It was brilliant in terms of artistic economy.

**RAYMOND HAINS** — Yves Jammé must have introduced me to Matthieu Laurette. One Sunday. We were in a cab. We went to the Rue de Sévres. Matthieu Laurette had put on a show in a garage someone lent him. This was the first show of his I saw. And then I saw his films. I think it's amusing to aim at living a bit like that, off supermarkets. I like it a lot as an approach. I'm not sure it's profitable; but when you see him coming with his trolley, you have to laugh. At La Villette, we both took part in a show. And then later there was an evening at the School of Fine Arts with techno music. We must have met in the courtyard of the School of

consulter les sites des vingt-sept artistes. Le public a d'abord cherché le spectaculaire, les sites qui faisaient du bruit ou intégraient des animations ; il ne s'est pas précipité sur le site de Matthieu. En tendant l'oreille, j'ai quand même entendu des jeunes dire : « C'est une super bonne idée. Il faudrait qu'on essaie. » Matthieu Laurette donne envie d'adhérer à ses histoires. Que les gens le suivent ou non dans la réalité, au fond, importe moins. D'ailleurs, je n'ai jamais renvoyé un seul « coupon-réponse » pour me faire rembourser quoi que ce soit.

**YVES JAMMET** — Je suis coordinateur dans l'Association de Prévention du Site de la Villette, dont le rôle est de mettre à la disposition des jeunes de l'environnement parisien des ressources favorisant leur intégration sociale. Je développe des actions de formation continue dans le secteur des nouveaux métiers. C'est le cas des métiers de la photocopie, pour lesquels nous avons construit un programme de formation de treize mois. Un des modules permet aux jeunes de mettre leur savoir-faire au service d'artistes contemporains. En septembre 1997, cette collaboration entre stagiaires et artistes a abouti à l'exposition collective *Ici et Maintenant...* Au moment où j'ai établi la liste des quinze artistes, Yves Sabourin, qui travaille à la DAP, m'a présenté Matthieu Laurette. Tous ont conçu des projets en rapport direct avec les photocopieurs. Matthieu a voulu investir un espace. Je lui ai parlé d'une Folie de Bernard Tschumi un peu à l'écart, à l'autre bout du parc, où tout était visible de l'extérieur. Il en a fait la *Folie des produits remboursés*. Sur les murs, à l'intérieur, il a accroché des photocopies de format A1 qui reproduisaient les articles des magazines où il était apparu ; des petits tracts étaient distribués dans le parc pour rabattre les gens vers la Folie ; Matthieu a également édité le deuxième petit guide des produits remboursés. Certains éléments de son dispositif n'avaient aucun rapport avec les photocopieurs : une vidéo présentant ses *Apparitions* à la télévision ; une chaise *Habitat* « satisfaite ou remboursée » ; un caddie plein de produits, et d'autres produits

« Vivons remboursés »: des démonstrations d'achats économiques

Depuis quatre ans, Matthieu Laurette achète uniquement des produits porteurs des offres « premier achat remboursé » ou « satisfait ou remboursé ». Pour populariser cette pratique, il est toute la semaine à Nantes à l'invitation de l'association « Entre-deux ». Il propose des visites guidées gratuites de supermarchés. Il sera ce mercredi à 15 h au rond-point Abel-Durand (dit des Châtaigniers) à côté du parking Carrefour à Saint-Herblain. Jeudi, à 8 h, il sera place Zola (marché); il donnera une conférence le même jour, à 19 h, à la maison de quartier des Dervallières suivie d'une dégustation de produits. Vendredi, à 16 h, il donne rendez-vous place Zola. Samedi, à 8 h, place des Dervallières et de 16 h à 19 h au Frac des Pays de Loire (ancien passage Lavoisier), dégustation de produits.



Matthieu Laurette sera cet après-midi au rond-point des Châtaigniers.

simplement posés au sol.

Chaque artiste a été associé à un jeune en formation. L'assistante de Matthieu était Stéphanie Allain. Séduite et amusée par son travail, elle est devenue son premier supporter. La boutique des produits remboursés, qui n'était pas une vraie boutique puisqu'on n'y vendait pas les produits, a été ouverte le soir du vernissage, le 3 septembre, et les deux weekends qui ont suivi. À la fin de l'exposition, Matthieu m'a très gentiment dédié un petit book en me disant qu'il était « satisfait ». Nous avons refait *Ici et Maintenant* en avril 1998 à la Caisse des Dépôts et Consignations. La pirouette qu'a trouvée Matthieu a été de prendre un projecteur de diapos « satisfait ou remboursé » à la FNAC et de projeter des diapos issues de la Folie des produits remboursés. C'était somptueux comme économie artistique.

**RAYMOND HAINS** — C'est Yves Jammet qui a dû me présenter Matthieu Laurette. C'était un dimanche. On était en taxi. On est allé du côté de la rue de Sèvres. Matthieu Laurette avait fait une exposition dans un garage qu'on lui avait

Qui veut adopter Poupette ?

Poupette, chatte tricolore de 3 ans est triste d'avoir été subitement rejetée par celle en qui elle avait mis toute sa confiance. Très douce et un peu craintive, Poupette a un besoin urgent de retrouver un foyer stable et chaleureux, en appartement de préférence. Elle est testée, vaccinée, tatouée et stérilisée.

SPA de Loire-Atlantique, La Trémouille, 44470 Carquefou, tél. 02 40 93 76 61. Chatterie : tél. 02 40 93 72 52, ouvert de 14 h à 18 h sauf dimanches et jours fériés.



Poupette, un peu craintive.

Une conférence-débat sur les jeunes et l'alcool

Le Lions Club international a invité le docteur Jena Eric Dietlin, médecin généraliste, spécialiste en alcoologie, à s'exprimer sur le problème des relations des jeunes avec

l'alcool. Celui-ci donne une conférence suivie d'un débat jeudi 10 octobre, à 20 h 30, au CCO de Bretagne. Conférence ouverte à tous.

Pas de prof d'espagnol au lycée Livet : rassemblement au restaurant jeudi

*Fine Arts and we talked for a long time. In particular about St. Malo, where he went to high school. I'm from St. Briec myself. For the CD he made at the Nice exhibition, I chose a Breton dance, the Pilar Lann jig. I learnt it when I was young, during the war. These days I have a bit of trouble getting my leg up [...]. I don't know why, but I'm hounded by parrots. In 1957 I offered Colette Allendy a torn poster that was called Colette Allendy's Parrot. One day, as I was on my way to photograph a sign, I met a man with a red parrot: he was called Père Roquette. This red parrot was the same one as the parrot on the St. Germain-des-Près pub menu. Some time later, I was offered an electronic parrot with a battery. It flapped its wings and repeated everything you said. At an opening one evening, I left it behind. It was Colette Soardi who found it in Nice. So it's in the gallery where Matthieu Laurette had a show. They might well have met. In Italian, the word for parrot is loretto.*

**JACQUES RIVET & MARIE-LAURE VIALE** — From April 1996 on, *Entre Deux* has been inviting artists to do things in the gaps, the interstices of two adjacent neighbourhoods in Nantes: the

If you missed the beginning

*Zola neighbourhood, an old part of town where we live, and les Dervallières, a neighbourhood known to be what they call a "problem area". Matthieu Laurette is one of those artists whose position can change, bolster and question our everyday behaviour. He was keen to organize an information campaign about money-back products. We both had the idea of a display-truck, with three full-length see-through sides, like a shop. But it wasn't easy to find one! Two graphic artists in the association designed colour flyers and special lettering for the truck, announcing "Vivons remboursés"—literally, "The Money-back Life". The precise itinerary, from Monday 13 October to Saturday 18 October was printed on the flyers, and put in letter-boxes and on windscreens. We had two meetings a day, and we also went on short walks in the city. You needed a city permit to park in markets. People could go into the truck and see all the money-back products on a table,*

À GAUCHE, VIVONS REMBOURSÉS! VENEZ DÉCOUVRIR LES PRODUITS 100% REMBOURSÉS - 13 / 18 OCTOBRE 1997. (DÉTAIL) APPARITION: "OUEST-FRANCE" (ÉDITION NANTES), 15 SEPTEMBRE 1997, JOURNAL, P. 11 // LEFT: MONEY-BACK LIFE! COME AND SEE THE MONEY-BACK PRODUCTS - OCTOBRE 13 / 18 1997; (DÉTAIL) APPARITION: "OUEST-FRANCE" (NANTES ÉDITION), SEPTEMBRE 15 1997, NEWSPAPER, P. 11 // EN BAS: VIVONS REMBOURSÉS! VENEZ DÉCOUVRIR LES PRODUITS 100% REMBOURSÉS - 13 / 18 OCTOBRE 1997. CAMION-VITRINE SHOWROOM ITINÉRANT (CAMION-VITRINE AMÉNAGÉ ITINÉRANT, TABLES, PRODUITS 100% REMBOURSÉS, POSTERS, TRACTS, CADDIE, "APPARITIONS: PRODUITS REMBOURSÉS (SÉLECTION 96-00)" VIDÉO EN BOUCLE, HÔTES ET HÔTESSES D'ACCUEIL...) // VUE DE L'INSTALLATION, QUARTIER ZOLA - DERVALLIÈRES, NANTES // PHOTO / COURTESY ENTRE 2 // BOTTOM: MONEY-BACK LIFE! COME AND SEE THE MONEY-BACK PRODUCTS - OCTOBRE 13 / 18 1997. TRAVELLING SHOWROOM IN A DISPLAY-TRUCK (CONVERTED DISPLAY TRUCK, TABLES, 100% MONEY-BACK PRODUCTS, POSTERS, FLYERS, TROLLEY, "APPARITIONS. MONEY-BACK PRODUCTS (96-00)" VIDEO ON A LOOP, HOSTS AND HOSTESSES...) // INSTALLATION VIEW, QUARTIER ZOLA - DERVALLIÈRES, NANTES // PHOTO / COURTESY ENTRE 2



prêté. C'est la première exposition que j'ai vu de lui. Et puis, j'ai vu ses films. Je trouve amusant de vouloir vivre un peu comme ça, aux dépends des supermarchés. Ça me plaît bien, comme démarche. Je ne sais pas si c'est très rentable; mais enfin, quand on le voit arriver avec son chariot, je le trouve très drôle. À la Villette, on a participé à une même exposition. Et puis après, il y avait une soirée à l'École des Beaux-Arts avec de la musique techno. On a dû se rencontrer dans la cour des Beaux-Arts et on a parlé très longuement. Notamment de St-Malo, où il a été lycéen. Moi, je suis de St-Briec. Pour le CD qu'il a réalisé à l'exposition de Nice, j'avais choisi une danse bretonne, la danse des Piler Lann. Je l'ai apprise dans ma jeunesse pendant la guerre. Maintenant, j'ai un peu de mal à lever la jambe. (...) Je ne sais pas pourquoi, je suis poursuivi par les perroquets. En 1957, j'avais offert à Colette Allendy une affiche déchirée qu'on avait appelée *Le Perroquet de Colette Allendy*. En allant un jour photographier une enseigne, j'ai rencontré un monsieur qui avait un perroquet rouge: il s'appelait le Père Roquette. Ce perroquet rouge était le même que celui du menu du pub de St Germain-des-Près. Bien plus tard, on m'a offert un perroquet électronique avec une pile. Il agitait les ailes et répétait tout ce qu'on disait. Un soir de vernissage, je l'ai oublié. Et c'est Colette Soardi qui l'a récupéré à Nice. Il se trouve donc dans la galerie où a exposé Matthieu Laurette. Ils auraient pu se rencontrer. Perroquet, en italien, ça se dit *loretto*.

JACQUES RIVET ET MARIE-LAURE VIALE —

Depuis avril 1996, *Entre-Deux* invite des artistes à intervenir dans les intervalles, les interstices de deux quartiers proches l'un de l'autres à Nantes: le quartier Zola, un vieux quartier où nous vivons, et les Dervallières, un quartier reconnu comme sensible. Matthieu Laurette fait partie de ces artistes dont le positionnement est capable d'infléchir, de renforcer ou de questionner nos comportements quotidiens. Il a voulu organiser une campagne d'information sur les produits remboursés. Ensemble, nous

avons eu l'idée du camion-vitrine, avec trois parois transparentes sur toute leur hauteur, comme un magasin. Mais ça n'a pas été facile d'en trouver un ! Deux graphistes de l'association ont conçu des tracts couleurs et un lettrage spécial « Vivons remboursés » pour le camion. Le planning précis des déplacements, du lundi 13 au samedi 18 octobre 1997, était imprimé sur les tracts, diffusés dans les boîtes aux lettres et sur les pare-brise des voitures. On avait deux rendez-vous par jour et on faisait aussi des petites promenades dans la ville. Pour stationner sur les marchés, il a fallu une autorisation municipale. Les gens pouvaient entrer dans le camion, voir tous les produits remboursés sur une table, découvrir les menus conçus par Matthieu, et regarder une vidéo de ses *Apparitions* à la télé. Ils pouvaient aussi s'inscrire pour participer à des visites guidées dans les supermarchés.

La presse régionale a beaucoup parlé du camion. *Ouest-France* indiquait tous les jours nos lieux et heures de stationnement. Un après-midi, on était en retard d'un quart d'heure et il y avait déjà un petit attroupement de gens qui s'impatientaient. Matthieu expliquait inlassablement, avec beaucoup de calme. Certaines personnes, qui l'avaient déjà aperçu à la télé, devenaient spontanément des relais de

### Si vous avez manqué le début

*look at menus devised by Matthieu, and watch a video of his TV Apparitions. They could also sign on to take part in guided supermarket tours. The regional press covered the truck a lot. Every day, Ouest-France announced where and when to find us. One afternoon, we were a quarter of an hour late, and there was already a small gathering of impatient people waiting for us. Matthieu would tirelessly explain things, very calmly. Some people, who'd already seen him on TV, turned into spontaneous go-betweens for his system. One morning, at the Dervallières market, a woman of about 40 came up to us, furious. She said: "How can you get people to think they can live for nothing?" Then another woman, taking notes in the truck, butted in and said: "If you're not interested, leave us in peace and stop thinking on our behalf!"*

**FABRICE SAUTEJEAU** — *I'm 26, and I'm an electrical and electronics engineer in a maintenance department. I've known about the money-back products system for five or six years now. To start with, I was a bit cautious. But later, when I saw how it worked, I got into*

COURRIER DE FABRICE SAUTEJEAU - JUILLET 1998 (DÉTAIL) // LETTER FROM FABRICE SAUTEJEAU - JULY 1998 (DETAIL)

### If you missed the beginning

*it with a few friends, and we identified all the "satisfied or your money back" products, and passed the information around. I saw Matthieu Laurette on the Je passe à la télé [I'm on TV] programme and in Sans aucun doute, too. One day—it was in December 1997—he came to Nantes by way of the Entre-Deux [In Between] Club. I saw him at the entrance of the St. Herblain Carrefour supermarket with his display-truck. One night there was a meeting in an apartment. Matthieu Laurette explained his system at quite some length. He's quite a character. He'd already set up an Internet service, where he broadcast an initial list of money-back purchases. I myself was keen to know if it was possible to find a communication method accessible to one and all. Not everybody has the Internet, and the Minitel's expensive. After three hours at that meeting, I suggested centralizing the data on my PC. I said to the people there: "On the 25th of every month you send me the new products you've found, with a stamped addressed envelope, and I'll send you back a list on the 5th of the following month". Everyone said OK. So I've been centralizing data on money-back products around Nantes for the past seven months.*

*Every month, we find 15 or 20 new products, and I feature them in my list, on a grey background so you can tell them apart from the others. Right now, ten people or so are playing the game to the hilt. They tend to be people aged between 40 and 60. I've got friends who find it too complicated, or just boring. Because it calls for organization. I've got an office that I use just for this, with a notebook where I jot everything down. I photocopy my bank details (I've got 200 all ready and cut out in advance), and my envelopes are all pre-stamped. I've got little slips of paper with my name on, and my address all ready written out, and they fit straight into the envelopes. It probably takes me two hours a month. It's not a lot compared to what it earns. When I'm in the mood, I do 15 at a time. With my wife, Pascale, we save about 500 francs a month. We don't stick absolutely to*

son système. Un matin, sur le marché des Dervallières, une femme d'une quarantaine d'années est arrivée comme une furie. Elle a dit: « Comment pouvez-vous faire croire qu'on peut vivre sans rien payer? » C'est alors qu'une autre femme, qui prenait des notes dans le camion, s'est interposée: « Si ça ne vous intéresse pas, laissez-nous tranquilles et arrêtez de penser à notre place! »

**FABRICE SAUTEJEAU** — J'ai vingt-six ans et je suis électricien-électronicien dans un service de maintenance. Le système des produits remboursés, je le connais déjà depuis cinq-six ans. Au début, je m'y suis mis doucement. Et puis, voyant comment ça fonctionnait, on a développé ça avec quelques amis, en repérant tous les produits « satisfait ou remboursé » et en se refillant les tuyaux. J'ai aperçu Matthieu Laurette dans *Je passe à la télé* et *Sans aucun doute*. Un jour, c'était en décembre 1997, il est venu à Nantes par l'intermédiaire de l'association *Entre-Deux*. Je l'ai vu à la porte du Carrefour St-Herblain avec son camion-vitrine. Un soir, il y a eu une réunion dans un appartement. Matthieu Laurette a expliqué son système pendant un bon moment. C'est un personnage. Il avait déjà mis en place un service sur Internet, où il diffusait une première liste d'achats remboursés. Moi, je voulais savoir si on pouvait trouver un moyen de communication accessible à tous. Tout le monde n'a pas Internet, et le Minitel, ça coûte cher. Au bout de trois heures de réunion, j'ai proposé de centraliser les infos sur mon PC. J'ai dit aux gens: « Vous m'envoyez le 25 de chaque mois ce que vous trouvez comme nouveaux produits, avec une enveloppe timbrée à votre adresse, et je vous renvoie une liste le 5 du mois suivant. » Tout le monde a dit OK. Et ça fait maintenant sept mois que je centralise les infos sur les produits remboursés autour de Nantes. Chaque mois, on trouve quinze à vingt produits nouveaux; je les fais apparaître dans ma liste sur un fond gris pour les différencier des autres. Actuellement, une dizaine de personnes jouent le jeu à fond. Ce sont plutôt des gens entre

### DIVERS

Date limite	Produit	Marque	N° Code Barre	Lieu d'achat	En remboursé / remboursé	R.L.B.	Étiquettes	Timbre	ADRESSE	OBSERVATIONS
31/12/98	casserolle, poêle, plat	MENASTYL		Auchan, Leclerc, etc	*	*	*	*	Ménastyl opération anniversaire, 233 rue de Charanton, 7012 Paris	Ticket daté du jour de votre anniversaire (+1 si 1er) + copie pièce identité, 199F max
31/12/98	produit parapharmacie	SANTOGEN	30 040 250 30 040 304	Carrefour St Herb.	*	*	*	*	Opération Santogen, BP146, 62154 Surennes cedex	preuve d'achat + dépliant au dos du produit
31/12/98	calcastrants des plates, produit jardin	SEM	3 167 770 003 230	Leclerc Atlantis	*	*	*	*	Opération cicatrisant, satisfait ou remboursé, Seggo gestion, 51-620 Marangie cedex.	Étiquettes Orange (portuse de l'offre ?) à joindre

« Vivons remboursés 008 »

le 01-08-98

Madame, Monsieur,

Après une petite pause, c'est reparti. Je vous souhaite à tous de bonnes vacances (si celles-ci ne sont pas déjà terminées). Je remercie les personnes qui m'ont accompagné leur dernière liste d'un petit mot, ceci est très sympathique. Couurant Août je vais recontacter l'association « Entre d'eux » ainsi que Matthieu Laurette, pour prendre de leurs nouvelles et essayer de mettre sur pied une nouvelle rencontre.

Je vais me répéter, mais ceci est très utile pour le fonctionnement de notre système de centralisation. Donc si certains d'entre vous ont des suggestions d'amélioration elle seront les bienvenues.

\* N'oubliez pas que de plus en plus souvent il faut entourer la date sur le ticket de caisse, ainsi pour ne pas avoir de refus sur ce motif, je vous conseille de le faire pour chaque offre.

\* Je vous rappelle aussi que lorsqu'un produit est coché « sat/remb », il est nécessaire d'écrire en quelques lignes le motif d'insatisfaction.

\* A nouveau je vous remercie dans la mesure du possible d'indiquer un maximum d'informations sur le produit pour me permettre de remplir mes fiches sans hésitations.

Encore bonnes Vacances et bon courage pour la reprise

FABRICE

quarante et soixante ans. J'ai des amis qui trouvent ça trop compliqué ou carrément chiant. Parce que ça demande une organisation. Moi, j'ai un bureau qui ne sert qu'à ça, avec un cahier où je note tout. Je photocopie mes RIB (j'en ai 200 d'avance prédécoupés), mes enveloppes sont pré-timbrées. J'ai des petits papiers avec mon nom, mon adresse déjà écrits, qui rentrent pile dans une enveloppe. Ça doit me prendre deux heures dans le mois. Ce n'est pas énorme par rapport à ce que ça rapporte. Quand je suis parti, j'en fais quinze d'un coup. Avec Pascale, ma femme, on économise environ 500 francs par mois. On n'est absolument pas fidèles aux marques. En hygiène, il y a beaucoup de choses qu'on ne paye plus : les rasoirs, les brosses à dents, les dentifrices, les déos, les produits vaisselle, la lessive. Comme l'offre est réservée à un remboursement par foyer, je travaille sur trois comptes avec la même adresse : le mien et les deux comptes de ma femme, à son nom de jeune fille et à mon nom. Du coup, les barils de lessive, quand une marque sort un truc, j'en achète trois. Par contre, il y a des offres que je ne relève pas. Les asperges en conserve par exemple, ça ne m'intéresse pas. Une glace, je prends toujours. Sur ma liste, j'ai classé les produits, comme le fait Matthieu Laurette, en cinq catégories : les produits alimentaires, qui représentent 50 % des offres ; l'hygiène, la boisson, le ménage et les divers. Mon ordre de tri se fait par la date-limite de l'offre. Ensuite, j'indique le type de produit, la marque, le numéro de code barre, le lieu d'achat, si c'est un « premier achat remboursé » ou un « satisfait ou remboursé », s'il faut envoyer un RIB, le ticket de caisse, découper le code barre, si le prix du timbre est remboursé. Enfin, je note l'adresse où il faut renvoyer l'offre. Le prix n'apparaît presque jamais, sauf dans ma colonne « observations ». Ça servirait à quoi puisque, de toute façon, le produit va être remboursé ?

