

ARTS-
DESIGN

MARS 2013

YVES HAYAT



Yves Hayat est né en Égypte. En 1956, il découvre la France et le déracinement. Pendant cinq années il va suivre les cours de l'École nationale supérieure des Arts Décoratifs de Nice. À partir de 1973, Yves Hayat s'oriente vers la publicité, métier en pleine effervescence créative et va retenir de cette vie de créatif la fascination pour l'image et l'importance du message. Ces années « Pub » vont lui permettre de découvrir les nouvelles technologies et de maîtriser sa technique. En 1990, parallèlement à sa vie de publicitaire, il photographie les gens, la rue, les tableaux de musées, récupère des images de magazines ou du net qu'il classe soigneusement. Hayat est un artiste bien de son temps, un esprit ouvert sur la rue, la société, les médias et Internet.

Yves Hayat was born in Egypt. In 1956 he discovered France and uprooted. For five years he studied at the École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs in Nice. From 1973, Yves Hayat worked in the creatively effervescent advertising field and would retain from this period a fascination for the image and importance of the message. He learned a lot about new technologies and mastered his technique during his years in advertising. In 1990, alongside his life in advertising, he was photographing people, the street, paintings in museums, and gathering images from magazines and the internet which he carefully classified. Hayat is an artist very much of his time, with a mind open to the street, society, media and the internet.

www.hayat-art.com

Vous avez d'abord eu une brillante carrière dans la publicité. Comment êtes-vous venu au monde de l'art ?

L'art était ma première passion puisqu'après mon baccalauréat je suis entré à l'École nationale supérieure des Arts Décoratifs de Nice. Au bout de ces cinq années de formation artistique complète, j'ai choisi la filière publicité et communication qui m'a mené à créer mon agence. En fait, c'est l'effervescence créatrice de ce métier qui m'a séduit et que j'ai pratiqué jusqu'en 2002.

Les dernières années de mon activité de com' j'ai travaillé parallèlement mon art et commencé à exposer... La transition s'est faite naturellement, la seconde activité prenant de plus en plus le pas sur la première. Et vient une étape de la vie où l'on a besoin d'un travail plus personnel, dans lequel on est seul juge et responsable de ses choix.

Comment décririez-vous votre technique à une personne qui découvre votre travail pour la première fois ?

Il est assez difficile de me mettre dans une case. Je ne suis pas photographe, pas peintre non plus. Les français ont inventé le mot « plasticien » qui n'a pas de traduction, je crois, dans une autre langue. C'est-à-dire un artiste qui met le sens de son travail au premier plan et qui se sert de tous les média d'expression artistique, toutes les techniques et supports plastiques pour l'exprimer. Mon métier de publicitaire m'a permis de mieux appréhender les nouvelles technologies et les possibilités de reproduction sur les nouveaux supports, telle l'impression sur plexiglas transparent comme dans ma série *Vénus/désastres*. De même, aujourd'hui le négatif a cédé la place au numérique, ce qui a permis de retravailler, tel un peintre, son image à l'ordinateur ou même l'inventer, puis la reproduire sur toutes sortes de supports, y compris sur papier argentique, comme un tirage photo classique (série *Mythification*). Art et science ont produit une nouvelle culture du possible, un processus irréversible dans notre société : notre relation au réel s'en trouve modifiée, et nous devons tous nous confronter à une autre perception des choses. Si le réel semble illusoire, l'illusion peut aussi ressembler à la réalité, c'est cet espace d'ubiquité qui est le plus intéressant à mes yeux.