**PIERRE HUYGHE** — Si le travail de Matthieu Laurette m'intéresse, c'est parce qu'il doit avoir quelques petits points communs avec le mien. Matthieu a une conscience, une façon de faire

#### Si vous avez manqué le début

*the brands. With health products there's lots of things we don't pay for any more—razors, toothbrushes, toothpaste, deodorants, washing-up liquid, detergent... Because the offer is limited to one reimbursement per household, I work on three accounts with the same address—mine and my wife's two, in her maiden name and in my name. All of a sudden when a brand of detergent comes up with a deal, I'll buy three giant packets. On the other hand, there are offers that I don't pick up on. Canned asparagus, for example—that doesn't interest me. But I'll always go for ice cream. I've put the products on my list in categories, the way Matthieu Laurette does—five in all: food, which accounts for 50% of the offers; health; drinks; household things; and sundries. The way I sort things is based on the use-by date of the product. Then I mark the type of product, the brand, the bar code number, place of purchase, if it's a "first money-back purchase" or a "satisfied or your money back" item, if you have to send in bank details, the till ticket, cut out the bar code, if the price of the stamp is included. Last of all I write down the address you have to send the offer to. The price hardly ever features, except in my "notes" column. What's the point, because I'm going to be reimbursed for the product, come what may.*

**PIERRE HUYGHE** — *Matthieu Laurette's work certainly interests me, probably because it must have a few things in common with my own. Matthieu is aware, he has a way of making propositions that I like. With the money-back products, he's turned the customer into the producer of an economic system—something that had never been explained this clearly before. His work isn't the work of a terrorist. It's a bit in the vein of enthusiasm going on strike. We took part in the same show in Grenoble, Cosmos, but we didn't get to know each other better until later. Matthieu has an entertainment dimension that I like a lot, and we both love imagery. In 1995, I started a pirate TV in Villeurbanne for 24 hours, as part of an exhibition at Le Nouveau Musée. Later I got the*

#### If you missed the beginning

*official agreement of the Audiovisual Board [CSA] to set up a new branch in Dijon. Because it's travelling TV I called it Mobil TV. On 11 November 1997, I invited Matthieu to plan and host, live, a programme about money-back products. Compared with the programmes he'd already done on other channels, I gave him as much time as he wanted to develop the topic. We showed several of his extracts on TV. Then it was live. There was a very small audience. Matthieu had chosen a few products in the neighbourhood supermarket and he explained in detail the whole system of reimbursement. The programme lasted about an hour and a half. It started at 9 pm, so it was prime time! We showed a telephone number on the screen and Matthieu answered questions. We must have had four calls. I remember somebody asking whether Matthieu wasn't putting on a performance.*

**CHRISTINE MACEL** — *For three months now I've been an inspector of artistic works in the Visual Arts Department for the Ministry of Culture. I met Matthieu Laurette in 1995 at Le Magasin in Grenoble. He was an assistant for the National Contemporary Art Collection [FNAC] show Morceaux choisis / Selections, which I was co-organizing. I made the first move. He told me he was going to live in Paris after the summer, and I called on him there, a few months later. We immediately discussed the position he was taking with the media. I wanted to know if his TV Apparitions were not purely opportunistic. To start with I was sceptical about the way he wouldn't say he was an artist when he got involved with the media. His answer to that was that he was deliberately playing with a double image, something ambiguous. For the art world, he appears quite naturally to be an artist; for the general public, he becomes a kind of oddball, a consumer's champion. I was persuaded by this definition of the artist status, which varies from ear to ear. Two years later, I suggested the purchase of a work for the FNAC to Matthieu. I said to him: "I'm not interested in buying a video on its*

des propositions que j'aime bien. Avec les produits remboursés, il a transformé le client en producteur d'un système économique; ce qui n'avait jamais été aussi clairement énoncé. Son travail n'est pas terroriste : c'est un peu la grève du zèle. On a participé à une même exposition à Grenoble, *Cosmos*, mais on a appris à mieux se connaître plus tard. Matthieu a une dimension *entertainment* qui me plaît bien, et on adore tous les deux l'image. En 1995, j'ai commencé par faire une télévision-pirate à Villeurbanne pendant 24 heures, dans le cadre d'une exposition au Nouveau Musée. Ensuite, j'ai eu l'accord officiel du CSA pour implanter une nouvelle antenne à Dijon. Comme c'est une télé itinérante, je l'ai appelée *Mobil T.V.* Le 11 novembre 1997, j'ai invité Matthieu à concevoir et animer en direct une émission sur les produits remboursés. Par rapport aux émissions qu'il avait faites sur les autres chaînes, je lui ai donné tout le temps qu'il voulait pour développer son sujet. On a montré plusieurs de ses passages à la télé. Ensuite, c'était du direct. Il y avait un micro-public. Matthieu avait choisi quelques produits dans le supermarché du coin et il expliquait en détails toute la chaîne de remboursement. L'émission a duré environ 1 h 30. Elle a commencé à 21 heures ; c'était donc du *prime time* ! On avait affiché un numéro de téléphone sur l'écran et Matthieu répondait aux questions. On a dû recevoir quatre appels. Je me souviens qu'une personne a demandé si Matthieu n'était pas en train de réaliser une performance.

**CHRISTINE MACEL** — Depuis trois ans, je suis inspecteur de la création artistique à la DAP pour le Ministère de la Culture. J'ai rencontré Matthieu Laurette en 1995 au *Magasin* de Grenoble. Il était assistant sur l'exposition *Morceaux choisis du FNAC*, dont j'étais un des commissaires. C'est moi qui suis allée vers lui. Il m'a dit qu'il allait s'installer à Paris à la rentrée, où je lui ai rendu visite, quelques mois plus tard. Nous avons tout de suite discuté de sa manière de se positionner par rapport aux médias. Je voulais savoir si ses *Apparitions* à la

télévision n'étaient pas simplement opportunistes. Au départ, j'étais sceptique sur le fait qu'il n'annonçait pas qu'il était artiste en allant dans les médias. Il m'a répondu qu'il jouait volontairement sur une double-image, une ambiguïté: pour le monde de l'art, il apparaît spontanément comme artiste; et pour le grand public, il devient une sorte d'hurluberlu, de défenseur du consommateur. J'ai été convaincue par cette définition du statut de l'artiste, variable selon le récepteur.

Deux ans plus tard, j'ai proposé à Matthieu d'acquérir une œuvre pour le FNAC. Je lui ai dit: « Ça ne m'intéresse pas de faire acheter une vidéo toute seule. Je préférerais une installation globale qui représente différents aspects de ton travail. » Il a réfléchi. Finalement, avec *Consommez, c'est remboursé*, nous avons acquis son œuvre la plus complète à ce jour.

L'installation, conçue comme un stand d'accueil et d'information sur les produits remboursés, comprend: un caddie contenant une cinquantaine de produits; un téléviseur-magnétoscope grand format équipé d'un support mural articulé; une vidéo de la participation de Matthieu à *Je passe à la télé*; deux affiches « Comment faire rembourser ses achats »; trois posters qui sont des agrandissements d'une apparition dans *l'Itinérant*; un présentoir et des tracts « comment faire vos achats remboursés »; enfin, deux T-shirts homme et femme imprimés « satisfait ou remboursé », qui doivent être portés par l'hôte ou l'hôtesse d'accueil du lieu d'exposition aux heures de forte affluence et lors des vernissages. Une telle installation ne peut être que réactivable: les produits doivent être renouvelés en fonction des dates de péremption des offres. En février 1998, pour défendre son installation devant le jury qui devait décider ou non de l'acquisition, je suis devenue moi-même hôtesse: j'ai revêtu le T-shirt « satisfait ou remboursé », j'ai distribué des tracts et j'ai défendu avec enthousiasme le travail alimentaire! Le jury était séduit: le dispositif a été accepté à une large majorité. Il existe maintenant une trace du travail de Matthieu Laurette dans les collections

#### Si vous avez manqué le début

*own. I'd rather have a complete installation representing various aspects of your work." He thought about it. In the end, with Consommez, c'est remboursé [Eat and get your money back], we bought his most comprehensive work to date. The installation is planned like a reception and information stand for money-back products, so it includes a trolley containing about 50 products, a large format TV and video unit, with an articulated wall bracket, a video of Matthieu's appearance on Je passe à la télé / I'm on TV, two "How to Get Your Money Back" posters, three posters that are enlargements of an appearance in Itinérant; a display stand and "How to get your money back" pamphlets, and, last of all, two men's and women's T-shirts with "Satisfied or your money back" printed on them, to be worn by the host or hostess in the exhibition venue at the busiest times, and for openings. You can't reactivate this kind of installation: the products have to be renewed on the basis of the redemption dates of the offers. In February 1998, I turned into a hostess myself, to back his installation before the jury convened to decide whether to purchase it or not. I wore the "Satisfied or your money back" T-shirt, handed out pamphlets, and enthusiastically promoted the food-work! The jury was won over: the installation was accepted by a resounding majority. Now there's just a vestige of Matthieu Laurette's work left in the national collections. The trolley's ended up in the FNAC stocks at La Défense, in Paris, surrounded by sculptures from the 1950s! Since then we've had another project. The blueprint for it was presented in April 1998 as part of Jean-Charles Masséra's exhibition Identité, gloire et beauté. This involved a public commission titled Citizenship Project, and was designed to culminate in an Internet site resembling a major database about ways of obtaining different nationalities. Page one of*

À DROITE: COMMENT FAIRE SES ACHATS REMBOURSÉS - 1998. TRACT, ÉDITION ILLIMITÉE // DÉTAIL DE L'INSTALLATION "MANGEZ, C'EST REMBOURSÉ", COLLECTION FNAC, PARIS // RIGHT: HOW TO GET YOUR MONEY BACK - 1997. FLYER, UNLIMITED EDITION // DETAIL FROM THE INSTALLATION "EAT AND GET YOUR MONEY BACK", FNAC COLLECTION, PARIS

# COMMENT FAIRE REMBOURSER SES ACHATS ?

## CONSEILS PRATIQUES

Depuis plusieurs années les offres promotionnelles 100 % remboursé, ce produit gratuit, 1<sup>er</sup> achat remboursé, satisfait ou remboursé... prolifèrent dans les magasins. Avec un peu d'organisation et de recherches, il est possible de réaliser des économies importantes, voire de se nourrir gratuitement.

### Comment les repérer ?

Ces offres sont la plupart du temps signalées en gros sur l'emballage: stickers, encarts, étiquettes spéciales, collerettes sur les bouteilles...

À vous de les repérer au fil des rayons.

Ces offres sont, pour la plupart, limitées dans le temps, faites donc bien attention aux dates.

Certaines offres sont valables sur tous les emballages, d'autres uniquement sur les emballages porteurs de l'offre (points à découper, encarts...)

### Comment les payer ?

Attention, à la caisse, pensez à demander un ticket par article, réglez donc séparément chaque article (la plupart des marques vous demandent l'original du ticket de caisse, pas de photocopies ni de tickets découpés)

### Les preuves d'achats

Les marques demandent généralement de renvoyer:

le code barre ou une partie bien précise (encarts, stickers...) de l'emballage, et le ticket de caisse sur lequel vous entourerez le prix et parfois la date avant de le renvoyer.

### Le remboursement

La majorité des remboursements se font par virement bancaire, un mois à un mois et demi après votre envoi, c'est pourquoi il faut joindre généralement un RIB que vous demanderez à votre banquier ou détacherez dans votre carnet de chèques. Photocopiez-les pour en avoir d'avance. (Pour les CCP il s'agit d'un RIP)

Cependant, certains remboursements se font par lettre-chèque que vous recevrez à votre domicile.

Attention: la plupart des offres sont limitées à une par foyer (même nom, même adresse et souvent même banque, même numéro de compte), si vous voulez acheter plusieurs fois le même produit, utilisez par exemple le compte de votre ami(e) ou faites varier les adresses et les comptes si c'est possible (compte professionnel, adresse de vacances...)

Si vous êtes une femme mariée utilisez un compte à votre nom de jeune fille.

### Les frais d'envoi

Ils sont souvent remboursés (au tarif lent 20g) mais ce n'est pas systématique.

Les marques spécifient parfois remboursement du timbre sur demande. N'hésitez pas à demander: veuillez SVP me rembourser le timbre.

### Satisfait ou remboursé

Pour les offres satisfait ou remboursé on vous demandera souvent d'exprimer les raisons de votre insatisfaction (parfois un nombre de lignes est imposé: par ex. 5 lignes minimum, écrivez donc gros si vous manquez d'inspiration). N'hésitez pas à faire des remarques pertinentes: trop sucré, trop cher, trop gras, fade, peu pratique...

M. Laurette - Imprimerie spéciale

ne pas jeter sur la voie publique, reproduction illimitée autorisée

nationales. Le caddie se trouve dans les réserves du FNAC à La Défense, au milieu de sculptures des années 1950!

Depuis, nous avons mis en œuvre un autre projet, dont la première ébauche a été présentée en avril 1998, dans le cadre de l'exposition *Identité, gloire et beauté* de Jean-Charles Masséra. Il s'agit d'une commande publique intitulée *Citizenship Project* devant aboutir à la création d'un site Internet qui rassemblera une importante base de données sur les modes d'acquisition des différentes nationalités. La première page du site, qui sera au point en 1999, fournit une liste de pays. Libre ensuite à l'utilisateur de consulter les textes juridiques relatifs à l'acquisition de telle ou telle nationalité en fonction des avantages et des inconvénients de chacune. Avec ce projet, Matthieu Laurette parasite un champ qui n'est plus celui de la consommation.

En allant à l'exposition *Bruitsecrets* au CCC à Tours, j'ai eu une bonne surprise en visionnant l'installation vidéo où Matthieu consultait l'astrologue Éliane Soleil sur son avenir en tant qu'artiste. Elle réagissait avec son pendule au-dessus de différents papiers pour savoir si les relations avec la personne en question étaient favorables... Et j'ai reconnu ma carte de visite! « C'est une jeune femme dynamique dont vous pourriez faire une amie », a dit Éliane Soleil à Matthieu. Ce clin d'œil m'a beaucoup amusé.

**LISETTE SMITS ET MARIETTE DÖLLE** — En novembre 1997, Matthieu Laurette nous a reçues à la Cité des Arts avec de délicieux cookies « satisfait ou remboursé » qu'il avait lui-même préparés. Au mois de janvier suivant, il est venu à Utrecht au vernissage de Begonia Muñoz, une artiste espagnole. C'est là que nous avons sérieusement commencé à travailler. Matthieu avait des centaines d'idées, une par minute! Ce qu'il voulait, c'était offrir quelque chose de gratuit au public. Finalement, l'idée du projet central, il l'a trouvée à Paris. Quelques semaines plus tard, il a appelé en disant: « Je veux organiser une loterie avec des prix offerts par les magasins du quartier. » Pour réaliser son

#### Si vous avez manqué le début

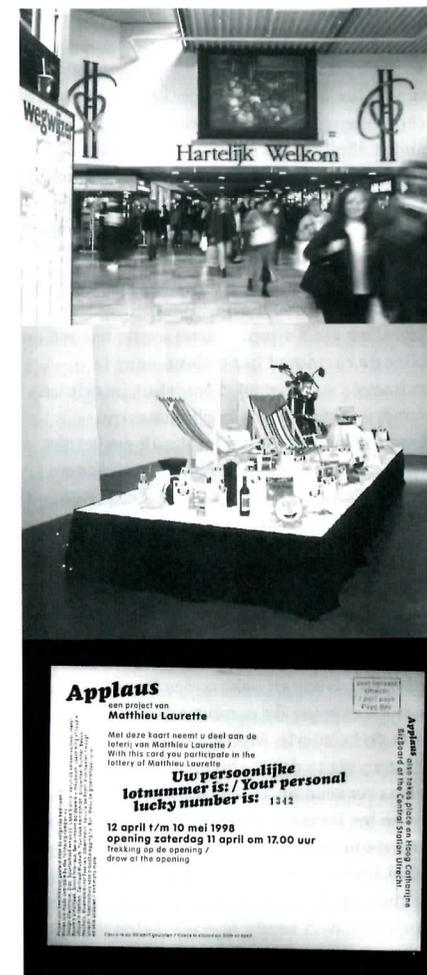
*the site, which will be ready in 1999, gives a list of countries. Then it's up to the user to consult the laws about acquiring such and such a nationality, and the pros and cons of each one. With this project, Matthieu Laurette is interfering in an area that no longer has anything to do with consuming things. When I went to the Bruitsecrets exhibition at the CCC in Tours, I was pleasantly surprised when I saw the video installation where Matthieu was consulting the astrologer Éliane Soleil about his future as an artist. She was reacting with her pendulum above various bits of paper to find out if relations with the person in question were good. And I saw my own visiting card! "She's a dynamic young woman you could be friend with", Éliane Soleil said to Matthieu. That little wink made me laugh a lot.*

**LISETTE SMITS & MARIETTE DÖLLE** — In November 1997, Matthieu Laurette met us at the Cité des Arts with some delicious "satisfied or your money back" cookies which he'd made himself. The following January he came to Utrecht for the opening of Spanish artist Begonia Muñoz's show. That's when we started to get down to serious business. Matthieu had hundreds of ideas, one a minute! What he wanted to do was offer the public something free. In the end he came up with the main project in Paris. A few weeks later, he called and said: "I want to organize a lottery with prizes offered by local stores". For this project, Matthieu had to delegate a lot of the work. Iris, and Patricia, in particular, became his assistants. First of all, we contacted the stores. The small ones straightaway agreed to contribute a lot. The big ones were more hesitant. Ikea nevertheless offered us two deckchairs and Macdonald's five Happy Meals! In all, we collected 60 lots: driving lessons from a Driving School, an aquarium with two goldfish, a free haircut from a hairdresser, a radio-alarmclock, and so on. The system was straightforward: we sent out 1000 invitations for the opening. A "personal lucky number" was written on each one, making that person eligible for a lot. On 12

#### If you missed the beginning

*April 1998, at the opening, Matthieu drew the lots, and we announced the winners' names over a microphone. The art world was surprised and amused. Among the public present, two people won prizes: the first one was tickets for the municipal swimming-pool, and the other was a papier-mâché sun. All the other winners were advised by mail or phone. Because most of them don't live in Holland, we had to send lots of the prizes out by mail! Together with the lottery, Matthieu had the idea of putting T-shirts on sale, with the logos "As seen on TV" and "Gezien op TV". To get your money back, you just had to be on TV wearing one and send Matthieu the proof on a videotape. Then he could use the tapes in his work as and when he wanted... We sold about 20 T-shirts in all. When he took the train from Amsterdam, Matthieu had noticed two large video screens in the shopping centre at Utrecht train station. That's when he had the idea of broadcasting very short sequences of clapping from his Apparitions, in the middle of publicity messages. He didn't want it to be something you have to pay for. In the end it turned out not to be totally impossible to get the agreement of the people in charge of programming: three short excerpts were introduced. In the end, Matthieu decided to use part of the exhibition budget to help with paying for the opening of new rooms in the Boijmans van Beuningen Museum in Rotterdam, which launched a public subscription campaign. One brick in the new wing will soon bear the name of Matthieu Laurette.*

**JEAN-CHARLES MASSÉRA** — I heard about Matthieu Laurette's work before I actually met him. An article by Clarisse Hahn in Omnibus described his career. In 1997, he had a show organized by Laurence Hazout in the 7th arrondissement. What interested me was the idea that he involves forms of real economic logic, even if on a modest scale, associated with things we do in our everyday lives, which are anything but artistic, and which help us to come up with alternative ways of making a



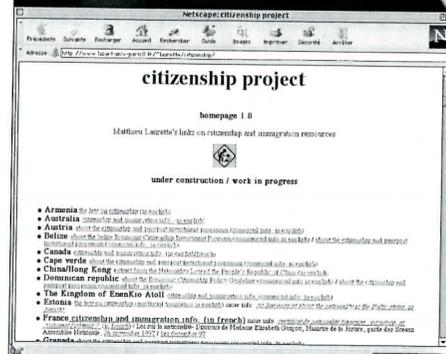
APPLAUS - 12 AVRIL / 10 MAI 1998. (DÉTAIL) INSERTS VIDÉO INTERROMPANT UN PROGRAMME PUBLICITAIRE // VUE D'INSTALLATION, HOOG CATHARIJNE BIZBOARD, UTRECHT CENTRAL STATION // APPLAUS - APRIL 12 / MAY 10 1998. (DÉTAIL) VIDEO INSERTS INTERRUPTING AN ADVERTISING PROGRAMME // INSTALLATION VIEW, HOOG CATHARIJNE BIZBOARD, UTRECHT CENTRAL STATION // APPLAUS - 12 AVRIL / 10 MAI 1998. (DÉTAIL) (LOTS OFFERTS PAR LES COMMERÇANTS LOCAUX, PODIUM, TIRAGE AU SORT...) VUE D'INSTALLATION, CASCO, UTRECHT, PAYS-BAS, 12 AVRIL / 10 MAI 1998 // APPLAUS - APRIL 12 / MAY 10 1998. (DÉTAIL) (LOTS OFFERED BY LOCAL STORES, PODIUM, DRAW...) // INSTALLATION VIEW, CASCO, UTRECHT, THE NETHERLANDS, APRIL 12 / MAY 10 1998 // APPLAUS. (DÉTAIL) CARTON D'INVITATION CASCO, UTRECHT, PAYS-BAS, 12 AVRIL / 10 MAI 1998 // APPLAUS. (DÉTAIL) INVITATION // CASCO, UTRECHT, THE NETHERLANDS, APRIL 12 / MAY 10 1998

projet, Matthieu a dû déléguer une grande partie du travail. Iris, et surtout Patricia, sont devenues ses assistantes. Nous avons d'abord contacté les magasins. Les petits commerces ont accepté spontanément de donner un lot. Les grandes chaînes ont été plus réticentes. *Ikea* nous a quand même offert deux chaises longues, et *Mac Donald's* cinq *Happy Meals* ! Au total, nous avons récolté soixante lots : des leçons de conduite dans une Moto-École, un aquarium avec deux poissons rouges, une coupe gratuite chez un coiffeur, un radio-réveil, etc...

Le système était simple : nous avons envoyé un millier de cartons d'invitations pour le vernissage ; sur chacun d'eux était inscrit un « numéro personnel de la chance », qui permettait de gagner un lot. Le 12 avril 1998, au vernissage, Matthieu a procédé au tirage au sort, et nous avons annoncé au micro le nom des gagnants. Le milieu de l'art était surpris et amusé. Parmi le public présent, deux personnes ont gagné un prix : la première des entrées pour la piscine municipale, et l'autre un soleil en papier mâché. Tous les autres gagnants ont été prévenus par courrier ou par téléphone. Comme la plupart vivent en dehors des Pays-Bas, nous avons dû envoyer de nombreux lots par la poste !

À côté de la loterie, Matthieu a eu l'idée de mettre en vente des T-shirts dont il a choisi les logos : « As seen on TV » et « Gezien op TV ». Pour se les faire rembourser, il suffit de passer à la télévision avec et d'envoyer à Matthieu la preuve sur cassette vidéo. Ensuite, libre à lui d'utiliser ces bandes dans son travail. Au total, nous avons déjà vendu une vingtaine de T-shirts. En prenant le train depuis Amsterdam, Matthieu avait aperçu deux grands écrans vidéo dans la galerie commerciale de la gare d'Utrecht. C'est là qu'il a eu l'idée de diffuser, au milieu des messages publicitaires, de très courtes séquences d'applaudissement issues de ses *Apparitions*... Il ne voulait pas que ce soit payant. Finalement, ça n'a pas été insurmontable d'obtenir l'accord des responsables de la programmation : trois courts extraits ont été insérés. Enfin, Matthieu a décidé d'utiliser une partie du budget de l'exposition

## Si vous avez manqué le début



CITIZENSHIP PROJECT. HOMEPAGE 1.0 - 1998 : VUE D'INSTALLATION, IDENTITÉ GLOIRE ET BEAUTÉ, CENTRE D'ART MODERNE, MONTREUIL // CITIZENSHIP PROJECT HOMEPAGE 1.0 - 1998. INSTALLATION VIEW, IDENTITÉ GLOIRE ET BEAUTÉ, CENTRE D'ART MODERNE, MONTREUIL // CITIZENSHIP PROJECT. HOMEPAGE 1.0 - 1998 : SITE INTERNET - HTTP://WWW.LABART.UNIV-PARIS8.FR/~LAURETTE/CITIZENSHIP // CITIZENSHIP PROJECT. HOMEPAGE 1.0 - 1998 : WEBSITE - HTTP://WWW.LABART.UNIV-PARIS8.FR/~LAURETTE/CITIZENSHIP

*stand against the law of the market. Matthieu Laurette is a young artist who knows where he stands and what he's dealing with, and he does this in an obstinate, radical way. What I was not quite so sure about was the impression I got that, like a lot of artists in his generation, he would get locked into his thing. He'd turn into the "satisfied or your money back guy". But now he's got leads into other daring projects, and that heartens me. This applies for example to his work to do with getting different nationalities, the first phase of which was the exhibition I organized at Montreuil in April 1998, at the Modern Art Centre. Actually, this is part two of a three-part show, which I've called À quoi rêvent les années 90? /*

## If you missed the beginning

*What are the dreams of the 90's? I wanted to see what kind of symbolic space the generation born after 1970 is involved with, and what people they're identifying with. I gave the artists a proposal which enabled them to completely develop their projects. They played the work-in-progress game. In the second exhibition, Identité, gloire et beauté, I focused on two themes that you rarely see in art: the depiction of work, and identity connected with land and blood. Matthieu Laurette was interested in the latter, and produced Citizenship Project. When I discussed the things that concerned me with him, he mentioned a project that had been dormant in his mind. What does "being French today" mean? Via networks on the Net, Matthieu located the services that give information about the ways you can obtain different nationalities. He set up links between these data and offered an easy way for the public to consult them. During the show, we were meant to have a computer and a connection on the Web. But for lack of wherewithal, Matthieu printed out all the pages as hard copy. All he needed was a table for his filing cabinet. He had also printed up small cards with the address of his site. Matthieu Laurette never treats a form like a fetish. He uses the form best suited to the subject matter. In so doing, he's as contemporary as you can get.*

*Matthieu Laurette's project aroused curiosity, both among his detractors, who thought he was burying himself in the logic of the money-back products, and among those who were behind him. For him, it's risky to clash with heterogeneous areas, both in the traditional art arena and where the law is concerned. A lot of visitors came who weren't very clued up about contemporary art. Matthieu's slightly fanatical side, which has to do with getting as many nationalities as possible, took them aback. But at the same time, they can clearly see that identity becomes more and more a formal framework before being a tangible reality. I think it's interesting that it may be possible one day to pay for a second nationality for him, through private and public collections.*

pour participer au financement de l'ouverture de nouvelles salles au musée Boijmans van Beuningen de Rotterdam, qui a lancé une souscription publique. Une brique de la nouvelle aile portera bientôt le nom de Matthieu Laurette.

**JEAN-CHARLES MASSÉRA** — J'ai d'abord entendu parler du travail de Matthieu Laurette avant de le rencontrer. Un article de Clarisse Hahn dans *Omnibus* décrivait son parcours. En 1997, il avait une exposition organisée par Laurence Hazout dans le VII<sup>e</sup> arrondissement. Ce qui m'a intéressé, c'est l'idée qu'il investisse des logiques économiques réelles, même modestes, liées à des pratiques de vie au quotidien qui ne sont absolument pas artistiques et qui permettent de proposer des modèles alternatifs de résistance face à la loi du marché. Matthieu Laurette est un jeune artiste qui sait où il est et ce qu'il manipule, et il le fait de manière radicale et entêtée. Ce sur quoi j'étais réticent, c'est que j'avais l'impression qu'il allait, comme beaucoup d'artistes de sa génération, s'enfermer dans un truc. Devenir « le mec du satisfait ou remboursé ». Il a maintenant d'autres ouvertures de projets risqués qui me rassurent. C'est le cas de son travail sur l'obtention des modes de nationalités, dont la première étape a été l'exposition que j'ai organisée à Montreuil en avril 1998, au Centre d'Art Moderne.

Il s'agit en fait du deuxième volet d'une exposition en trois volets, que j'ai appelée *À quoi rêvent les années 90?* Je voulais voir dans quel espace symbolique la génération née après 1970 se projette, à quelles figures elle s'identifie. J'ai donné aux artistes une question-cadre qui leur permettait de totalement développer leur projet. Ils ont joué le jeu du travail *in progress*. Dans la deuxième exposition, *Identité, gloire et beauté*, j'ai posé deux axes rarement visibles dans l'art : la représentation du travail et l'identité liée au sol et au sang. C'est au second que Matthieu Laurette s'est intéressé avec *Citizenship Project*. Quand j'ai discuté avec lui de mes

## Si vous avez manqué le début

préoccupations, il a évoqué un projet qui était en friche dans son esprit. Qu'est-ce que ça veut dire, « être français aujourd'hui »? Matthieu a repéré, via les réseaux du Net, les services qui diffusent les informations concernant les modalités d'obtention de différentes nationalités. Il a établi des liens entre ces informations pour les offrir à la consultation aisée au public. Pendant l'exposition, nous aurions dû avoir un ordinateur et la connexion sur le Web. Faute de moyens, Matthieu a imprimé toutes les pages sur papier. Il lui fallait juste une table pour soutenir son classeur. Il avait aussi imprimé des petites cartes avec l'adresse de son site. Matthieu Laurette ne fétichise jamais une forme: il utilise la forme la plus adéquate au propos. C'est en cela qu'il est le plus contemporain.

Son projet a éveillé de la curiosité, chez ses détracteurs, qui pensaient le voir s'enterrer dans la logique des produits remboursés, comme chez ses supporters. Pour lui, c'est risqué de se heurter à des champs hétérogènes au champ de l'art traditionnel comme le domaine juridique. Beaucoup de visiteurs non avertis à l'art contemporain sont venus. Le côté un peu allumé de Matthieu, qui consiste à vouloir obtenir un maximum de nationalités, les a interloqué. Mais en même temps, ils voient bien que l'identité devient de plus en plus un cadre formel avant d'être une réalité tangible. Un des enjeux de Matthieu Laurette, ce serait d'obtenir une autre nationalité. Je trouve intéressant qu'on puisse lui financer un jour une seconde nationalité par le biais des collections privées ou publiques.

**CÉLINE SARAIVA** — Il y a deux ans, j'ai entamé la rédaction d'un ouvrage sur les jeunes artistes français: *Index*. J'ai écrit cent cinquante notices, dont une sur Matthieu Laurette, que j'ai rencontré pour l'occasion. J'avais entendu beaucoup d'échos négatifs sur lui. Les gens disaient: « Les choses à voir sont répétitives. » Ce qui m'a fait réagir favorablement, c'est quand il m'a parlé « d'anti-performance ». C'était tellement paradoxal par rapport au



EN HAUT, À GAUCHE: APPARITIONS, PRODUITS REMBOURSÉS, SÉLECTION 1996-∞; INSTALLATION VIDÉO (TV, MAGNÉSCOPE, SUPPORT MURAL ORIENTABLE PLACÉ EN HAUTEUR ET K7 VIDÉO 50' EN BOUCLE) // TOP, LEFT: APPARITIONS, MONEY-BACK PRODUCTS, 1996-∞ SELECTION: VIDEO INSTALLATION (TV, VCR, ARTICULATED WALL BRACKET, 50' VIDEO IN A LOOP) // EN HAUT, À DROITE: PROJECTION, ÉLIANE SOLEIL, 10/06/98, PARIS: RÉTROPROJECTION VIDÉO 57' // VUE DE L'INSTALLATION "BRUITSECRETS", CCC, TOURS // TOP, RIGHT: PROJECTION, ÉLIANE SOLEIL, 06/10/98, PARIS: 57' OVERHEAD VIDEO PROJECTION // INSTALLATION VIEW AT "BRUITSECRETS", CCC, TOURS // À DROITE: APPARITIONS, PRESSBOOK, PRODUITS REMBOURSÉS, 1996-∞. (DÉTAIL) APPARITION: SYÖ JA PESE ILMAISEKSI - MARKKINATALOUDESSA, VIHREÄT LANKA N°8, 19 FÉVRIER (PP. 1, 12) // APPARITIONS, PRESSBOOK, MONEY-BACK PRODUCTS, 1996-∞. (DÉTAIL) APPARITION: SYÖ JA PESE ILMAISEKSI - MARKKINATALOUDESSA, VIHREÄT LANKA N°8, FEBRUARY 19 (PP. 1, 12)

**CÉLINE SARAIVA** — *Two years ago, I started preparing a publication on young French artists called Index. I wrote 150 notices, including one about Matthieu Laurette, whom I met for the occasion. I'd heard a lot of negative things about him. People would say: "The things he does are repetitive". What made me have a positive reaction was when he talked about "anti-performance". It was so paradoxical compared with the system he's set up, and which really is high performance! It was me who insisted that Matthieu should be in the show I organized with Olivier Reneau at the CCC in Tours, in the summer of 1998. We brought together 14 artists around a title in the*

## If you missed the beginning

*form of a distant wink at Duchamp, Bruitsecrets, that doesn't mean anything in terms of content. When Matthieu mentioned his project to me, with the astrologer Éliane Soleil, I liked the idea a lot. His video was installed in a corner all on its own. The public can sit on small stools to follow the consultation all the way through. It lasts the best part of an hour, but I saw people dumbfounded, and not missing a second of it! In the show, you can also see a video installation of Matthieu's Apparitions, and you can leaf through the book of his press articles on money-back products. The artists came a few days before the opening. They just had time to get to know one another — and not enough time to start arguing.*

**ÉLIANE SOLEIL** — *Matthieu Laurette was introduced to me through a friend of mine, Hugues Royer, a writer and journalist. I knew him through my cousin, Germaine Soleil, whose latest book he wrote, Mon Testament pour l'an 2000. Hugues said to me: "Would you be interested in filming a consultation from start to finish for an artist?" I accepted right away because I like taking up challenges. We didn't set anything up ahead of time, everything was impromptu. Matthieu phoned me a few days before to fix a day. On 16 June 1998, he came with a cameraman. I wanted it all to be just like any ordinary consultation. Namely: sitting at the desk for a tarot reading, and then looking at the star theme on the computer screen. We just moved the position of my*



système qu'il a mis en place, et qui est vraiment performant! C'est moi qui ai insisté pour que Matthieu soit dans l'exposition que j'ai organisée avec Olivier Reneau au CCC à Tours, durant l'été 1998. Nous avons réuni quatorze artistes autour d'un titre en forme de clin d'œil lointain à Duchamp, *Bruitsecrets*, qui n'indiquait rien en terme de contenu. Quand Matthieu m'a parlé de son projet avec l'astrologue Éliane Soleil, j'ai beaucoup aimé cette idée. Sa vidéo a été installée dans un coin isolé. Le public peut s'asseoir sur de petits tabourets pour suivre la consultation en intégralité. Ça dure presque une heure, mais j'ai vu des gens médusés qui n'en n'ont pas loupé une miette! Dans l'exposition, on peut également voir une installation vidéo des *Apparitions* de Matthieu et feuilleter le book de ses articles de presse sur les produits remboursés. Les artistes sont arrivés quelques jours avant le vernissage. Ils ont eu juste le temps de faire connaissance; pas assez pour s'engueuler.

**ÉLIANE SOLEIL** — *Matthieu Laurette m'a été présenté par l'intermédiaire d'un ami écrivain-journaliste, Hugues Royer, que j'ai connu grâce à ma cousine Germaine Soleil, dont il a écrit le dernier livre: Mon Testament pour l'an 2000. Hugues m'a dit: « Est-ce que ça t'intéresserait de filmer une consultation de A jusqu'à Z pour un artiste? » J'ai immédiatement accepté parce que j'aime relever les défis. Nous n'avons rien établi d'avance; tout s'est fait à l'impromptu. Matthieu m'a téléphoné quelques jours avant pour prendre rendez-vous. Le 16 juin 1998, il est venu avec un cameraman. Je voulais que tout se passe exactement comme pour n'importe quelle consultation. À savoir: on se met au bureau pour un tarot, et ensuite on regarde le thème astral sur l'écran de l'ordinateur. Nous avons juste changé de place mon fauteuil, celui dans lequel officiait Madame Soleil, pour éviter un contre-jour. Avant de commencer, nous avons convenu de parler uniquement de sa carrière professionnelle. La caméra est restée fixe. Avec mon pendule, j'ai regardé plusieurs cartes de visite de gens avec qui Matthieu travaille. Je*

MON TESTAMENT  
POUR L'AN 2000

Propos recueillis  
par Hugues Royer

ÉDITIONS DE L'HIPPOCAMPE

EN HAUT : MADAME SOLEIL, MON TESTAMENT POUR L'AN 2000, PROPOS RECUEILLIS PAR HUGUES ROYER, ÉDITIONS DE L'HIPPOCAMPE - 1996 // TOP : MADAME SOLEIL, MON TESTAMENT POUR L'AN 2000, INTERVIEWS BY HUGUES ROYER, ÉDITIONS DE L'HIPPOCAMPE - 1996  
EN BAS : PROJECTION, ÉLIANE SOLEIL, 10/06/98, PARIS : RÉTROPROJECTION VIDÉO 57' // VUE DE L'INSTALLATION "BRUITSECRETS", CCC, TOURS // BOTTOM : PROJECTION, ÉLIANE SOLEIL, 06/10/98, PARIS : 57' OVERHEAD VIDEO PROJECTION // INSTALLATION VIEW AT "BRUITSECRETS", CCC, TOURS

me souviens assez bien de son thème; il a vraiment un thème d'artiste. D'une manière générale, c'est un Jupitérien, ce qui signifie chance, élévation et succès. Il a aussi un côté lunaire: il a des coups de blues, d'angoisse. L'argent n'est pas son moteur, mais je crois qu'il s'en sortira. En même temps, ce n'est pas un très bon gestionnaire. Son truc, ça doit être le classement à l'horizontal. Il a aussi un côté même qui fait son charme. J'ai vu des périodes assez nettes. Par exemple, entre 36 et 42 ans, il pourrait œuvrer vers l'étranger et consacrer une partie de son temps à enseigner. Sa retraite, je la situe entre 56 et 59 ans.

Comme j'ai beaucoup travaillé avec la télévision, la caméra ne m'a pas gênée. Je l'ai même tellement oubliée que vers la fin de la consultation, le téléphone a sonné; et j'ai répondu. C'était mon ami Hugues, qui voulait savoir si tout allait bien. Ce qui m'a un peu gênée, c'est que j'étais limitée au côté professionnel et social. Il y avait des choses flagrantes dans sa vie privée, que je n'ai pu lui dire que hors caméra. Là, il a été étonné de mes révélations.

Si vous avez manqué le début

*armchair, the one in which Madame Soleil officiates, to avoid backlighting. Before starting, we agreed to talk only about his professional career. The camera didn't move. With my pendulum, I looked at several visiting cards of people Matthieu works with. I remember his theme quite well: he really does have an artist's theme. Generally speaking, he's a Jupiter, which means luck, promotion and success. There's also a moon side to him: he gets bouts of blues and anxiety. He's not driven by money, but I think he'll get by. At the same time, he's not very good at managing things. His thing must be categorizing things, horizontally. He's also got a boyish side, and that's part of his charm. I saw quite well-defined periods. For example, between 36 and 42, he may well work abroad and devote some of his time to teaching. I think he'll retire between 56 and 59. Because I've worked a lot with television, the camera didn't bother me. I even forgot about it to such an extent that towards the end of the consultation the telephone rang, and I answered. It was my friend Hugues, wanting to know if everything was okay. What did bother me a bit was the fact that I was limited to the professional and social side. There were really obvious things in his private life that I could only get into off-screen. In that area he was amazed by what I told him.*



ON NE S'EST PAS  
DÉJÀ VU QUELQUE PART?  
ALEXIS VAILLANT  
HAVEN'T WE MET SOMEWHERE BEFORE?  
ALEXIS VAILLANT

TRANSLATION : S. PLEASANCE & F. WOODS

STRANGE, I'VE SEEN THAT FACE BEFORE...

*Appearing / In March 1993, Matthieu Laurette took part in the TV game-show Tournez manège / Merry-go-round and, while on the set, declared himself to be an artist. The fact is that he became an artist by virtue of his own declaration<sup>1</sup>.*

*There were several rehearsals before the show was recorded. The broadcast was prepared, and all the candidates were familiar with their questions. Laurette went to take part in the images. That TV game show interested him because he was recorded live, because it was based on a cynical clockwork-like rotation peculiar to being on TV: "Who's turn?... next please!", and because there was an insinuation that the game and those playing it were (un)seen in the ebb and flow of TV. The first part of the game was titled "Choisissez-moi" / "Choose me". The aim here was to select one out of three*

STRANGE, I'VE SEEN THAT FACE BEFORE...

*Apparaître / En mars 1993, Matthieu Laurette participe au jeu télévisé Tournez manège et déclare sur ce plateau qu'il est artiste. En réalité, il l'est devenu par sa déclaration<sup>1</sup>. Plusieurs répétitions précèdent l'enregistrement. L'émission est préparée, chaque candidat connaît ses questions. Laurette vient participer aux images. Ce jeu télévisé l'intéresse parce qu'il est enregistré dans les conditions du direct, parce qu'il repose sur des mécanismes cyniques de rotation propres au passage TV: « à qui le tour, au suivant! », parce qu'il insinue que le jeu et ses participants demeurent (ina)perçus dans le flux télévisuel. La première partie du jeu s'intitule « Choisissez-moi ». Elle a pour but de sélectionner un garçon parmi trois et une fille entre deux à travers une série de questions/réponses. Une fois que les trois garçons ont sélectionné une fille, celle-ci*

désigne celui qui lui plaît. Laurette n'est pas choisi, le manège tourne, *back to life*. Aux yeux du public, sa participation s'arrête là, *back to reality*. Pourtant, les deux minutes apparemment anodines pendant lesquelles il est *entré* dans la TV constituent un réservoir sonore et visuel qu'il va (faire) citer, diffuser, monter, raconter, remixer au point de brouiller les repères et d'asseoir l'idée selon laquelle aller à la TV et déclarer<sup>2</sup> qu'on est artiste c'est devenir visible, être dans le *vrai*.

**Apparition** / Le jour où Matthieu Laurette participe à *Tournez manège*, Évelyne Leclerc se charge des présentations et arbitre le « Choisissez-moi ». Lorsqu'elle demande à Laurette ce qu'il veut faire plus tard, il répond de façon laconique : « artiste ». Elle lui demande des précisions concernant son médium « peinture, sculpture... » et visiblement, « multimédia » fait l'affaire dans ce contexte puisque l'animatrice, incarnation de l'esprit TV, reflet de l'attention du public et faiseuse d'audimat, se tait par un « belle réponse ». *Tournez manège*, et l'artiste apparaît. Quelques jours avant le 26 mars 1993, deux cents personnes reçoivent par courrier ou par fax une invitation à regarder *Tournez manège*. La (télé)diffusion est *annoncée* comme une *exposition personnelle*. L'invitation donne l'heure et le canal du « rendez-vous »<sup>3</sup>. L'artiste sait que l'apparition définit aussi ce qui n'a pas encore pris corps, au sens où l'on parle d'une ombre annonciatrice. C'est pour cette raison qu'il n'a pas adressé l'invitation uniquement à des gens qu'il connaissait. L'apparition est la manifestation sensible d'une personne ou d'un être dont la présence ne saurait s'expliquer par le cours naturel des choses (Larousse). Elle est nécessairement brève puisqu'il s'agit de l'acte d'apparaître. Elle se distingue de la *vision* en ce qu'elle suppose l'existence réelle de l'objet perçu ou de la personne aperçue.