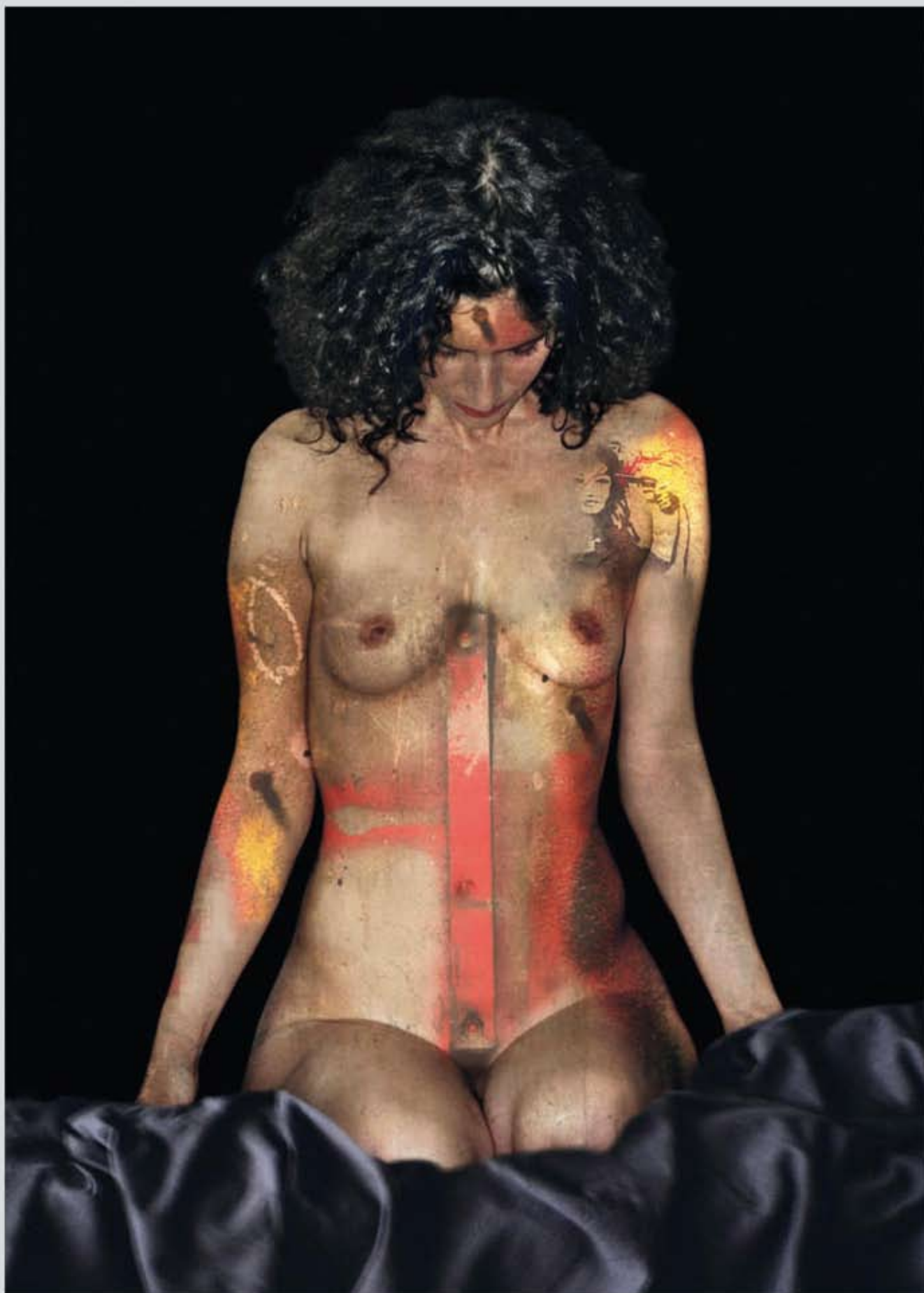
You had a highly successful career in advertising. How did you come to be in the art world?

Art was my first love, as after leaving school I went on to do decorative arts at the École nationale supérieure des Arts Décoratifs in Nice. At the end of five years' studying all the art forms, I opted to go into advertising and marketing, which led me to set up my own agency. Indeed, I was captivated by the creative effervescence of that profession which I practiced until 2002.

During the last few years of the business I worked on my art and started exhibiting – the transition was made quite naturally, as what had been the secondary activity gradually took precedence over the first. And there comes a stage in life where you need to work on a more personal level, where you are the only judge and responsible for your choices.

How would you describe your technique to someone discovering your work for the first time?

It's difficult to pigeon-hole me. I am not a photographer, nor a painter. The French have invented the word *plasticien* which I believe doesn't translate well into another language. It refers to an artist who puts the meaning of his work to the fore and uses all the various media for artistic expression, all the techniques and supports to express it. My job in advertising taught me a better understanding of new technologies and the possibilities for reproduction on new supports, such as printing on transparent plexiglas as I do in my *Vénus/désastres* series. Similarly, the negative has given way to digital which allows me to rework, as a painter, the image on a computer or even invent one, then reproduce it on all kinds of support, including silver halide paper, like a classic photo print (*Mythification* series). Art and science have created a new culture of the possible, an irreversible process in our society: our relationship to reality has changed and we must all face up to another way of perceiving things. If reality seems illusory, the illusion may also resemble the reality; it's this ambiguity which interests me most.



Madone barrée, série - la Maculée Conception -, 2009, tirage jet d'encre sur papier Fine Art aquarelle, 100 x 150 cm, édition de 6 + 2 ea
inkjet on Fine Art watercolour paper, 100 x 150 cm, edition of 6 + 2 ea © Hayat 2009

Quelles ont été les grandes étapes de l'évolution de votre art ? Et Quel est votre sujet favori ?