Le 26 mars, Matthieu Laurette enregistre *Tournez manège* et récupère ainsi le matériau télévisuel qu'il rediffusera d'abord tel quel, puis

#### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*guys and one out of two girls by means of a series of questions/answers. Once the three guys had chosen a girl, she then pointed to the guy she liked the look of. Laurette was not chosen, the merry-go-round span, back to life. As far as the audience could see, his involvement in the show stopped right there—back to reality. But those apparently insignificant two minutes when he was inside the TV represented an audiovisual storehouse which he would subsequently (get others to) quote, broadcast, edit, recount, and remix, to the point where all references became blurred and the idea was born where going on TV and declaring<sup>2</sup> yourself to be an artist was the same as becoming visible and being true.*

**Apparition** / *That day when Matthieu Laurette took part in Tournez manège, Évelyne Leclerc was doing the introductions and refereeing "Choisissez-moi". When she asked Laurette what he wanted to be later on in life, he answered laconically: "An artist". She went on to ask him what medium he worked in... "painting, sculpture..." and it was clear that "multimedia" was the buzz word in this context, because the presenter, who embodied the spirit of TV, reflecting the attentiveness of the audience and fabricating audience ratings, wound things up by saying "nice answer". Tournez manège and the artist were on.*

*A few days before 26 March 1993, 200 people received a mailed or faxed invitation to watch Tournez manège. The (TV) broadcast was announced like a one-man show. The invitation gave the time and channel of the "rendez-vous"<sup>3</sup>. The artist knew that the apparition/appearance also defined what had not yet taken shape, in the sense that you talk about a warning shadow. This is why he did not just send the invitation to people he knew. An apparition is a visible manifestation of a person or being whose presence cannot be explained by the natural course of things (Larousse). It is perforce short because it involves the act of appearing. It is different from a vision because it presupposes the real*

#### Haven't we met somewhere before ?

*existence of the object seen or the person glimpsed. On 26 March, Matthieu Laurette recorded Tournez manège and thus salvaged the TV material which we would then re-broadcast, first as such, and later edited and incorporated in other sequences showing apparitions/appearances. Tournez manège represented the artist's first "apparition/appearance" conceived as such. It was also the only one to prompt a simultaneous double reading, about the method of utterance and the way of declaration. It referred to emergence<sup>4</sup> and at the same time fostered the trigger for the general system of Apparitions subsequently developed. For this system only really became possible once the signalling of the apparition (identified and thus recognized face, silhouette and voice) operated as such during the broadcast. In other words, once Matthieu Laurette was seen several times. The incorporation, two years later, of a photograph of an audience, taken during a conference in Rennes and published in the February 1991 issue of Beaux-Arts, was regarded as an "appearance/appearance" solely because he had, in the meantime, appeared. Through his method of consumption ("satisfied or your money back", "100% money back guaranteed", "first purchase reimbursed"), Matthieu Laurette has become a topical news item. The more he broadcasts, the more he salvages. Because he broadcasts almost exclusively on mass media and in mass publications (press, Internet, TV, radio), the feedback is sometimes considerable (cf. page one of Le Monde, and the one o'clock and eight p.m. TV news). It is always visual, and can accordingly be used as an apparition, even if the thrust is based on the content.*

**Apparition** / *Matthieu Laurette's Apparitions are thresholds of actual visibility (its imagery), of what it represents (a form of economy), of what it guarantees (an alternative economy), and of what it embodies (an artist). Even if the economic arenas of production and*

coupé et intégré à d'autres séquences d'apparitions. *Tournez manège* constitue la première « apparition » de l'artiste conçue comme telle. C'est aussi la seule qui suscite une double lecture, à la fois sur le mode de l'énonciation et sur celui de la déclaration. Elle parle de l'émergence<sup>4</sup> et foment en même temps l'amorce du dispositif général des *Apparitions* ensuite développé. Car en fait, ce dispositif ne devient possible qu'à partir du moment où la signalisation de l'apparition (visage, silhouette ou voix, identifiés, donc reconnus) fonctionne comme telle pendant la diffusion. C'est-à-dire à partir du moment où l'on voit Matthieu Laurette plusieurs fois. L'intégration, deux ans plus tard, d'une photographie de public, prise pendant un colloque à Rennes et publiée dans le *Beaux-Arts* de février 1991, est considérée comme une « apparition » seulement parce qu'il est, *entre-temps*, apparu.

Par son mode de consommation (« satisfait ou remboursé », « 100% remboursé », « 1<sup>er</sup> achat remboursé »), Matthieu Laurette devient un sujet d'actualité. Plus il diffuse, plus il récupère. Ne diffusant quasiment que sur des supports à grande écoute ou à grand tirage (presse, Internet, télévision, radio), les retours sont parfois de taille (cf. la Une du *Monde*, le 13 heures et le 20 heures). Ils restent visuels, donc exploitables en tant qu'apparition, même si le moteur repose sur leur contenu.

**Apparu** / Les *Apparitions* de Matthieu Laurette sont des seuils de visibilité de lui-même (son imagerie), de ce qu'il représente (une forme d'économie), de ce qu'il garantit (une économie parallèle), de ce qu'il incarne (un artiste). Même si les champs économiques de production et de distribution régissent le penchant utopique des *Apparitions*, leur sujet concerne notre système économique dans son ensemble. Toutefois, « si l'œuvre donne des leçons à la communauté, c'est fortuitement, d'abord dans la mesure où elle en fournit à son irréductibilité<sup>5</sup>. » Parce qu'avoir vu rend l'« apparition » possible. Voir Matthieu Laurette en sachant qu'il va apparaître ou le voir par surprise sous-entend que l'apparition



APPARITION : LE CERCLE DE MINUIT, SPÉCIAL LOUIS MALLE, FRANCE 2 - 24 JANVIER 1995 (EXTRAIT) // APPARITION : LE CERCLE DE MINUIT, LOUIS MALLE SPECIAL ISSUE, FRANCE 2 - JANUARY 24, 1995 (EXERPT)

s'inscrit dans une perception nécessairement référée à un « apparu », c'est-à-dire à une apparition antérieure, qu'elle soit télévisuelle, photographique ou annoncée. L'apparition ne vient pas, elle (le) devient, c'est-à-dire qu'elle vient après. Parce qu'elle vient toujours en seconde position, elle relève de la seconde fois. Dans la mécanique des *Apparitions* de Laurette, apparaître c'est réapparaître, apparaître une seconde fois, apparaître une seconde fois de plus, apparaître seulement des secondes fois. Le dispositif *apparat* de l'artiste se situe donc entre l'apparaître et l'apparu. Parce que ses *Apparitions* développent une dialectique entre les deux, l'artiste nous pousse à les guetter. C'est le syndrome (télévisuel ?) du *J'ai déjà vu ce visage quelque part...*<sup>6</sup>, redevance télé ou pas, au moins une fois.

**Vers une dialectique de l'apparition** / Faire de la figuration dans les publics, c'est camper dans des décors. Apparaître au sein de publics, c'est greffer du réel dans le petit écran. Sous la forme d'un aphorisme, Karl Kraus affirmait en 1912 « La meilleure méthode pour l'artiste s'il veut garder raison contre le public : être là<sup>7</sup>. » La présence silencieuse de Laurette dans ces rapides cadrages, travellings et gros plans, passe *presque* inaperçue dans le temps de la télédiffusion comme dans celui de la diffusion. Ses incursions dans les publics d'émission sont

### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*distribution govern the utopian tendency of Apparitions, their subject has to do with our economic system as a whole. But "any lessons they may dispense to the community are fortuitous—due to the fact that they speak first to each individual, as an irreducible singularity"<sup>5</sup>. Because the fact of having seen makes the "apparition/appearance" possible. Seeing Matthieu Laurette in the knowledge that he is going to appear, or seeing him by chance, implies that the apparition/appearance is part of a form of perception that is necessarily referred to "something that has appeared", otherwise put, to a previous appearance, be it televised, photographic or announced. An apparition/appearance does not come, it becomes, in other words it comes afterwards. Because it always comes in second position, it has to do with a second time, appearing for a second time again, appearing only for second times.*

*The artist's appearing system thus comes somewhere between appearing and appeared. Because his Apparitions develop a dialectic between the two, the artist urges us to watch out for it. This is the (TV?) syndrome of I've seen that face before...<sup>6</sup>, TV licence or not, at least once.*

**Towards a dialectics of apparition / appearance** / *Having walk-on parts in audiences is like having a pitch in sets. Appearing within audiences is like grafting reality on to the small screen. In the form of an aphorism, Karl Kraus observed in 1912: "The best way for the artist to keep a cool head with the audience is: be there<sup>7</sup>." Laurette's silent presence in these quick compositions, tracking shots and close ups goes almost unnoticed in TV broadcasting time as well as in actual broadcasting time. His sorties into programme audiences are all the more difficult to see because they are so swift and stealthy, and as such they have to do with apparition. In some instances, the artist positions himself in a strategic spot, downwind, as it were, of the locations, in the middle of the most regular programme*

### Haven't we met somewhere before?

*schedule. In Le Cercle de Minuit / The Midnight Club, he no longer altogether appeared: he was there.*

*Once edited, or rather put end-to-end in the chronological sequence in which they went out on the air, these Apparitions adopt the pace of their editing. The brevity and speed of the tracking shots and close ups of audiences provided by the television are offset by the brevity and speed of the editing cut managed by the artist. These images encourage being on the lookout in front of the "set" to detect the presence of the artist in the all around<sup>8</sup> of TV—otherwise put, in the audience. The series of Apparitions put on by the artist in these audiences introduces a certain degree of reality into the images, and because the artist renders them well, the TV pictures can be likened all the more to something ready-made, not to say readymade. By working his way into audiences which, in his own words, have become the "wallpaper" of TV sets, he becomes part of the filling, the better to return it to its own vacuosity. The attempt to humanize a TV set is tantamount to trying to make wallpaper interactive. With Laurette, you can see the contrary, because reality has slipped into the TV, into the set of the "world seen from (the position of) power"<sup>9</sup>.*

*In 1995, Matthieu Laurette loaned some books to the St. Bruno library in Grenoble for a five-year period. About a hundred titles were identified by systematic labelling and classification. This arrangement will be wound up in the year 2000. By thus scattering his books, the artist makes it that much easier to grasp a form of "long distance apparition/appearance", based on readers' choices. In the theme-by-theme library classification, there is a heading titled "bibliothèque dispersée" or "scattered library". Every year it brings out (in-house in an A4 format) an itemized listing of on-the-spot consultations, loans, etc. For the artist this constitutes an exact audience rating which literally itemizes his Apparitions at long distance.*

d'autant plus difficiles à voir qu'elles sont rapides et furtives, en cela elles relèvent de l'apparition. Dans certains cas, l'artiste s'installe à un point stratégique, repérages en amont, au centre du plan le plus régulier de l'émission. Dans *Le Cercle de Minuit*, il n'apparaît plus tout à fait, il est là. Montées, ou plutôt mises bout à bout dans la suite chronologique de leur émission, ces *Apparitions* adoptent le rythme de leur montage. À la brièveté et à la rapidité des travellings et des gros plans de publics fournis par la télévision, répond celle du montage-cut gérée par l'artiste. Ces images poussent à monter le guêt devant le « poste » pour déceler la présence de l'artiste dans le *all around*<sup>8</sup> de la TV, autrement dit dans le public. La succession des *Apparitions* montées de l'artiste dans ces publics introduit du réel dans les images, et parce que l'artiste le leur rend bien, les images télévisuelles deviennent d'autant plus assimilables à quelque chose de tout fait, pour ne pas dire, *ready-made*. En s'insérant dans les publics devenus, selon son mot, le « papier peint » des plateaux de télévision, il entre dans le remplissage pour mieux le renvoyer à sa propre vacuité. Vouloir humaniser un décor TV, revient à vouloir rendre une tapisserie interactive. Avec Laurette, on s'aperçoit du contraire puisque du réel s'est glissé dans la TV, dans le décor du « monde vu du pouvoir<sup>9</sup> ». En 1995, Matthieu Laurette dépose ses livres à la bibliothèque St Bruno de Grenoble pour une période de cinq ans. Une centaine d'ouvrages font l'objet d'une identification, d'un étiquetage systématique et d'un classement. Ce travail va devoir être défait en 2000. Par cette dispersion, l'artiste rend appréhendable une forme d'« apparitions à distance » indexées sur le choix des lecteurs. Dans la classification thématique de la bibliothèque, il y a une rubrique intitulée « bibliothèque dispersée ». Chaque année, elle sort (en interne sur feuille A4) un listing chiffré des consultations sur place, des emprunts... Il s'agit pour l'artiste d'un audimat exact chiffrant littéralement ses *Apparitions* à distance.

*Projection, Éliane Soleil, Paris 10.06.98 et Artist's Studio Spycam* prolongent d'une certaine manière le projet de la bibliothèque. Éliane Soleil, cousine de feu Madame Soleil, est dotée d'une capacité médiumnique supérieure elle aussi à celle de la moyenne. Dans la consultation vidéo qu'elle accorde à l'artiste afin de lui prédire le déroulement de sa « carrière » artistique, le plan est fixe et le champ de vision délimité à gauche par le dos d'Éliane Soleil et à droite par le profil de l'artiste qui reprend ici le « topos » des *Apparitions* en l'inscrivant avec ironie dans un jeu de prévisions<sup>10</sup> dont l'image-témoin reste le meilleur relais. Quiconque regarde et écoute cette prédiction se retrouve dans une logique temporelle qui le met en porte-à-faux entre pronostiques et vérifications, au moins jusqu'à ce que l'artiste atteigne « l'âge de 60 ans, moment où il prendra sa retraite ». Les apparitions « permanentes » ne sont possibles que parce qu'elles se conçoivent en termes dialectiques. *Artist's Studio Spycam* trouve dans *Projection, Éliane Soleil, Paris 10.06.98* son pendant et son contre-point. Son pendant parce qu'après la vérification, il y a la projection faite de transferts et de paris. Son contre-point parce qu'en voulant montrer le travail en train de se faire dans l'atelier à travers une installation en visiophonie via Internet, il vérifie la projection en temps réel qu'il incarne *live*, faisant se rejoindre ainsi vérification et projection. Pour cette raison, *Artist's Studio Spycam* est nécessairement activé dans une nouvelle version (1.0, 1.1, 2.0... selon le lieu et la version), il n'est pas « à réactiver ». Il s'agit d'un *live* « à » l'image, véritablement conçu sur les ressorts dialectiques des possibilités inhérentes au concept d'apparition.

#### UNE HISTOIRE DE CANALISATIONS

**Vu à la TV /** Matthieu Laurette a voulu aller voir dedans et non pas monter un studio fictif, peindre un plateau TV ou sortir des vidéo-prints pour parler de la télévision en illustrant ses propos. Ces choses sont d'ailleurs explorées par

#### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*Projection, Éliane Soleil, Paris 10.06.98 and Artist's Studio Spycam extend the library project in a certain way. Éliane Soleil, cousin of the late Madame Soleil, has a medium's gifts which are, likewise, higher than average. In the video consultation which she gives to the artist, in order to predict how his artistic "career" will develop, the camera is static and the field of vision bounded on the left by Éliane Soleil's back and on the right by the artist's profile. And here the artist borrows the "topos" of the Apparitions, by ironically including it in a set of predictions<sup>10</sup> for which the witness-image remains the best intermediary. Whoever watches and listens to this prediction ends up in a time-based logic which puts him/her in an awkward position between prognostications and verifications, at least until the artist reaches "the age of 60, which is when he will retire".*

*The "permanent" apparitions, i.e. appearances, are only possible because they are conceived in dialectical terms. Artist's Studio Cam Spy has a counterpart in Projection, Éliane Soleil, Paris 10.06.98, as well as its counterpart. Its counterpart because, after verification, there is the enacted projection of transfers and wagers. Its counterpart because, by wanting to show the work in progress in the studio by way of a videophone installation via the Internet, it verifies the projection in real time which it embodies live, thus linking verification and projection together. For this reason, Artist's Studio Cam Spy is perforce activated in the new version (1.0, 1.1, 2.0... based on the place and the version); it does not need "reactivating". What is involved here is something akin to live, and really based on the dialectical mechanisms of the potential inherent in the concept of apparition.*

#### A STORY OF SYSTEMS

**As seen on TV /** Matthieu Laurette was keen to see inside and not set up a make-believe studio, paint a TV set, or bring out video prints to talk about television by illustrating his subject matter. These things are, incidentally, explored

#### Haven't we met somewhere before?

*by others, to no avail. Furthermore, we are no longer dealing with forms of logic close to those of the 1970s, which were designed, in their day, to get the artistic into the TV arena, in the double sense of terrain and frame. The way of getting art on to TV<sup>11</sup> in the 1970s shows that the TV space broadcasts art. And presented as such, it remains a space of dissemination that is outside the space or spaces of art. This is a TV-style art. From Gerry Schum's Fernseh Gallery to Chris Burden's TV Hijack, an extreme example where the artist takes the female programme presenter hostage and demands that these pictures be broadcast before letting her go, such works show that the challenge has to do, first and foremost, with the actual nature of the broadcasting space. In the age marked by the artist and the work as flows acting on reality, the on-going dilemmas between space of representation and space of presentation<sup>12</sup>, video and television<sup>13</sup>, seem henceforth aimed at the mnemonic. Those "1970s" came up with their cinema by trying to slip their work on to TV, which was regarded as the predominant method of access. But can you create cinema on TV? Showing art on TV, in other words on required or squatted channels, is like wanting Arte [the Franco-German TV channel, which broadcasts largely cultural programmes. SP] in the end of the day. Arte was created 20 years later in the same vein, but art is still not where you think it is. So Arte had to spawn its little girl Metropolis, the theme-based programme that appears on this already theme-based channel. Respecting the channelling to fit into the mould for a while is tantamount to adopting its codes. Whence the foreshadowing violence of Burden's TV Hijack. Because his methods of accessing the TV image are the same as those used by TV to access the world, Laurette has turned into the Mister Money-Back of the channels he has passed through.*

**Channelling, broadcasting /** The artist pinpoints, participates, records, edits, broadcasts. The last operation encompasses the



CHRIS BURDEN, TV-HIJACK, 9 FÉVRIER 1972 // CHRIS BURDEN, TV-HIJACK, FEBRUARY 9 1972

d'autres, en vain. Par ailleurs, nous ne sommes plus dans des logiques proches de celles des années 70 qui visaient à faire entrer, en leur temps, l'artistique dans le champ télévisuel, au sens double d'un terrain et d'un cadre. La manière de faire entrer l'art à la télévision<sup>11</sup> dans les années 70 montre que l'espace télévisuel diffuse de l'art. Et présenté comme tel, il reste un espace de diffusion extérieur à celui ou ceux de l'art. Il s'agit d'art à la télé. De la *Fernseh Gallery* de Gerry Schum au *TVHijack* de Chris Burden, cas limite où l'artiste prend en otage la présentatrice de l'émission et exige que ses images soient diffusées pour qu'il la relache, les artistes démontrent que l'enjeu concerne avant tout la nature même de l'espace de diffusion. À l'ère de l'artiste et de l'œuvre comme flux agissants sur le réel, les dilemmes persistants entre espace de représentation et de présentation<sup>12</sup>, vidéo et télévision<sup>13</sup>, semblent désormais adressés au mnémonique. Ces « années 70 » se sont fait leur cinéma en voulant glisser leur travail à la TV considéré comme un mode d'accès dominant. Mais peut-on faire du

cinéma à la télé? Montrer de l'art à la TV, c'est-à-dire sur des canaux réclamés ou squattés, c'est désirer au bout du compte *Arte*. *Arte* a été créée 20 ans plus tard dans le même esprit, mais l'art n'est pas toujours là où l'on croit. *Arte* a alors dû enfanter sa fillette *Metropolis*, l'émission thématisée de la chaîne pourant thématique. Respecter la canalisation pour entrer dans le moule pendant un moment, c'est adopter des codes. D'où la violence prémonitoire de *TV-Hijack* de Burden.

Parce que ses modes d'accès à l'image télé sont les mêmes que ceux de la télé sur le monde, Laurette est devenu le Monsieur remboursé des canaux qu'il a traversés.

**Canalisation, diffusion /** L'artiste repère, participe, enregistre, monte, diffuse. La dernière opération contient les quatre précédentes. Laurette utilise les canaux génériques de diffusion comme la TV et la presse. Leurs supports sont hétérogènes et spécifiques : des annonces TV (*Rapido annonce* sur MCM) à celles publiées dans les journaux (*Libération*, *Info annonces*, *Le 38 annonce*, *Booking & Free Lance*, *Troc tout*), des plateaux TV (*Tournez manège*, *Frou-frou*, *Je passe à la télé*, *Nonante*, *J'y crois, j'y crois pas*) aux publics de plateau (*Le Cercle de minuit*, *Français si vous parliez*, *Vincent à l'heure*), du sujet d'actualité (*JT* de TF1 et de France 2, *radio Nova* et *FG*), aux entretiens de presse (*New look*, *L'Itinérant*), des tracts et des menus distribués dans la rue et lors d'installations (*Consommez, c'est remboursé*, *FNAC*, *La Folie des produits satisfaits ou remboursés*, *La Villette*, *Le Showroom des produits remboursés*, 28 rue Rousselet) à la diffusion de cette méthode dans le réseau du métro parisien.

Les méthodes qu'il applique ne sont pas les siennes, elles le deviennent à travers la diffusion qu'il en fait. Matthieu Laurette devient le bébé médiatique télégénique que les chaînes se repassent, une sorte de « roi du coupon réponse<sup>14</sup> ». La presse fait de lui et de sa façon de vivre le symptôme social d'une « époque en crise ». Muté en sujet de société, il suscite

#### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*four other ones. Laurette uses generic broadcasting channels like TV and the press. Their media are heterogeneous and specific: from TV commercials (Rapido annonce on MCM) to written advertisements in newspapers (Libération, Info annonces, Le 38 annonce, Booking & Free Lance, Troc tout), from TV sets (Tournez manège, Frou-frou, Je passe à la télé, Nonante, J'y crois, j'y crois pas) to set audiences (Le Cercle de Minuit, Français si vous parliez, Vincent à l'heure), from the topical news item (TV news on TF1 and France 2, radio Nova and FG) to press interviews (New Look, L'Itinérant), from pamphlets and menus handed out in the street and at installations (Consommez, c'est remboursé, FNAC, La Folie des produits remboursés, La Villette, le Showroom des produits remboursés, 28 rue Rousselet) to the broadcasting of this method in the Paris Metro system. The methods he uses are not his own, but they become his by virtue of the way he broadcasts them. Matthieu Laurette is turning into the telegenic media kid, shown again and again by the networks, a kind of "king of the reply coupon"<sup>14</sup>. The press is turning him and his way of life into the social symptom of a "period in crisis". Turned into a society subject, he is prompting the television admiration peculiar to "It works!". From the word go, Matthieu Laurette has been using his method of consumption to salvage and recycle images and introduce an alternative economy that attempts to be included in the existing channels, so that the information gets across and so that the images may be re-used. Far from "think money-back, think Laurette!", he has hewn out a place for himself in the shadowy area of the market system, the media and the dissemination of information, establishing a time for himself in their machinery. As Jack Smith observed back in the 1950s, if "no one ever talks about the problems of daily life, it becomes exotic"<sup>15</sup> and by publicizing it in the media, it becomes more remote. As an epiphenomenon of an alternative economy, Laurette's type of*

#### Haven't we met somewhere before ?

*consumption has worked its way into the media and, from the lofty perch of its exemplary character, has been placed in the hot seat of media pomp. The way Laurette introduces and develops this method in the domain of the media and the way he bounces it off his own work points to a critical lucidity with regard to sub-cultures, which can be traced back to the lucidity of Dick Hebdige. According to this latter, "the way in which subcultures are represented in the media makes them more and less exotic than they actually are"<sup>16</sup>.*

**From shopping to showroom /** *As a result of professional distortion, Laurette often crops up in supermarkets. But it is from his own home that he manages his four bank accounts, inventories his stock, computerizes his contacts, and files each and every product. Buying and consuming are buzz words. It is, moreover, solely on this basis that he gets his money back, in the knowledge that you still need a basic investment to make it possible to then exploit the system—an investment which is then redeemed for sure.*

*From Nourrissez un artiste pour 100 francs / Feed an Artist for 100 francs in Ghislain Molet-Viéville's apartment, to the Showroom des produits remboursés / Showroom of Money-back Products at Rue Rousselet in Paris, the artist shows that if any product can be sold, it is above all because it can be bought. In economic terms, launching a current consumer item by the lure of reimbursement helps to sound out, in quantitative terms, the relationships between stock flow and reimbursement applications. The artist keeps this economic machine on the go by going shopping with his own money and the money of people keen to see written on their account statement the signs of a job of work which is turned into a kind of "food welfare"<sup>17</sup>. Matthieu Laurette himself handles the advertising for this monetary traffic placed under the aegis of Ghislain Mollet-Viéville by making the wish of being "reimbursed by the biggest brands" come true for everyone.*

l'admiration télévisuelle propre au « ça marche ! » Depuis le début, Matthieu Laurette sert de son mode de consommation pour récupérer des images et mettre en place une économie parallèle qui essaie de s'incrimer dans les canaux existants pour que l'information passe bien et que les images soient réexploitables.

Loin du « *think* remboursé, *think* Laurette ! », il s'est taillé une place à l'ombre du système marchand, des médias et de la diffusion de l'information en se fondant un temps dans leurs mécaniques. Comme le remarquait Jack Smith déjà dans les années 50, si « personne ne parle des problèmes de la vie quotidienne elle en devient exotique<sup>15</sup> » et en la médiatisant elle s'éloigne davantage. Épiphénomène d'une économie parallèle, le mode de consommation de Laurette s'est inséré aux médias et, du haut de son exemplarité, a été fixé sur la sellette de la pompe médiatique. La façon dont Laurette inscrit et développe cette méthode dans le champ des médias et la manière dont il la fait rebondir dans son travail dénotent une lucidité qui renvoie à l'analyse critique des sous-cultures par Dick Hebdige. Selon lui, « la façon dont les sous-cultures sont représentées dans les médias les rend plus et moins exotiques qu'elles le sont réellement<sup>16</sup>. »

**Du shopping au showroom /** Par déformation professionnelle, on rencontre souvent Laurette dans les supermarchés. Mais c'est chez lui qu'il gère ses quatre comptes en banque, inventorie son stock, informatise ses correspondances, fiche chaque produit. Acheter et consommer sont ses mots d'ordre. C'est d'ailleurs seulement sur cette base qu'il se fait rembourser, sachant qu'il faut tout de même un investissement de départ pour que l'exploitation de ce système soit possible, investissement nécessairement récupéré.

De *Nourrissez un artiste pour 100 francs* chez Ghislain Mollet-Viéville au *Showroom des produits remboursés* de la rue Rousselet à Paris, l'artiste démontre que si tout produit est vendable, c'est avant tout parce qu'il est

achetable. En termes économiques, lancer un produit de consommation courante par l'accroche du remboursement permet de sonder en termes quantitatifs les rapports entre l'écoulement du stock et les demandes de remboursements. L'artiste fait tourner cette machine économique en faisant du shopping avec son argent et celui de tous ceux qui désirent voir s'inscrire sur leur relevé de compte les signes d'un travail qui se constitue en une sorte de « sécurité sociale alimentaire<sup>17</sup> ». Matthieu Laurette assure lui-même la publicité de cette circulation monétaire placée sous le nom de Ghislain Mollet-Viéville en réalisant pour chacun le vœu d'être « remboursé par les plus grandes marques ». Acheter des produits, les exposer pendant trois jours sur des tables dans un garage du VII<sup>e</sup> arrondissement de Paris, les vendre avec leur ticket de caisse pour que le remboursement soit possible, revient à maîtriser la circulation du produit dans la sphère de sa diffusion. Signes du temps, les *shopping bags* redeviennent gratuits et maintenant ils sont remplis. Regarder ou consommer? telle est la question posée par le showroom, question réactivée un an plus tard par la loterie d'Utrecht où le « tout à disparaître » propre au système de loterie mis en place par l'artiste supprime le promotionnel « tout doit disparaître » des grandes et petites liquidations. La remise progressive des lots aux gagnants constituant le démontage de l'exposition sous la forme d'un réassort inversé.

**Dispositifs mobiles** / Chez Laurette, l'image et l'économie parallèle dessinent des espaces qui ne sont pas tautologiques par rapport aux champs qu'elles s'emploient à infiltrer. L'image ne dit pas qu'elle en est une. L'économie parallèle s'emploie à rester avant tout une économie personnelle. Matthieu Laurette adopte les mêmes principes mécaniques et méthodologiques que ceux qu'il investit. Le camion *Vivons remboursés* reprend les codes du camion-présentoir des marchés, sa participation à *Mobil TV* de Pierre Huyghe s'inscrit dans les codes télévisuels instaurés. Le *Showroom* n'a

#### On ne s'est pas déjà vu quelque part?

*Buying products, displaying them for three days on tables in a garage in the 7th arrondissement in Paris, selling them with their till ticket so that reimbursement is possible, all this is tantamount to controlling the movement of the product in the distribution arena. As signs of the times, shopping bags are becoming free of charge once more, and now they are filled. Look or consume? This is the question raised by the showroom, a question that was reactivated a year later by the Utrecht lottery where the "everything to go" syndrome peculiar to the lottery system introduced by the artist takes the place of the promotional "everything must go" of closing-down sales, large and small alike. The gradual award of prize lots to winners represents the dismantling of the show in the form of a reverse restocking.*

**Mobile systems** / *With Laurette, imagery and alternative economy both outline spaces that are not tautological in relation to the fields they use to infiltrate. The image is not saying it is one of these. The alternative economy is used to remain, above all, a personal economy. Matthieu Laurette adopts the same mechanical and methodological principles as those which he takes over. The Vivons remboursés/Money-back life truck borrows the codes of the market display-truck, its participation in Pierre Huyghe's Mobil TV is included in the established television codes. The Showroom has not been repainted, but left swimming-pool blue, the way the artist Koo Jong-A had wanted it, before Laurette set up shop in it. These spaces no longer operate like exhibition areas but concern them directly. The source of their matrix stems from the circularity and recycling of self-managed economic practices. Their scope is political. The moveable nature of the systems manages, for its part, to invalidate discourses which tend either to focus on the individual, his methods, his work and his "(de)production", or render them partial. The general press has clung on to one type of consumption the better to dream thereby of a new economy. The most demagogic*

#### Haven't we met somewhere before?

*press has described the character under the sign of a "fin de siècle resourcefulness", showing once again that for the media, the minorities are only perceived through the eyes of the majority, in other words, their own eyes, or otherwise put, nobody's. The artist regards the art press solely as a possible medium for apparitions/appearances, because the organs of distribution informing it are involved in "the very communication of the managerial art of apparition/appearance in the primary sense of the term"<sup>18</sup>. This is an additional code. Matthieu Laurette only appears in these media as an artist and in the same way as the others. Because his work represents and is representative of the critical—and critic's—discourse, But seeing Laurette's work solely in terms of strategies, even linguistic ones, media infiltration, disturbances, insertions, interferences and contaminations (how else are we to believe in minor revolutions?), reveals above all the nature of fantasies transferred on to this kind of system. "Infiltrating the media and taking oneself for a virus is more or less as idiotic as thinking that there is a conspiracy to cover up Eddie Barclay's death"<sup>19</sup>.*

#### FROM BROADCASTING TO THE LIVE PROGRAMME – A MEDIA ISSUE

**Artistic matter** / *The artist does not regard himself as a "virus". Rather, he considers himself the practical matter and material of his work. Between a form of disillusioned egocentricity and the fact of considering yourself like the necessary intermediary of the work, there is the gulf of historical references peculiar to the academic history of the representation of the artist. What art history has called the self-portrait, to do with remaining in the pleonasm of representation. If we exclude what an outside eye grafts on to the artist at work — Namuth's photographs of Pollock for example —, representations of the artist at work are relatively rare. With Laurette, we might talk rather of a portrait of the artist as an artist, in other words, a portrait of the work of the artist at work. This no longer has to*

pas été repeint, mais laissé bleu piscine, tel que l'artiste Koo Jong-A l'avait désiré avant que Laurette ne s'y installe. Ces espaces ne fonctionnent plus comme des espaces d'exposition mais les concernent directement. Leur matrice prend sa source dans la circularité et le recyclage de pratiques économiques autogérées. Leur portée est politique. La mobilité des dispositifs parvient de son côté à invalider ou rendre partiels les discours qui tentent de cerner l'individu, ses méthodes, son travail, sa « (dé)production ». La presse généraliste a retenu un type de consommation pour mieux rêver à travers elle d'une économie nouvelle. La plus démagogique a présenté le personnage sous les traits d'une « débrouille fin de siècle », démontrant une fois de plus que pour les médias, les minorités ne sont appréhendables que du point de vue de la majorité, c'est-à-dire du leur, autrement dit, celui de personne. L'artiste considère la presse artistique uniquement comme un support possible d'apparitions parce que les organes de diffusion qui l'animent sont partie prenante de « la communication même de l'art gestionnaire d'apparition au premier sens du terme<sup>18</sup> ». Il s'agit d'un code supplémentaire. Matthieu Laurette n'apparaît dans ces supports qu'en tant qu'artiste et au même titre que les autres. Son travail étant constituant et constitutif du discours (du) critique. Mais penser uniquement le travail de Laurette en termes de stratégies, même linguistiques, d'infiltration des médias, de perturbations, d'insertions, de parasitages ou de contaminations (ou comment croire aux petites révolutions?), révèle avant tout la nature des fantasmes transférés sur des dispositifs de cet ordre. « Infiltrer les médias et se prendre pour un virus est à peu près aussi idiot que de croire qu'il y a une conspiration pour cacher la mort d'Eddie Barclay<sup>19</sup> ».

#### DE LA DIFFUSION AU "LIVE", QUESTION DE SUPPORT

**Le matériau artiste** / L'artiste ne se prend pas pour un « virus », il se considère plutôt comme le matériau pratique de son travail. Entre une

forme d'égo-centrisme désabusé et le fait de se considérer soi-même comme le relais nécessaire du travail, plane l'abîme des références historiques propres à l'histoire académique de la représentation de l'artiste. Ce que l'histoire de l'art a appelé l'autoportait, histoire de rester dans le pléonasma de la représentation. Si l'on exclut tout ce qu'un regard extérieur greffe sur l'artiste au travail - les photographies de Pollock par Namuth par exemple - les représentations de l'artiste au travail sont relativement rares. Chez Laurette, on parlerait plutôt d'un portrait de l'artiste *en tant qu'artiste*, c'est-à-dire d'un portrait du travail de l'artiste au travail. Il ne s'agit plus de portrait en tant que tel, mais d'un travail dont « Matthieu Laurette » incarne le matériau artiste dont *Artist's Studio Spycam* fournit le meilleur exemple. Bye bye body art... Se prendre soi-même pour matériau de travail sans glisser vers ce que la psychanalyse appelle « un travail sur soi », et en même temps l'articuler sur les ressorts des mécanismes de l'apparition, fait penser aux intrusions d'Alfred Hitchcock dans certains de ses films. En s'insérant dans ses films<sup>20</sup> et ne jouant pas dedans, Hitchcock insinue que l'intrusion reste une affaire perso. Ses discrètes apparitions colmatent pendant un instant le hors-champ (là où il est en permanence) dans le champ. On le voit sortir d'un magasin avec deux chiens au début de *The Birds*, entrer dans un bus dans *North by Northwest*, en ombre chinoise dans *I Confess*, de dos et de face dans un couloir d'hôtel au début de *Marnie*... Ces plans fixes montrent différemment le « Hitchcock presents ». À la fin de *North by Northwest* (*La Mort aux trousses*, 1959), Thornhill (Cary Grant) est soucieux de retrouver Eve (Eva Marie Saint). Il la sait prise au piège dans une maison située sur les hauteurs du mont Rushmore et entreprend de la secourir. Il entre dans la maison par une fenêtre ouverte au premier étage, mais en passant d'une chambre à l'autre, la gardienne qui traverse le salon du rez-de-chaussée au même moment le voit sur la télévision et déclenche les hostilités. Il s'agit d'une trahison par l'image. Hitchcock la monte

### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*do with any portrait as such but with a work where "Matthieu Laurette" embodies the artistic matter — and Artist's Studio Spycam provides the best example of this. Bye bye, body art... Taking oneself as work material without shifting towards what psychoanalysis calls "work on oneself", and at the same time expressing it with regard to the impulses of the mechanisms of the apparition/appearance, calls to mind Alfred Hitchcock's intrusions in some of his films.*

*By working his way into his films<sup>20</sup> and not acting in them, Hitchcock insinuates that the intrusion remains a personal thing. For a brief moment, his discreet (apparition-like) appearances fill the off-screen (where he is all the time) within the field. We see him leaving a shop with two dogs at the start of *The Birds*, getting into a bus in *North by Northwest*, as a shadow puppet in *I Confess*, from behind and face on in a hotel corridor at the start of *Marnie*... These stills give a different showing of "Hitchcock presents". At the end of *North by Northwest* (1959), Thornhill (Cary Grant) is anxious to find Eve (Eva Marie Saint). He knows she is trapped in a house standing on the heights of Mount Rushmore and sets about rescuing her. He gets into the house through an open first-floor window, but as he moves from one bedroom to the next, the housekeeper crossing the ground-floor living-room at the same moment sees him on the TV screen and*

ALFRED HITCHCOCK, LA MORT AUX TROUSSES, 1959 // ALFRED HITCHCOCK, NORTH BY NORTHWEST, 1959



### Haven't we met somewhere before ?

*triggers the chase. This is a betrayal by image. Hitchcock edits it by making Thornhill appear and disappear on the TV screen. The TV is switched off so that we can see the scene, but above all because we're at the movies. It is with cinematic methods that Hitchcock asks the television what it can show and see, and not the other way round. So, in 1959, the cinema thus partly settles its clashes between fictional and realistic diegesis on film and on TV. The TV has not really experienced this problem of diegesis, because it is itself the place from which people speak, in other words, the actual channel of its dissemination which underwrites it as a place of power. The distinctive feature of the TV "guest star system" overlaps in its own way with the apparition issue in Laurette's work. Warhol's invitation to an episode of *La Croisière s'amuse* / *Love Boat* was in this sense revealing because the artist was invited to reveal other thresholds of visibility of himself (his imagery), of what he represents (an image), and of what he guarantees (a success). "Who cares about television images<sup>21</sup>?"*

*The lights are down, the film has begun / There is nothing surprising about the fact that the satellite network La Chaîne spectacle / The Show Channel is keen to put on its "May 98" revival, against a backdrop of general televised commemoration. Offering Matthieu Laurette an area of reportage is, in this context, tantamount to trying to include, by way of television, one image within another, trying to make the "apparition" all the more diffuse as it is incorporated. Laurette is clearly aware of these little media challenges, informed by the promise of an easy world ("yes, you can consume free of charge!"), and he chooses the Champs-Élysées as a set and shoots with the wherewithal of the channel. He stops passers-by and suggests that they read excerpts from *La Société du spectacle* [by Guy Debord. SP], which he writes down and then gradually erases as they are read and recorded. So that the readers look as if they are talking into the camera, Laurette holds the white board just beside the cameraman.*



ANDY WARHOL, LA CROISIÈRE S'AMUSE // ANDY WARHOL, LOVE BOAT

en faisant apparaître et disparaître Thornhill sur l'écran de télévision. Si la télé est éteinte, c'est pour qu'on puisse voir la scène, mais surtout parce qu'on est au cinéma. C'est avec les moyens du cinéma qu'Hitchcock demande à la télévision ce qu'elle peut montrer et voir et non pas l'inverse. Le cinéma règle ainsi en 1959 une partie des conflits entre diégèse fictionnelle et réaliste au cinéma et à la télévision. La TV n'a pas vraiment connu ce problème de diégèse, étant elle-même l'endroit d'où l'on parle, c'est-à-dire le canal de sa propre diffusion, celui qui la garantit en tant que lieu de pouvoir. La particularité du « guest star system » télévisuel rejoint à sa manière le problème de l'apparition chez Laurette. L'invitation de Warhol à un épisode de *La Croisière s'amuse* est en ce sens révélateur puisque l'artiste est invité pour révéler d'autres seuils de visibilité de lui-même (son imagerie), de ce qu'il représente (une image), de ce qu'il garantit (un succès). « Qui donc s'intéresse aux images télé<sup>21</sup> ? »

*La séance est déjà commencée / Que La Chaîne spectacle du réseau satellite souhaite faire son revival « Mai 98 » n'a rien d'étonnant dans une ambiance de commémoration télévisée généralisée. Proposer à Matthieu Laurette une plage du reportage, revient, dans ce contexte, à vouloir inscrire télévisuellement une image dans une autre, à rendre l'« apparition » d'autant plus diffuse qu'elle est intégrée. Évidemment conscient de ces petits enjeux*



LE SPECTACLE N'EST PAS TERMINÉ - 1998. TOURNAGE, CHAMPS-ÉLYSÉES, CHAÎNE SPECTACLE, PARIS // THE SPECTACLE IS NOT OVER - 1998. SHOOT, CHAMPS-ÉLYSÉES, THE SPECTACLE CHANNEL, PARIS

médiatiques conditionnés par la promesse d'un monde facile (« oui, vous pouvez consommer gratis ! »), Laurette choisit les Champs-Élysées comme plateau et tourne avec les moyens de la chaîne. Il arrête des passants et leur propose de lire des phrases de *La Société du spectacle* qu'il écrit et efface au fur et à mesure qu'elles sont lues et enregistrées. Pour que les lecteurs aient l'air de s'adresser à la caméra, Laurette tient le tableau blanc juste à côté du cameraman. La lecture commence par la première phrase du livre de Debord : « Toute la vie des sociétés dans lesquelles règnent les conditions modernes de production s'annonce comme une immense accumulation de spectacles. » Il s'agit d'un « détournement »<sup>22</sup> de la première phrase du *Capital* de Marx, « marchandises » étant remplacé chez Debord par « spectacles ». Le champ de problématisation de cette citation semble aujourd'hui opérant dans des conditions particulières<sup>23</sup> les sous-interprétant<sup>24</sup>. Matthieu Laurette ne lit pas les phrases lui-même. Il ménage ainsi l'effet qu'elles peuvent produire transformées en images par des inconnus et intégrées ensuite au spectacle dont elles théorisaient les limites en 1967. Entendre ces phrases à la télévision et les voir lues par des passants les rend ridicules. Pierre-André Boutang avait certainement raison, la lecture et la théorie passent mieux sur le fond marin ou

### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*The reading starts with the first sentence of Debord's book: "The whole life of societies governed by modern production conditions is announced as a huge accumulation of spectacles." This is a distortion<sup>22</sup> of the opening sentence of Marx's Das Kapital: Debord replaces Marx's "goods" by "spectacles". The problematic field raised by this quotation today seems to be operative in specific conditions<sup>23</sup>, which under-interpret them<sup>24</sup>. Matthieu Laurette does not read the sentences himself. He thus handles the effect that they may produce, transformed into images by strangers and subsequently incorporated in the spectacle, whose limits they theorized over in 1967. Hearing these sentences on TV and seeing them read by passers-by makes them ridiculous. Pierre-André Boutang was probably right: reading and theory come across better against the marine or rustic background of Océaniques. The extent of this gap calls to mind a letter dated 23 September 1983, which Yves Mourousi wrote to François Mitterrand to offer him some advice about his attitude towards television: "Be turned on without being demagogic. Make sure that the discourse uttered is not out of synch with the instrument transmitting it. Allow this instrument to be an opening on to the future, dreams and the imagination, but without doing away with everyday preoccupations. You are no stranger to such ideas [...]". The answer to this letter was written on 30 September: "I have read your letter with much interest. It focuses very precisely on the relationships between television and the new cultural trends of our period<sup>25</sup>". For strategic reasons, Debord camouflaged the performative fragmentary quotational scope of his work, itself included within the methodological horizon of Walter Benjamin's programme to write a work made up solely of quotations. The Benjamin project, which got under way with Paris, Capitale du XIX<sup>e</sup> siècle / Paris, Capital of the 19th Century, was made considerable use of by Debord as the principle that structured La société du spectacle. Getting passers-by and tourists to read excerpts from the book on this*

### Haven't we met somewhere before ?

*"total" avenue-of-avenues is like making light, between geography and theory, snap phrases / snapshots and references, of a sort of internationalism of ideas on a backcloth of multinational displays. It is tantamount to insinuating that, these days, a stranger will no longer offer you flowers in the street, but rather some of Debord's words to read, like the snapshot (and snap phrase) reproduced on the postcard, be it chosen or received (in contrast with those that are collected). Laurette ironically short-circuits what is vainest about the memory of 1968 in its light version. And at the same time, he focuses on the contemporary gap between the "disseminated spectacle" and the edited dissemination of the Debord spectacle, which is the same as saying that the world is still making light of such things. Point taken. Sequences / cut, locations / dissemination, reading / re-reading, centring / off-screen, context/set, the artist has become "imperceptible<sup>26</sup>" through the separations he creates here between memory and de-activated quotation. Using the "spectacle" as frame and secondary matter is to link up with Ulysses and Michelangelo in Godard's Les Carabiniers. Ulysses and Michelangelo, two gullible peasant brothers with aptly chosen names, are sent off to war on the orders of the King, with the promise—turned certainty—of visiting foreign lands, and the possibility of taking everything they need with impunity: locomotives, elephants, pens, Alfa Roméos, Hawaiian guitars... and permission to smash old men's glasses and children's arms... When they return to their fallow land, they find Venus and Cleopatra, respectively mother and daughter, who had asked them to bring back "bikinis!". They bring them back two suitcases full of postcards of the sites they have seen: the Chicago aquarium, the Temple of Angkor, the Arctic Ocean, the Bay of Naples, the Parthenon, the Leaning Tower of Pisa,... of the stars they have rubbed shoulders with, and animals they have slaughtered... so many snapshots which all say that "a moment arrives when things stop*

campagnard d'Océaniques. L'épaisseur de cet écart rappelle une lettre du 23 septembre 1983 qu'Yves Mourousi avait adressée à François Mitterrand pour lui dispenser des conseils sur son attitude à la télévision : « Être branché, sans être démagogue. Faire que le discours tenu ne soit pas décalé par rapport à son instrument de transmission. Permettre que celui-ci soit ouverture vers l'avenir, le rêve et l'imagination, sans pour autant éliminer les préoccupations quotidiennes. Autant d'inspirations qui ne vous sont pas étrangères (...) ». Lettre à laquelle il a répondu le 30 septembre : « J'ai lu avec beaucoup d'intérêt votre lettre, qui fait très précisément le point sur les relations entre la télévision et les nouveaux courants culturels de notre époque<sup>25</sup>. » Pour des raisons stratégiques, Debord a camouflé le pan citationnel nécessairement fragmentaire de son travail, lui-même inscrit dans l'horizon méthodologique du programme de Walter Benjamin d'écrire une œuvre uniquement composée de citations. Le projet benjaminien amorcé avec *Paris, Capitale du XIX<sup>e</sup> siècle* a largement été exploité par Debord comme principe structurant *La Société du spectacle*. Faire lire des fragments de l'ouvrage à des passants et des touristes sur cette avenue « totale », c'est se jouer, entre géographie et théorie, clichés et références, d'une forme d'internationalisme des idées sur fond de vitrines de multinationales. C'est insinuer qu'aujourd'hui, un inconnu ne vous offrira plus des fleurs dans la rue mais des mots de Debord à lire, tel le cliché reproduit sur la carte postale choisie ou reçue (par opposition à celles qui sont collectionnées). Laurette court-circuite avec ironie ce que la *mémoire de 1968* a de plus vain dans sa version *light*. Et en même temps, il pointe l'écart contemporain entre le « spectacle diffus » et la diffusion *montée* du spectacle debordien, ce qui revient à dire que le monde continue à se jouer. Dont acte. Séquences / cut, repérages / diffusion, lecture / relecture, cadrage / hors-champ, contexte / décor, l'artiste est devenu « imperceptible<sup>26</sup> » au travers des disjonctions qu'il génère ici entre souvenir et citation désactivée.

Se servir du « spectacle » comme cadre et *matière secondaire* c'est rejoindre Ulysse et Michel-Ange dans *Les Carabiniers* de Godard. Ulysse et Michel-Ange, deux frères paysans crédules aux prénoms bien choisis, sont envoyés à la guerre sur ordre du Roi avec la promesse - devenue certitude - de visiter des pays étrangers, la possibilité de prendre tout ce dont ils ont besoin sans être punis : locomotives, éléphants, stylos, Alfa Roméo, guitares hawaïennes..., l'autorisation de casser les lunettes des vieillards et les bras des enfants... Quand ils reviennent sur leur terre en jachère, ils retrouvent Vénus et Cléopâtre, la mère et la fille. Elles leur avaient demandé « des bikinis ». Ils leur ramènent deux valises de cartes postales des sites qu'ils ont vus : l'aquarium de Chicago, le Temple d'Angkor, la mer de glace, la baie de Naples, le Parthénon, la tour de Pise..., des stars qu'ils ont côtoyées, des animaux qu'ils ont tués... autant de clichés qui disent qu'il « arrive un moment où les choses cessent d'être un pur spectacle<sup>27</sup> » non pas parce qu'elles deviennent sérieuses mais parce qu'une page est réellement tournée et que « leur connaissance passe par leur souvenir<sup>28</sup> ».

#### IL NE RESTE PLUS QU'UNE PLACE SUR UN STRAPONTIN DERRIÈRE UN PILIER

**Demix system, échantillons vs fragments /** Le demix ou d-mix ou demix est un processus qui va idéalement dans le sens contraire du mix et qui n'est accessible comme tel que dans la mesure où il lui reste attaché. *Free Sample* n'est pas seulement une sitcom qui se monte sur CBS à Los Angeles actuellement, c'est d'une part ce qu'on lit sur les échantillons aux côtés de « ne peut être vendu » et d'autre part ce que sous-entend tout sample digne de ce nom, la gratuité en moins peut-être. L'échantillon représente en petite quantité, il n'est pas pour autant un fragment. Ainsi, il rejoint l'idée selon laquelle le mix (la « présentation » pour l'artiste) réunit des échantillons d'une ou plusieurs productions et diffuse une version non remixée de ce qu'il présente. Le demix déplace l'espace et le temps du mix, il travaille à partir de lui. Le demix est

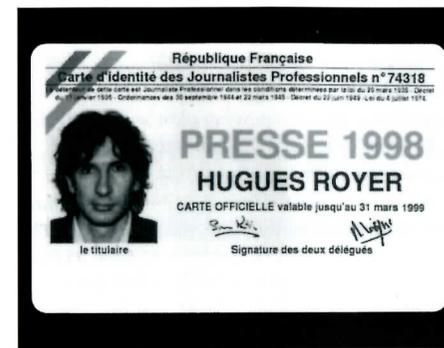
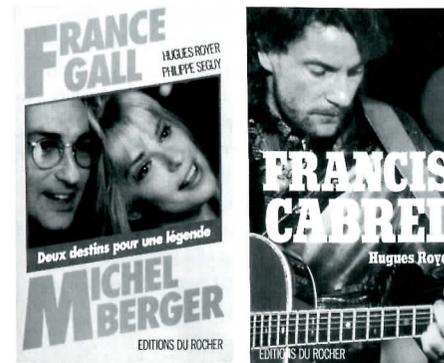
#### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*being a pure spectacle<sup>27</sup>, not because they become serious, but because a page is really being turned, and because "knowledge of them proceeds via memories of them<sup>28</sup>".*

#### THERE'S ONLY ONE SEAT LEFT ON A FOLDAWAY CHAIR BEHIND A PILLAR

**Demix system, samples vs. fragments /** *The d-mix or demix is a process that works, ideally, in the opposite sense of the mix, and is only accessible as such in so far as it remains connected to it. Free sample is not just a sitcom being currently aired on CBS in Los Angeles; it is, on the one hand, what you can read on samples alongside "Not for sale" notices. In a word, it is what is implied in any sample worthy of the name, minus the free-of-charge element, perhaps. The sample represents on a small scale, but it is not a fragment. It thus links up with the idea whereby the mix (the "presentation" for the artist) brings together samples of one or more items and disseminates a non-remixed version of what it presents. The demix shifts the space and time of the mix. It works on the basis of the mix. The demix is a mechanism, demixing is an operation. This is why the demix can only be grasped as such by the artist, while the onlooker is included in the mix, the listener in the remix, and the reader in the demixing. Free sample is a concertina-like process. Historically speaking, the connections of the part to the whole trace the dialectical limits of an idealistic form of thought: from the Scholastics to the Romantics of Iéna, from Giulio Camillo's theater of memory to Diderot's encyclopaedic project, from the site to the non-site, from macro-analysis to micro-history, in particular. In Laurette's case, these relationships refer above all to the musical sample<sup>29</sup>. According to him, "demixing is analysing by different voices (and ways)". Any musical sample works like a sample and less like a fragment. Treading the path of the demix is like recognizing that demixing produces a kind of mix that is illustrated by the subjects (meditations, photographs, criticisms). Matthieu Laurette asked Hugues Royer to*

#### Haven't we met somewhere before ?



FRANCE GALL, MICHEL BERGER : DEUX DESTINS POUR UNE LÉGENDE, PAR HUGUES ROYER ET PHILIPPE SÉGUY, ÉDITIONS DU ROCHER - 1994 // FRANCE GALL, MICHEL BERGER : DEUX DESTINS POUR UNE LÉGENDE, BY HUGUES ROYER ET PHILIPPE SÉGUY, ÉDITIONS DU ROCHER - 1994 // FRANCIS CABREL, PAR HUGUES ROYER, ÉDITIONS DU ROCHER - 1994 // FRANCIS CABREL, BY HUGUES ROYER, ÉDITIONS DU ROCHER - 1994 // HUGUES ROYER, CARTE DE PRESSE - 1998 // HUGUES ROYER, PRESS CARD - 1998

*record the thoughts of certain people who have helped to lend visibility to Laurette's work, the aim being to bring to notice various comprehensive notes made up of memories and "true stories". In his persuasion that the minor tale of locations and the tale of the exhibitions contain one of the threads of "production", he prepared a questionnaire and asked the biographer of Michel Sardou, Francis Cabrel, France Gall and Michel Berger, himself the "autobiographer" of Madame Soleil, scriptwriter for certain AB productions, journalist and novelist, to meet each one of them in order to*

un mécanisme, le demixage une opération. C'est pourquoi le demix ne peut être appréhendé comme tel que par l'artiste, le spectateur s'inscrivant dans le mix, l'auditeur dans le remix et le lecteur dans le demixage. *Free Sample* est un télescopage. Historiquement, les rapports de la partie au tout dessinent les limites dialectiques d'une forme idéaliste de la pensée: des Scolastiques aux Romantiques d'Iéna, du théâtre de mémoire de Giulio Camillo au projet encyclopédique de Diderot, du site au non-site, de la macro-analyse à la micro-histoire notamment. Dans le cas de Laurette, ces rapports se réfèrent avant tout au sample musical<sup>29</sup>. Selon lui, « demixing c'est analyser par des voix (voies) différentes ». Tout sample musical fonctionne comme un échantillon et moins comme un fragment. Parcourir le chemin du demix, c'est reconnaître que le demixage (demixing) produit une forme de mix que les propos (recueillis, photographiques, critiques) illustrent. Matthieu Laurette a demandé à Hugues Royer de recueillir les propos de certaines personnes qui ont contribué à rendre visible son travail dans le but de voir apparaître des notices intégrées faites de souvenirs et d'« histoires vraies ». Convaincu que la petite histoire des repérages et celle des expositions contient un des fils conducteurs de la « production », il a élaboré un questionnaire et demandé au biographe de Michel Sardou, de Francis Cabrel, de France Gall et de Michel Berger, lui-même « autobiographe » de Madame Soleil, scénariste de certaines productions de AB, journaliste et romancier, de rencontrer chacune d'entre elles afin de recueillir leurs propos et de les retrancher. Hugues Royer *interagit*, en mettant en avant ses qualités de *negre*, par rapport à ce que chacun a voulu raconter. Le demix est aussi la volonté de réunir des approches différentes, fragmentées. Une exception à cet ensemble, Jean Brolly, collectionneur privé, qui a préféré écrire son propre texte, se glissant à son tour dans une circulation que l'artiste a voulu dès le début ouverte, même s'il en demeure pour des raisons pratiques et théoriques l'instigateur et le producteur.



EN HAUT : JE PASSE À LA TÉLÉ - 1996. SCULPTURE // (MÉDAILLE EN BRONZE, SUPPORT, BOÎTE DE RANGEMENT) // COURTESY GALERIE JOUSSE SEGUIN // TOP. JE PASSE À LA TÉLÉ (I'M ON TV) - 1996. SCULPTURE // (BRONZE MEDAL, STAND, BOX) // COURTESY GALERIE JOUSSE SEGUIN  
 À DROITE : APPLAUS - 1998 : (DÉTAIL) CARTE POSTALE AVEC MESSAGE IMPRIMÉ DE CHRIS DERCON, CASCO, UTRECHT, PAYS-BAS // RIGHT: APPLAUS - 1998 : (DÉTAIL) POSTCARD WITH PRINTED MESSAGE FROM CHRIS DERCON, 1998 // CASCO, UTRECHT, THE NETHERLANDS

**Sculpter un bronze en cinq minutes et signer une brique par correspondance** / En 1996, Matthieu Laurette arrive en poussant un caddie rempli sur le plateau de *Je passe à la télé*. Valérie Mairesse le présente comme un sculpteur, ce qu'il approuve par un regard complice sur le caddie. Pendant qu'il explique ses méthodes, les spectateurs du studio, audimat intégré, votent pour ou contre lui. Laurette capte l'attention, le pourcentage ne fléchit pas, Laurette reste sur le plateau. Vainqueur du jour, il repart avec une médaille produite par la Monnaie de Paris, livrée sur son soclet en plastique et gravée façon logo de l'émission faussement manuscrit : un écran de TV exhibant le « Je passe à la télé ».

Une fois insérée aux murs de la nouvelle aile du musée Boijmans Van Beuningen de Rotterdam, la

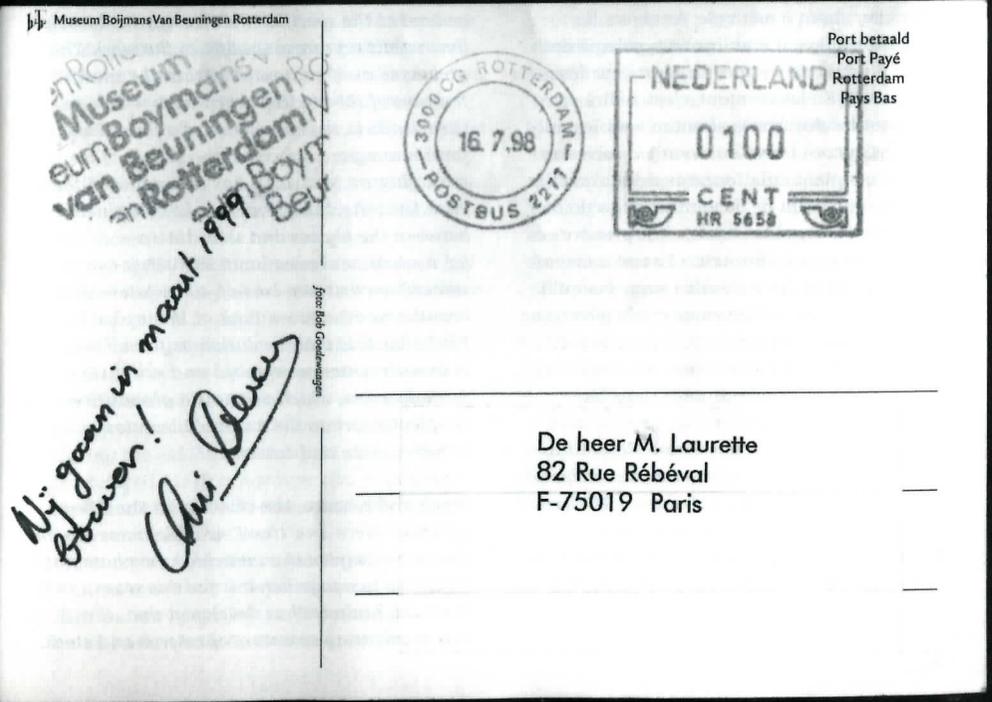
On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*collect their thoughts and transcribe them. Hugues Royer interacts, showing his "ghostwriter's" credentials, with what each person felt like talking about. The demix is also the desire to bring together different, fragmented approaches. One exception to this series, Jean Brolly, a private collector who preferred to rewrite Hugues Royer's version, slipping in turn into a movement that the artist wanted to be open from the start, even if, for practical and theoretical reasons, he remains both instigator and producer.*

**Sculpting a bronze in five minutes and signing a brick by mail** / In 1996 Matthieu Laurette arrived pushing a trolley on the set of *Je passe à la télé* / I'm on TV. Valérie Mairesse introduced him as a sculptor, which he approved with a knowing glance at the trolley. While he explained his methods, the studio audience, with built-in ratings, voted for or against him. Laurette caught their attention, the percentage did not budge, and Laurette stayed on the set. As the day's winner, he left with a medal produced by the Paris Mint, delivered on its plastic mount and engraved, logo-like, with the name of the programme in phoney handwriting: a TV screen showing "I'm on TV".

*Once fitted into the walls of the new wing of the Boijmans Van Beuningen Museum in Rotterdam, the Matthieu Laurette brick will be quite literally adopted the mechanics of its inclusion. Involved here were two intentional interplays on sculpture and its forms of existence—the reward by the publicization of methods and the visibility brought on by a circulation of public money.*

**Laurette is in good form** / All the ways of accessing Laurette's work involve moving around, turning around, getting up, in a word, not staying behind a pillar that gets a bit too much in the way. The multiple-input projects are not formalized by an absence of output, in other words, they are not fatally frozen in a



brique (de) Matthieu Laurette fera partie des murs du musée parce qu'elle aura littéralement adopté les mécanismes de son inscription. Il s'agit là de deux jeux délibérés sur la sculpture et ses modalités d'existence, la récompense pour la médiatisation de méthodes et la visibilité induite par une circulation d'argent public.

**Laurette a la forme** / Tous les modes d'accès au travail de Laurette obligent à circuler, se retourner, se lever, bref, ne pas rester devant un pilier un peu trop gênant. Les projets à entrées multiples ne se formalisent pas d'une absence de sortie, c'est-à-dire qu'ils ne se figent pas, fatalement, dans une mise en forme stable. Les dispositifs de Laurette concernent le recyclage et la déproduction loin de tout programme établi, de toute thématisme ou d'illustration. Selon lui, « le commentaire de chaque apparition est implicitement contenu dans sa forme », ce qui rejoint un sentiment de Richard Hamilton selon lequel « le commentaire social est relégué à la TV et aux bandes dessinées<sup>30</sup> ». Bien que Matthieu Laurette ne travaille pas directement sur le champ social, il n'est pas un artiste à démarche, plutôt à méthode. À travers les *Apparitions*, il veut établir une typologie des façons d'apparaître et des supports sur lesquels ça apparaît. En les montant, c'est-à-dire en disposant les séquences sélectionnées les unes après les autres, il met en avant le processus qu'elles adoptent et la forme exploitée qu'elles endossent au point de démontrer que « donner une forme à des mécanismes, c'est prendre ces mécanismes comme forme<sup>31</sup>. » Laurette élabore des formes selon les codes des supports qu'il exploite. Quel que soit le support (du générique au spécifique), la stratégie qu'il déploie *live* révèle un processus particulier au travail. Ce processus est lui-même contenu dans les spécificités du support d'emprunt qui induit à son tour l'émergence d'une forme. Cette forme parvient à conserver les étapes de sa réalisation en les ayant intégrées. Chez Laurette, la « forme » est donc contenue entre les étapes et leur réunion (cf. *Apparitions (sélection) 1995-98*), elle se situe entre best of, compils et inédits (*Le Book*

#### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*stable formation. Laurette's systems have to do with recycling and de-production, well removed from any established programme, any thematic structuring, and any illustration. In his own words, "the commentary on each apparition is implicitly contained in its form", which links up with a feeling expressed by Richard Hamilton, whereby "social comment is left to TV and comic strip"<sup>30</sup>. Even though Matthieu Laurette does not work directly on the social arena, he is not an artist with a system or approach, rather one with a method. Through the Apparitions, he is keen to establish a typology of ways of appearing and the media on which it appears. By editing them, in other words by arranging the selected sequences one after the other, he highlights the process that they adopt and the form used, which they assume to the point of demonstrating that "giving a form to mechanisms is to take these mechanisms as form"<sup>31</sup>. Laurette works out forms on the basis of the codes of the media he uses. Whatever the medium may be (from the general to the specific), the strategy he develops live reveals a process specific to the work. This process is itself contained within the specific features of the medium borrowed, which, in turn, leads to the emergence of a form. This form manages to conserve the phases of its manufacture because it has incorporated them. With Laurette, the "form" is thus contained between the phases and their tie-up (cf. Apparitions (sélection) 1995-98); it comes somewhere between best-of, compilation and brand new (The Press-Book of Money-back Products). It is their evolution as form<sup>32</sup> which is in each instance renewed and not their formalization, which prompts a proposition supplementary to the artistic dilemmas between piece and trace.*

**Stock and reserve, the photo is in the filing cabinet** / *Piece and trace, two dilemmas are all the more complex in so much as the photograph binds the two together. It is for this reason that Matthieu Laurette has developed the communicating structure of reserve and stock.*

#### Haven't we met somewhere before?

*In so doing, he has avoided everything brought on by the laws of proximity and intimacy about the photographic subject of the 1990s. His reserve may be consulted by request and his stock feeds the press with "visuals". This relationship to the photograph also structures the demix, the arrangement and layout of the images are part and parcel of the same story. This methodological demix unravels, separates and undoes what the artist has done by playing with the way in which he has done it. Slides (views of exhibitions, installations ...) are reproduced in facsimile, and lifesize. The paper documents (pamphlets, appearances in newspapers) are in particular reproduced in full-page format. TV and computer "screen savings" take another style of work dissemination into consideration. Images reproduced from slides play the part of textual illustrations. Implicitly, the artist conceives the way his photographs circulate in the demix. At the Ici et maintenant / Here and Now show, Matthieu Laurette installed La Folie des produits remboursés / The Folly of Money-Back Products in a Folly built by the architect Tschumi at La Villette, at some remove from the exhibition proper. This space, which became part-stand, part-exhibition area, part-pamphlet distributor, was open by day and accessible by night, because its windows remained lit up and a TV continued to broadcast the Apparitions on this theme. Matthieu Laurette chose photographs from his stock which he enlarged by photocopier. A few months later, at the Here and Now show (again) in the Deposit and Consignment Office, Laurette showed his exhibition by way of an overhead projector reimbursed within two weeks, which he changed twice in two different FNAC stores during the exhibition. Using 48 slides, the artist introduced his first retrospective photographic system which the onlooker could advance at whatever speed he liked. In the style of the disseminated photograph, he wanted to make a composite model of the distribution of the image. He subsequently met an ex-booker from Catherine Arley, responsible*

*des produits remboursés*). C'est leur devenir en tant que forme<sup>32</sup> qui est à chaque fois renouvelé et non pas leur formalisation, ce qui constitue une proposition supplémentaire aux dilemmes artistiques entre pièce et trace.

**Stock et fonds, la photo est dans le classeur** / Pièce et trace, deux dilemmes d'autant plus complexes que la photographie les réunit. C'est pour cette raison que Matthieu Laurette a développé la structure communicante du fonds et du stock. Il a ainsi évité tout ce qu'ont pu induire les lois de proximité et d'intimité sur le sujet photographique des années 90. Son fonds est consultable sur demande et son stock alimente la presse en « visuels ». Ce rapport à la photographie structure aussi le *démix*, l'ordonnancement et la mise en page des images participent de la même histoire. Ce *démix* méthodologique démêle, sépare, disjoint ce que l'artiste a fait en se jouant de la façon dont il l'a fait. Les diapositives (vues des expositions, des installations...) sont reproduites en fac-similé, grandeur nature. Les documents papier (tracts, apparitions dans les journaux) sont notamment reproduits pleine page. Des « captures d'écran » de télévision et d'ordinateur prennent en considération un autre type de diffusion du travail. Des images reproduites à partir de diapositives jouent le rôle d'illustrations de textes. Implicitement, l'artiste conçoit dans le *démix* le mode de circulation de ses photographies.

À l'exposition *Ici et maintenant*, Matthieu Laurette installe dans une Folie de Tschumi à la Villette un peu à l'écart de l'exposition, *La Folie des produits remboursés*. Devenue mi-stand, mi-espace d'exposition, mi-distributeur de tracts, cet espace est ouvert pendant la journée et accessible pendant la nuit, ses vitrines restant éclairées et une télévision diffusant les *Apparitions* sur ce thème. Matthieu Laurette choisit des photographies dans son stock qu'il agrandit par photocopie. Quelques mois plus tard, à *Ici et maintenant* (encore), à la Caisse des Dépôts et Consignations, Laurette montre son exposition par l'intermédiaire d'un

projecteur à rétroprojection remboursé sous 15 jours et qu'il a changé deux fois dans deux FNAC différentes pendant la durée de l'exposition. À travers 48 diapositives, l'artiste amorce son premier dispositif rétrophotographique que le spectateur doit faire défiler à son rythme.

Dans le registre de la photographie diffusée, il a voulu faire un *composit*, paradigme de la diffusion de l'image. Il a ensuite rencontré une ex-bookeuse de chez Catherine Arley, chargée des *composits* de l'agence de mannequins pendant les années 70, il lui confie le choix des photographies. Le *Composit* indique les mensurations et le téléphone de l'artiste et a été rapidement diffusé. L'*objet* est maintenant dans des tiroirs de centres d'art, d'agences de booking ou de modelling, dans les nombreuses poubelles de la communication aussi, le téléphone ayant changé contrairement aux codes de ce marché.

Si le nom circule, peu des *pièces* de Laurette ont été vues. Et curieuse coïncidence, l'artiste présente *Free Sample Demix*, un démixage qui vise à considérer le récit comme constituant des formes de son travail en prise avec la parole indirecte autant qu'avec celles du remix et des tests. Il vient d'apprendre récemment à celui de Walter Léwino<sup>33</sup> que « ce n'est pas parce que vous n'êtes pas Léonard de Vinci ou Marcel Duchamp que vous n'avez pas une sensibilité artistique. » Au questionnaire, l'artiste a obtenu 11F.

1. « L'art n'existe pas, il se déclare », Harold Rosenberg, *The Anxious Object*, Chicago et Londres, The University of Chicago Press, 1962, p. 18.
2. D'une autre manière Marcel Broodthaers avait aussi déclaré ses intentions en 1964, avant d'apparaître. C'était dans le monde de l'art, sur le carton de son exposition à la Galerie Saint-Laurent à Bruxelles : « Moi aussi je me suis demandé si je ne pouvais pas vendre quelque chose et réussir dans la vie. », cat. Marcel Broodthaers, Paris, RMN, Galerie Nationale du Jeu de Paume, 1991, pp. 56-57.
3. En écho aux assertions déjà processuelles de Marcel Duchamp « L'important alors est donc cet horlogisme, cet instantané, comme un discours prononcé à l'occasion de

### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

*for the composites of the model agency during the 1970s. He entrusted her with the choice of photographs. The composite gives the measurements and telephone number of the artiste and this one quickly did the rounds. The object is now in drawers in art centres, booking agencies and modelling agencies, and in plenty of communications bins too, because the telephone number has been changed, in contravention of the codes of this market. If the name is doing the rounds, not many of Laurette's pieces have been seen. And, by an odd coincidence, the artist is showing Free sample demix, a demixing operation aimed at considering the narrative as making up forms of his work in touch with the indirect word as much as with the word of the remix and the tests. He has just recently learnt from Walter Léwino's test<sup>33</sup> that "it's not because you're no Leonardo da Vinci or Marcel Duchamp that you don't have an artistic sensibility". In the questionnaire, the artist got 11F.*

1. "Art does not exist, it declares itself", Harold Rosenberg, *The Anxious Object*, Chicago and London: The University of Chicago Press, 1962, p. 18.
2. In another way Marcel Broodthaers had also declared his intentions in 1964, before appearing. It was in the art world, on his exhibition invitation at the Galerie Saint-Laurent in Brussels: "I have also been wondering whether I couldn't sale something and make a success out of my life.", in cat. Marcel Broodthaers, Paris: RMN, Galerie nationale du Jeu de Paume, 1991, pp. 56-57.
3. Echoing the already processual statements of Marcel Duchamp "So the important thing is this clockwork, this snapshot, like a speech given to mark any old occasion but at such and such a time. It is a kind of rendez-vous. Spontaneously writing that date, time, minute (...) as information.", Marcel Duchamp, "La Boîte Verte", in Michel Sanouillet (ed.), *The Salt Seller*, New York: Oxford University Press, 1973.
4. "The emanent object is an apparition", Marcel Duchamp, "À l'infinifitif", *Ibid.*
5. Frank Perrin, "Utopia: First Person Plural", in *Blocnotes*, Autumn 1993, pp. 116-118.
6. Grace Jones, "I've seen that face before", in *Dance Collection*, Island records, 1985.

### Haven't we met somewhere before ?

7. Karl Kraus, *Pro domo et mundo 1912*, Paris: Champ libre, 1985, p. 91.
8. Éric Troncy, "Painting from all-over to all around", in *Flash Art International*, January-February 1994, pp. 78-80.
9. Serge Daney, *Devant la recrudescence des vols de sac à main*, Lyons: Aléas, 1991.
10. Alfred Hitchcock, "Would you like to know your future?", in *Hitchcock on Hitchcock*, Sidney Gottlieb (ed.), New York: Faber and Faber, 1995, p. 138. "Would you like to be able to predict the future? A movie director can, you know. In making a film, he takes an imitation slice of life in his hands and arranges it just the way he wants it. He knows, in the first scene, just what is going to happen in the last."
11. Jean-Christophe Royoux, "D'une boucle à l'autre: activité artistique, post-cinéma et télévision", in *Journal de l'Institut français de Bilbao*, April 1998, p. 54.
12. Nicolas Bourriaud, "Pierre Joseph and the adventure of exhibiting", in cat. Pierre Joseph, *Living Reactivable Characters*, FRAC Champagne-Ardenne, Le Parvis, FRAC Languedoc-Roussillon, 1995, pp. 65-68. The author reminds us that since the readymade, the conceptual linkage between representation/presentation no longer grasps very much at all in terms of reality, and ends up quoting Godard: "to represent is to add symbolic value to

- n'importe quoi mais à telle heure. C'est une sorte de rendez-vous. Inscrire naturellement cette date, heure, minute (...) comme renseignements. », *Duchamp du signe*, Paris, Flammarion, 1975, p. 49.
4. « L'objet émanant est une apparition », *Ibid.*, p. 122.
  5. Frank Perrin, « Le Temps des utopies singulières », *Blocnotes*, n°4, automne 1993, p. 18.
  6. Grace Jones, « I've seen that face before », *Dance Collection*, 1985, Island records.
  7. Karl Kraus, *Pro domo et mundo 1912*, Paris, Champ libre, 1985, p. 91.
  8. Éric Troncy, « Painting from all-over to all around », *Flash Art International*, n°174, janv.-fév. 1994, pp. 78-80.
  9. Serge Daney, *Devant la recrudescence des vols de sac à main*, Lyon, Aléas, 1991.
  10. Alfred Hitchcock, « Aimeriez-vous connaître votre futur ? », *Hitchcock on Hitchcock*, Sidney Gottlieb (éd.), New York, Faber and Faber, 1995, p. 138. « Seriez-vous capable de prédire le futur? Un réalisateur le peut, vous savez. En faisant un film il prend une tranche d'imitation de vie dans ses mains et l'arrange à sa manière. Il sait dès la première scène, ce qui va se passer dans la dernière. »
  11. Jean-Christophe Royoux, « D'une boucle à l'autre:

QUEL ARTISTE ÊTES-VOUS? TEST DE WALTER LEWINO, "BEAUX ARTS MAGAZINE", N°171, AOÛT 1998, PP. 24-30 // WHAT KIND OF ARTIST ARE YOU? WALTER LEWINO TEST IN "BEAUX ARTS MAGAZINE", N°171, AUGUST 1998, PP. 24-30

### JEU-TEST

## PAR WALTER LEWINO QUEL ARTISTE ÊTES-VOUS ?

Ce n'est pas parce que vous n'êtes pas Léonard de Vinci ou Marcel Duchamp que vous n'avez pas une sensibilité artistique. Êtes-vous plutôt classique ou expressionniste ? Surréaliste ou conceptuel ? Ce jeu-test a pour objectif de traquer l'artiste qui est en vous. Et de le révéler. Pour cela, il suffit de répondre aux 26 questions – moins innocentes qu'il n'y paraît – en respectant impérativement les trois règles suivantes :

Répondez à toutes les questions sans exception.

Ne donnez qu'une réponse par question.

Si aucune réponse ne vous convient, retenez la moins mauvaise.

24

Vous écrivez un roman phrase le commencer ?

- A En pénétrant dans son on aurait dit une mort
- B C'était le premier artiste dans un musée.
- C La statuette khmère é impossible de disting
- D Le flic ne comprenait
- E On l'avait assassinée du commissaire-prise



Choisissez un compa

- A Auguste Rodin.
- B Vincent van Gogh.
- C César.
- D Salvador Dalí.
- E Henri Matisse.
- F Marcel Duchamp.

### On ne s'est pas déjà vu quelque part ?

- activité artistique, post-cinéma et télévision », Bilbao, *Journal de l'Institut français*, n°8, avril 1998, p. 54.
12. Nicolas Bourriaud, « Pierre Joseph et l'aventure de l'exposition », cat. *Pierre Joseph, Personnages à réactiver*, FRAC Champagne-Ardenne, Le Parvis, FRAC Languedoc-Roussillon, 1995, pp. 51-54. L'auteur rappelle que depuis le ready-made, l'articulation conceptuelle représentation/présentation ne saisit plus grand chose de la réalité et conclut en citant Godard : « représenter c'est ajouter de la valeur symbolique au réel c'est-à-dire légitimer le système de valeurs existant au lieu de le présenter tel qu'il est et d'agir sur lui. », p. 54.
13. Vito Acconci dans « Video works 1970-1978 », *Afterimage*, vol. 12, n°4, nov. 1984, p. 15, entretien cité par Jean-Christophe Royoux, *op. cit.*, p. 55, dit n'être « jamais parvenu à clarifier la différence entre vidéo et télévision ». Selon Laurette c'est le même médium, la télé étant de la diffusion et la vidéo un support, voire un mode de diffusion.
14. Julien Coubet, *Sans aucun doute*, TF1, 21 mars 1997.
15. Cité par Timothy Martin, « Janitor in a Drum: Excerpts from a Performance History », cat. *Mike Kelley, Catholic Tastes*, New York, Whitney Museum of American Art, 1993, p. 68.
16. Dick Hebdige, *Subculture, The Meaning of Style*, Londres, Routledge, 1979, p. 97.
17. Clarisse Hahn, « Suivre le système à la lettre », *Omnibus*, n°17, juillet 1996, p. 19.
18. « Questions pour un champion », Entretien avec l'artiste, Utrecht, *Casco issue*, n°5, (à paraître).
19. « Ne travaillez jamais ! », entretien de Jean-Emmanuel Dubois avec Ariel Wizman, *Crash*, n°3, juin-juillet 1998, p. 58.
20. Raymond Bellour, *L'Analyse du film*, Paris, Calman-Lévy, 1995, p. 280.
21. Andy Warhol, « Interview with Gene Swanson », *Art News*, 1963. Republié dans *Art en théorie*, Charles Harisson et Paul Wood (éd.), Paris, Hazan, p. 809.
22. Anselm Jappe, *Guy Debord*, Marseille, Via Valeriano, p. 39.
23. Dans le même registre, la projection du film *Conical Intersect* (1975) de Gordon Matta-Clark par Pierre Huyghe, 21 ans après, contient des déplacements du même ordre. Ils vont au-delà de la post-appropriation et de la réactivation. Considérer un produit fini (achevé et ancien de fait) comme devenant de la matière première, revient à considérer tout dispositif de (ré)activation comme le garant paradoxal de sa propre désactivation. Ce qui rend aussi lucide que critique la volonté de Pierre Huyghe de « ne rien ajouter au monde ».
24. Richard Shusterman, *Sous l'interprétation*, Combas, L'Éclat, 1994.

- reality. Otherwise put, it is to legitimize the existing value system instead of presenting it as it is and doing something about it.", p. 54.
13. Vito Acconci, "Video works 1970-1978", in *Afterimage*, Vol. XII, November 1984, p. 15, interview quoted by Jean-Christophe Royoux, *op. cit.*, p. 55, maintains that he has "never managed to clarify the difference between video et television". According to Laurette, it is the same medium, TV being to do with broadcasting and video being a medium, or even a method of broadcasting.
14. Julien Coubet, *Sans aucun doute*, TF1, 21 March 1997.
15. Quoted by Timothy Martin, "Janitor in a Drum: Excerpts from a Performance History", in cat. Mike Kelley, *Catholic Tastes*, New York: Whitney Museum of American Art, 1993, p. 68.
16. Dick Hebdige, *Subculture, The Meaning of Style*, London: Routledge, 1979, p. 97.
17. Clarisse Hahn, "Suivre le système à la lettre", in *Omnibus*, July 1996, p. 19.
18. "Questions pour un champion", Interview with the artist, in *Casco issue 5*, Utrecht: Winter 1998 (forthcoming).
19. "Ne travaillez jamais!", interview by Jean-Emmanuel Dubois with Ariel Wizman, in *Crash*, June-July 1998, p. 58.
20. Raymond Bellour, *L'Analyse du film*, Paris: Calman-Lévy, 1995, p. 280.
21. Andy Warhol, "Interview with Gene Swanson", *Art News*, New York, November 1963. Reprinted in Charles Harisson and Paul Wood (eds.), *Oxford and Cambridge*, Blackwell, 1992, p. 733.
22. Anselm Jappe, *Guy Debord, Pescara: Edizioni Tracce*, 1993.
23. In the same vein, the projection of Gordon Matta-Clark's film *Conical Intersect* (1975) by Pierre Huyghe, 21 years later, contains similar shifts. They go beyond post-appropriation and reactivation. Considering a finished product (completed and, de facto, old) turning into raw matter is the same as considering any system of (re)activation as the paradoxical pledge of its own de-activation. This in turn makes Pierre Huyghe's desire "not to add anything to the world" as lucid as it is critical.
24. Richard Shusterman, *Sous l'interprétation*, Combas: L'Éclat, 1994.
25. These letters are quoted in Jacques Attali, *Verbatim I*, Paris: Livre de poche, respectively p. 767 and p. 774. Their juxtaposition is due to Gérard Guégan, "Les Vivants sont ceux qui luttent la haine de classe au cœur", in *Cahiers*

### Haven't we met somewhere before ?

- des futurs, *February 1996*, p. 24.
26. Gilles Deleuze, "Le plus grand film irlandais (Film de Beckett)", in *Critique et clinique*, Paris: Minuit, 1993, p. 36.
27. A Jean-Luc Godard saying reproduced on an Allen Ruppberg poster, 1989.
28. "Questions pour un champion", *Ibid.*
29. The (bad) rapper Puff Daddy declares on MTV that he "uses samples so that people will remember the original song", whereas at no time in its history has the sample claimed to be a vehicle of melancholy. David Toop, the rap historian, further relates that "Kool dj Herc inserts the Doobie Brothers and the Isley Brothers; Grandmaster Flash overlays the words of records and sound effects with *The Last Poets*; Symphonic B Boys Mixx cuts classical music on five different tracks" (the italics are mine), *The Rap Attack: African Jive to New York Hip Hop*, Boston: Boston South End Press, 1984, p. 105.
30. Richard Hamilton, "For the Finest Art, Try Pop", in *Collected Words, 1953-1982*, London: Thames & Hudson, 1982.
31. "Questions pour un champion", *op. cit.*
32. Bernard Edelman, "Propriété littéraire et artistique / Œuvre protégée / Exposition permanente du cinéma / Musée du cinéma", in *Recueil Dalloz*, Paris, 1998, p. 314, refers to the content of the Schlumpf ruling. "In this decision, the Court of Paris has denied that a collection of old cars had the quality of a work - replacing it with the qualification of a "work of man" - on the essential grounds that "the nature of the work of art is that it involves no manipulation or modification following its creation", which, with regards to the set-up of the Cinema Museum and to the specific aspects of this notion of "form", raises a whole raft of issues. Furthermore, according to Bernard Edelman, "Only form will make the idea tangible for, inevitably, the law works on the basis of proof", in cat. *Feux pâles*, Bordeaux: capcMusée, 1991, p. 149.
33. "Quel artiste êtes-vous?", the Walter Léwino test, in *Beaux-Arts magazine*, August 1998. Results p. 30.
25. Ces lettres sont citées dans Jacques Attali, *Verbatim I*, Paris, Livre de poche, respectivement p. 767 et p. 774. Leur juxtaposition provient de Gérard Guégan, « Les Vivants sont ceux qui luttent la haine de classe au cœur », *Cahiers des futurs*, Paris, n°1, fév. 1996, p. 24.
26. Gilles Deleuze, « Le plus grand film irlandais (Film de Beckett) », *Critique et clinique*, Paris, Minuit, 1993, p. 36.
27. Phrase de Jean-Luc Godard reproduite sur un poster de Allen Ruppberg, 1989.
28. « Questions pour un champion », *op. cit.*
29. Le (mauvais) rapper Puff Daddy affirme sur MTV qu'il « utilise des samples pour que les gens se souviennent de la chanson originale », alors qu'à aucun moment de son histoire le sample a prétendu être un véhicule de mélancolie. David Toop, l'historien du rap, raconte d'ailleurs que « Kool dj Herc intercale les Doobie Brothers et les Isley Brothers; Grandmaster Flash superpose les paroles des disques et les effets sonores avec *The Last Poets*; Symphonic B Boys Mixx recoupe de la musique classique sur cinq pistes différentes » (c'est moi qui souligne), *The Rap Attack: African Jive to New York Hip Hop*, Boston, Boston South End Press, 1984, p. 105.
30. Richard Hamilton, « For the Finest Art, Try Pop », *Collected Words, 1953-1982*, Londres, Thames & Hudson, 1982.
31. « Questions pour un champion », *op. cit.*
32. Bernard Edelman, « Propriété littéraire et artistique / Œuvre protégée / Exposition permanente du cinéma / Musée du cinéma », *Recueil Dalloz*, Paris, 1998, p. 314, rappelle le contenu de l'arrêt Schlumpf: « Dans cette décision, la Cour de Paris avait dénié la qualité d'œuvre à une collection de vieilles voitures - pour lui substituer la qualification "d'œuvre de l'homme" - aux motifs essentiels que le propre de l'œuvre d'art est de ne supporter aucune manipulation ou modification postérieure à sa création », ce qui, en regard du montage du musée du cinéma comme pour les spécificités de cette notion de « forme », soulève toute une série de questions. Par ailleurs, selon Bernard Edelman, « Seule la forme rendra l'idée tangible et protégeable car le droit, inévitablement, fonctionne à la preuve. », cat. *Feux pâles*, Bordeaux, capcMusée, 1991, p. 149.
33. « Quel artiste êtes-vous ? », test de Walter Léwino, *Beaux-Arts magazine*, août 1998. Résultats p. 30.

né en / born in 1970 (Villeneuve St Georges, France).  
vit et travaille à / lives and work in Paris.  
Fait des apparitions à la TV et dans les journaux et magazines depuis 1991 / makes apparitions on TV and in newspapers and magazines since 1991

APPARITIONS / APPARITIONS (sélection)

1998

- WWW.labart.univ-paris8.fr/~laurette/expl.htm : Trucs et astuces pour se faire rembourser tous ses achats et vivre gratis, Xavier de Moulins et Yves Eudes, Le Monde, n°16620, samedi 4 juillet (p. 26)
- Matthieu Laurette à Poitiers : Le beurre et l'argent du beurre, Emmanuel Tournon, Centre presse, n°144, mercredi 24 juin (pp. 1, 5)
- Conférence : des achats remboursés ? Centre presse, n°142, lundi 22 juin
- Conférence : Vos achats remboursés Emmanuel Tournon, Centre presse, mercredi 20 mai
- Depuis 4 ans cet internaute ne consomme que des produits gratuits, Jean Marc Gresta, Entrevue, n°69, avril (p. 85)
- Syöjä pese ilmaiseksi - markkinataloudessa, Vihreät lanka, n°8, 19 février (pp. 1, 12)
- Caddy en folie, Univers mac, n°74, janvier (p. 141)

1997

- Comment gagner des sous avec les promos, Sept à l'ouest, n°3, 18 décembre (p. 5)
- Le festin de Laurette, Aléas, France 3, 27 novembre
- Comment faire ses achats remboursés, Mobile TV, Dijon, 11 novembre
- Acheter et... se faire rembourser, Net, n°12, novembre (p. 27)
- Vivons remboursés! Nantes Passion, n°78 novembre (p. 22)
- Europe 2, 21 octobre
- Matthieu Laurette, spécialiste des « achats remboursés » : il a animé un débat pour expliquer et généraliser sa méthode, Jean Le Menn, Ouest-France, (édition Nantes) n°16099, mardi 21 octobre (p. 17)
- Matthieu Laurette consommateur actif, JT M6 Nantes, 17 octobre
- L'Agenda, Jet FM, Nantes, 17 octobre
- Dervallières, Les Échos du vendredi : travaux, sports, santé, consommation..., Jean Le Menn, Ouest-France, (édition Nantes) n°16096, vendredi 17 octobre (p. 21)
- Matthieu, client satisfait et remboursé, Gilles collas, Ouest-France, (édition Nantes) n°16096, vendredi 17 octobre (p. 15)

- Europe 2 Nantes, 15 octobre
- Vivons remboursés : des démonstrations d'achats économiques, Ouest-France, (édition Nantes) n°16094, mercredi 15 octobre (p. 11)
- Matthieu Laurette consommateur actif, JT France 3 estuaire, 14 octobre
- Alouette FM, Nantes, 13 octobre
- Dervallières, Les Échos du vendredi : musique, transports, expo, achats remboursés, charges locatives..., Jean Le Menn, Ouest-France, (édition Nantes) n°16090, vendredi 10 octobre (p. 17)
- 11h / 12h Dechavanne, 6 octobre, Europe 1
- Le Caddie gratos de Matthieu Laurette, Nicolas Aberton, Le Journal du Parc-Lettre d'information interne du parc de la Villette, n°6, octobre (p. 5)
- Vu à la télé, Netsurf, n°19, octobre (p. 27)
- Comment arrondir ses fins de mois en chassant les promotions, Bruno Cot, VSD, n° 1048, 25 septembre (pp. 5, 104)
- Économisez jusqu'à 2000 Francs par mois grâce aux coupons de réduction, François De Guillebon, Réponse à tout, août, (pages 1, 28-29)
- Tout le monde pourrait manger gratis, mais personne n'en profite, interview de Victor Mandon, Newlook, n°166, juillet (pp. 4, 24-25)
- Nonante, Canal Jimmy, juin
- Une œuvre à consommer à l'œil, Biba, n°208 Juin, (p. 38)
- Journal de 13h et 20h, France 2, 16 mai
- Demain on mange Gratis, Pascale Krémer, Le monde, n° 16267, 16 mai (p. 1)
- Pas regardant sur le prix, mais sur l'étiquette, M.-F Vaillant, La voix du nord, jeudi 8 mai
- Sortir (Lille), n°342, 23-29 avril (p. 43)
- Nova, Paris première, 19 avril
- Fissa, Radio Nova, 18 avril
- Satisfait ou remboursé, C.S.-A.P., Madame Figaro (p. 54)
- Paris Boum Boum I, n°797 (p. 14)
- Les Plans capitaux, Radio FG, 28 mars
- Consommé c'est remboursé, propos recueillis par Élisabeth Petit, L'itinérant, n°129, 25 mars (p. 1, 6-7)
- Sans aucun doute, TF1, 21 mars (dossier Système D, combines, débrouilles : comment se sortir de la crise)
- Show Biz, CTV contact, du 27 au 12 mars

1996

- Bon plans magazine, n°1, octobre (pp. 4, 7, 10, 36-37)
- Bienvenu chez nous, M6, septembre
- J'y crois, j'y crois pas, TF1, 20 juin
- Qui est qui, France 2,
- Je passe à la télé, France 3, 16 mai
- Radio printemps, radio FG 98,2
- L'or à l'appel, TF1, 26 mars

1995

- Le Grand Zapp, M6
- Okaz n°25, mai, (p. 126)
- Max n°71 (p. 145)
- Crème de la crème, la mini revue DAC, n°1
- Troc tout, n°16, 4 mai (p. 3)
- Troc Tout, n°15, 20 avril (pp. 5, 14)
- Troc Tout, n°13, 16 mars (pp. 17, 19, 28)
- Booking & free lance, le mensuel de tous les castings, n°10, février mars (p. 18)
- Le Livre des Laurette du monde entier, éditions Halbert
- Blocnotes, n° 8, Hiver
- Info annonces (édition Grenoble), n°439, 31 janvier
- Le Cercle de minuit, France 2, mardi 24 janvier
- Libération, n° 4253, vendredi 20 janvier, (p. 53)
- La Grande famille, Canal+, jeudi 5 janvier, (sujet : "je ne sors pas de chez moi")

1994

- Rapido Annonces, MCM, diffusion 3 fois par jour du 12 au 18 décembre
- La Grande famille, Canal+, 5 décembre
- Vincent à l'Heure, France 3, 2 décembre
- Que le meilleur gagne, France 2, 28 novembre
- Salut, n°178, 5 au 18 septembre (p. 36)
- Frou Frou (Interdit aux Hommes), France 2, 26 février
- La Fièvre de l'après-midi, France 3, 21 février
- Le Cercle de minuit, France 2, 10 février
- Le 3 Annonce, (édition Grenoble), n° 1203, 28 février (p. 5)
- Info Annonces (édition Grenoble), n°393, 8 février (p. 40)
- Domus, n° 756, janvier
- Libération, n°3944 (Nouvelle Série), mardi 25 janvier (p. 31)

1993

- Français si vous parliez, France 3, 28 avril
- Tournez Manège, TF1, 16 mars, rubrique « Choisissez-moi »
- De bouche à oreille, Catalogue de l'exposition Boetti, édition MAGASIN

1991

- Mégamix, La Sept
- Journal de 13 h, TF1
- Beaux-Arts Magazine, n°87, février (p. 22)

EXPOSITIONS PERSONNELLES ET INTERVENTIONS / SOLO EXHIBITIONS AND PROJECTS (sélection)

1998

- Free sample mix, Galerie Jousse Seguin, Paris
- Comment faire ses achats remboursés,

- Médiathèque François Mitterrand, Poitiers, sur une invitation du Confort Moderne
- Applaus, CASCO, Utrecht, The Netherlands
- Max, In vitro, Genève
- Comment faire ses achats remboursés ?, Espace croisé, Lille, sur une invitation de Art Connexion
- Mangez remboursé, showroom et visites guidées de supermarché, Réserve de Jean Chatelus, 28 rue Rousselet, Paris (curator : Laurence Hazout)
- Matthieu Laurette, Galerie d'Éole - Espace république, FRAC Languedoc-Roussillon, Montpellier (avec Pierre Joseph) (Curator: Ami Barak)
- Nourrissez un artiste à partir de 100 Francs, c/o Ghislain Mollet-Viéville
- Comment faire ses achats remboursés, Club du Capitaine Pip, Centre d'art, Brétigny sur Orge

1996

- Produits remboursés, réseau RATP, Paris

1995

- La Bibliothèque dispersée, Bibliothèque St Bruno, Grenoble

1993

- Made in Japan, Tsukuba University, Japon
- Des objets Otakus : Le téléphone, 3672 mémophone

EXPOSITIONS DE GROUPES / GROUP SHOWS (sélection)

1998

- Premises : invested spaces in visual arts, architecture and design from France, 1958-1998, Guggenheim Museum Soho, New York
- In vitro et altro, Hors scène #3, Cabinet des estampes, Musée d'art et d'histoire, Genève (curators : Gianni Motti, Christophe Cheri)
- Brutsecrets, CCC, Tours (curators : Céline Saraiva, Olivier Reneau et Alain Julien-Laferrière)
- Invitation to love, BGGB, Paris
- Portes Ouvertes, ENAD, Limoges (curator: Muriel Collin-Barrand)
- Homo Zappiens Zappiens, Galerie Art et Essais, Rennes
- Identité Gloire et Beauté, Centre d'Art Moderne, Montreuil (curator: Jean-Charles Masséra)
- Ici et Maintenant (encore), Caisse des dépôts et consignations, Paris (curator: Yves Jammet)

1997

- Réveillons nous, Paris
- Group show, Galerie Jousse Seguin
- 619 KBB 75, Paris (curator: Laurence Hazout)
- Ici et maintenant, Parc de la Villette
- Version originale, Exposition sur internet, Musée d'art contemporain, Lyon (curator: Georges Rey)
- From one point to another, Atelier Soardi, Nice (curators : Robert Fleck, Axel Huber et Nathalie Goudinoux)
- Nouvelles acquisitions vidéos, Musée National d'Art Moderne, Centre Georges Pompidou, Paris
- Vidéo, l'ironie du sort, Espace croisé, Lille

1996

- Réveillons nous, c/o Jean Christophe Robert, Paris (curator: Clarisse Hahn)
- Vidéo - Sans titre, Galerie Froment et Putman, Paris (Curator: Nathalie Boutin)
- Körper - Identität - Irritation : ein hypothetische sammlung, Kunsthaus, Glarus, Suisse (curator: Karin Frei)
- Monstrosities 1 et 2, Leipzig, Allemagne (curator : Raphaëlle Jeune)
- Aérosphère 2, La flèche d'or, Paris (curators : Armelle Leturcq / Frank Perrin)
- 49,90 F, La caisse, Nice
- Précipité(és), Galerie des Archives, Paris (curator: Muriel Collin-Barrand)
- Monstrosities 1 et 2, Hackesche Höfe, Berlin (curator: Raphaëlle Jeune)
- Cité internationale des arts, Paris
- Galerie Chez Valentin, Paris
- Séances, Crédac, Ivry

1995

- Mobile Home Vidéo, Ex-in-art, Paris
- Un monde chez soi / World at home, St Gervais-Genève, (curator: Simon Lamunière)
- OUT, École d'art de Grenoble, France
- Nice by night 3, Nice, France
- Cosmos, des fragments futurs, MAGASIN-CNAC, Grenoble, (curator: Frank Perrin)

1994

- Nice by Night 1 et 2, Nice,

1993

- 16 à l'ombre, MAGASIN-CNAC, Grenoble, (curator: Adelina Von Furstenberg)
- INDICE(S), École d'art de Grenoble

DIFFUSIONS VIDÉO / VIDEO PROGRAMS (sélection)

1997

- Vidéo Flash Amerika Frankreich

- Russland, Galerie Hohental und Bergen, Cologne
- Frac Poitou-Charentes, Angoulême.

1996

- Précipité(és) 2, La flèche d'or, Paris
- Aye Aye, festival, Nancy
- Peyotl, Le couvent, Paris
- Médiathèque Aquitaine, Bordeaux
- Thés vidéos, Paris (chaque 1<sup>er</sup> et dernier dimanche du mois)
- Rencontre jeunes artistes vidéos, Annecy

1995

- Soirée Blocnotes, La flèche d'or, Paris
- Séances Cosmos, Magasin, Grenoble
- Bandit-Mages, Bourges
- Mucho vidéos, Magasin, Grenoble
- Laboratoires, Soirée Blocnotes, Le Globo, Paris

1994

- Bandits-Mages, Festival vidéo, Bourges
- Nice by Night, exposition parcours dans des appartements, Nice
- Elac vidéo, Lyon (curator: Georges Rey)

1993

- Carte blanche à Bandit-Mages, Festival vidéo de Gentilly
- Bandits-Mages, Festival vidéo, Bourges
- Programme, Champs magnétiques, Bordeaux

COLLECTIONS PUBLIQUES / PUBLIC COLLECTIONS

- La Bibliothèque dispersée, installation permanente en prêt jusqu'à l'an 2000, Bibliothèque St Bruno, Grenoble (1995-∞)
- Apparitions (sélection 93/95), bande vidéo - Apparition « Je passe à la télé », bande vidéo - Apparition « J'y crois, j'y crois pas », bande vidéo Musée National d'Art Moderne, Centre Georges Pompidou, Paris
- Artist's Studio Spycam, installation en visiophonie via internet, Collection Frac Languedoc Roussillon (1997-∞)
- Consommez, c'est remboursé, installation, Collection Fond National d'Art Contemporain, Paris (1998)

BIBLIOGRAPHIE (sélection)

CATALOGUES ET PUBLICATIONS

1998

- Homo Zappiens Zappiens, Presses Universitaires de Rennes

1997

- Ici et maintenant, éditions Actes Sud

## BIO-BIBLIOGRAPHIE

- Produits remboursés, le guide édition avril 97 et septembre 97, Paris  
- From one point to another, éditions l'Atelier Soardi, Nice

1996

Précipité(els), compilation vidéo, éditions GPS, Paris  
- L'Index n°2 et 3, SJ+EL, Paris

1995

- 6<sup>e</sup> Semaine Internationale de Vidéo, éditions St Gervais-Genève, Suisse  
- OUT, éditions École d'art, Grenoble  
- L'Été, édition publication de l'espace, Grenoble  
- Bandits-Mages (93 et 95), Festival vidéo, Bourges  
- Nice by night 3, Catalogue/Fanzine  
- Cosmos des fragments futurs, éditions MAGASIN, Grenoble  
- Nice by night - open 2, Catalogue/Fanzine

PRESSE

1998

- « Bruitsecrèts », impossible à percer, Hervé Gauville, Libération, 29 juillet  
- La Société actuelle sujet et victime de quatorze jeunes artistes, Philippe Dagen, Le Monde, 9 juillet  
- Faire grand bruit, La jeune génération sort de l'ombre à Tours, Philippe Régner, Le Journal des Arts, 8 juillet  
- Un monument à l'artiste pas encore connu, Jade Lindgaard, Aden- Les

Inrockuptibles / Le Monde, 1<sup>er</sup> juillet  
- Économies parallèles, entretien avec Clarisse Hahn, Blocnotes, n°15, été 98 (pp. 48/51)

- Biblio-art ? Jean-Max Colard, Les Inrockuptibles, 6 au 12 mai 98 (p. 57)  
- Homo Economicus, Jean-Max Colard, Beaux Arts Magazine (Supplément au n°168), mai 98, (p. 13)  
- Zuinigheidheid met vlijt, Elle, Avril 98, n°100 (p. 34) (Pays-Bas)  
- Réveillons-nous, Richard Leydier, Art press, février 98 (p. IX)  
- Télévisions et journaux pris d'assaut, Philippe Régner, Le Journal des Arts, 30 janvier 98 (p. 20)  
- Graffitis et commandes Publiques, Jérôme Nathan, Le Journal des Arts, 30 janvier 98 (p. 15)  
- Vivons remboursés, Nathalie Goudinoux, Zéro deux, janvier 98

1997

- Matthieu Laurette, Anaïd Demir, Documents n°14, automne-hiver 97/98  
- Letter from paris, Pascaline Cuvelier, Artforum, novembre 97  
- Matthieu Laurette, Kaoru Tanikawa, BT, juillet 97 (Japon)  
- L'art consommable et remboursé, éditorial de Fabrice Bousteau, Beaux Arts Magazine, juillet 97  
- Sur les petits écrans de Beaubourg, Suzanne Lee, Créations, juin 97  
- Matthieu Laurette, Clarisse Hahn, Art press, juin 97  
- Infiltrations spatio-temporelles Apparitions et voyages virtuels au Frac Languedoc Roussillon, Anaïd Demir, Technikart, Avril 97

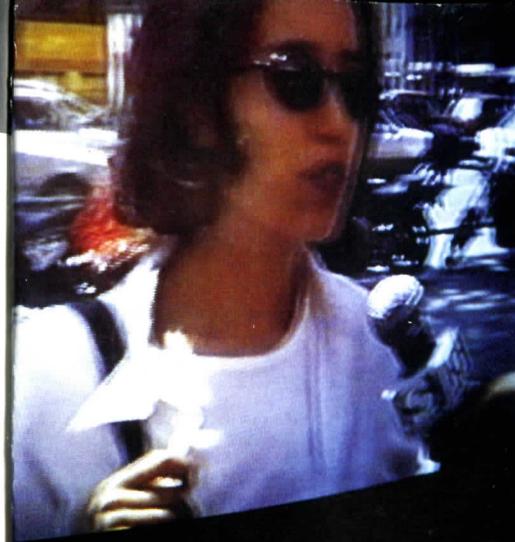
- Les bons plans de Matthieu Laurette, Ghislain Mollet-Viéville, Sans titre, février 97  
- Modeste et généreux, RUSH, Art press, février 97

1996

- Matthieu Laurette : Suivre le système à la lettre, Clarisse Hahn, Omnibus, juillet 96  
- Matthieu Laurette goes shopping, Alexis Vaillant, Kunstbulletin, juin 96, (CH)  
- Le Plan média de Matthieu Laurette, Anaïd Demir, Technikart, Avril 96  
- Matthieu Laurette "Apparitions", Anaïd Demir, Le Journal des expos, février 96

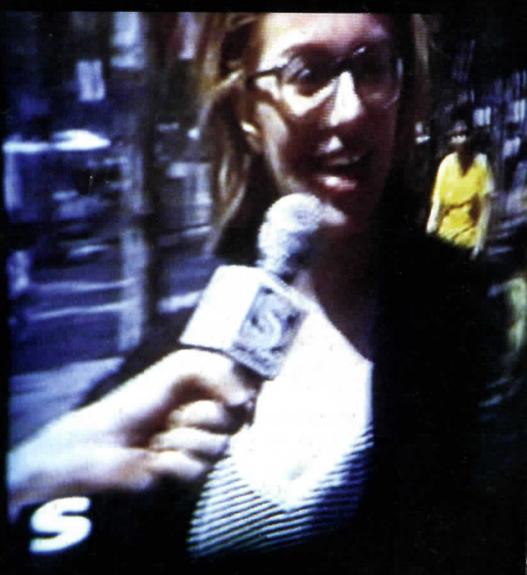
1995

- Ce que les vieux sages nous apprennent à propos des nouveaux média, Laurent Wolf, Le nouveau quotidien, 8 novembre 95 (CH)  
- La vidéo le bon moyen pour decrypter les images, Philippe Mathonnet, Journal de Genève, 4 novembre 95 (CH)  
- Semaine de la vidéo, C. Graf, Scène magazine, Novembre 95 (CH)  
- Matthieu Laurette, un artiste prêteur, Emma Louis, Dauphiné libéré, 26 oct. 95  
- Fluidité, déplacements, liquidités, Armelle Leturcq, Blocnotes n°9, Été 95  
- Ze last news, F. Coupet, Galeries Magazine, n°62, Été 95  
- Beaux Art Forains, Bernadette Bost, Le Monde, 15 Avril 95  
- Les Laboratoires intermédiaires, Frank Perrin, Blocnotes n°8, Hiver 95



La culture devenue intégralement marchandise doit aussi devenir la marchandise vedette de la société spectaculaire.  
A culture now wholly commodity was bound to become the star commodity of the society of the spectacle.

Chaque *nouveau mensonge* de la publicité est aussi *l'aveu* de son mensonge précédent.  
Each new lie of the advertising industry implicitly acknowledges the one before.



Dans le monde *réellement renversé*, le vrai est un moment du faux.  
In a *world that really has been turned on its head*, truth is a moment of falsehood.

Tout ce qui était directement vécu s'est éloigné dans une représentation.  
All that was directly lived has become mere representation.

**Également disponible Free Sample Remix un disque avec des morceaux de : Bosco, Serge Comte, LNa+2X2L, Mr Learn, RM, DJ Sid, Tetrapak...**

Free Sample Demix est une publication éditée par la Galerie Jousse Seguin / 34 rue de Charonne / 75011 Paris / Téléphone : 01 47 00 32 35 / Téléfax : 01 40 21 82 95 / E-mail : jousse.seguin@worldnet.fr

Graphisme : Ancor@bold / © Photos : Casco, M. Damage, DR, Entre Deux, J.L. Fournier, P. Jounenc, J.L. Ménétrier, A. Morin, G. Motti, J.P. Nouet, D. Panhuysen, D. Zerah.

Remerciements : Marc Teissier du Cros, Vasquen Yeghiayan, Xavier Baral et Line ainsi que tous ceux qui ont participé au mix jusqu'ici.

Avec le concours du Ministère de la Culture et de la Communication, Délégation aux Arts Plastiques (CNAAP) - Aide à la première exposition