Au tout début, mon thème central a été la figure christique, pas dans un sens religieux mais plutôt politique et sociétal. C'est en fin de compte l'interrogation de la situation d'opprimé tout au long de l'histoire de sa représentation qui m'a intéressé. J'ai tenté de désacraliser l'image du Christ en le transposant dans notre quotidien comme dans les séries *Qui novi Mr JC ? (Quoi de neuf M. JC ?)* et *Mythification*. Par la suite j'ai étendu mon propos au monde des médias, du people et de la mode en leur faisant parcourir le chemin inverse, ou pourquoi un être de chair et d'os peut, en devenant une célébrité, basculer à l'état d'icône ou d'idole, et créer des sentiments quasi mystiques (séries les icônes sont fatiguées, *Fashi/c/on*). Ou même des marques qui deviennent des symboles de bonheur et de réussite (série *Business must go on*).

Vos œuvres sont inspirées de l'actualité. Est-il important pour vous de faire passer un message dans chacune de vos œuvres ?

Pas vraiment un message, je tente plutôt de faire un constat de notre histoire, de notre société dans ce qu'elles ont inventé, transformé ou détruit. Lorsqu'une œuvre nous confronte à nous-mêmes et à notre monde, elle est là pour nous questionner, nous faire prendre conscience, nous déranger ou même nous faire sourire. Car le risque est toujours l'indifférence et le lieu commun.

De même dans le grand *Retable Palestine* je transpose la Cène du Christ entre le mur de séparation en Palestine et une habitation palestinienne détruite, la peuplant de soldats, rabbins, musulmane en armes, blessés, etc...

J'aime beaucoup la phrase de Godard qui dit : « il ne faut pas faire des films politiques, mais faire des films politiquement », car il faut laisser au regardeur la liberté de son interprétation ou de son ressenti.

Pouvez-vous revenir sur votre dernière série « Business Must Go On » ?

Cette série est un parfait exemple de ce que je viens de dire. L'actualité nous confronte à longueur de temps à des images de villes détruites par les guerres ou les révoltes, jusqu'à anesthésier la pensée et rendre ces images quasi « normales ».

What have been the milestones in your art, and what is your favourite subject?

At first, my central theme was the Christ figure, not in a religious sense but rather a political or societal sense. Ultimately it is the questioning of oppression that he has represented throughout history that interested me. I tried to de-consecrate the image of Christ by transposing it into our daily lives, like in the series *Qui novi Mr JC ? (What's new Mr JC?)* and *Mythification*. Later, I extended this proposition to the media, celebrity and fashion worlds by making them take the opposite path: why is it that a human being of flesh and blood, in becoming a celebrity, tips over into being an icon or idol, evoking quasi-mystic feelings (the "icons are tired" *Fashi/c/on* series); or even brands which become symbols of happiness and success (*Business must go on* series).

Your works are inspired by current events. Is it important for you to get a message across in each of your pieces?

Not a message exactly, rather I am trying to make a record of our history, of our society in which we have invented, transformed and destroyed. When a piece confronts us with ourselves and our world, it is there for us to question, to make us aware, to disturb us or even make us smile; because the risk is always indifference and the common place.

Similarly in the large *Retable Palestine* [Palestine altar piece] I transpose the Last Supper between the separation wall in Palestine and a destroyed Palestinian home, filling it with soldiers, rabbis, armed Muslims, the wounded, etc.

I love the quote by Godard where he says it's not enough to make political films as "films must also be made politically", because you should leave the viewer free to their own interpretation or feelings.

Can we go back to your last series *Business Must Go On*?

This series is a perfect example of what I just said. The news confronts us all the time with images of towns destroyed by war or rebellion, to the extent that it anaesthetizes thought and makes the images seem almost "normal".



Fashi/c/on, trage plexi-discoe sur dibond, 32 x 42 cm ou 62 x 82 cm, édition de 12 + ea plexi-discoe on dibond, 32 x 42 cm or 62 x 82 cm, édition de 12 + ea © Hayat 2012



Les icônes sont fatiguées, trages jet d'encre sur film transparent brûlé, inclus dans coffrets plexi-glas, 15 x 20 x 6 cm, édition de 12 / trages jet d'encre sur film transparent brûlé, inclus dans coffrets plexiglas, 15 x 20 x 6 cm, édition de 12 © Hayat 2009/2012



Nike, série « Business must go on », tirage jet d'encre Pigment K3+ Epson sur papier Fine art lisse Hahn Ultrasmooth 305 g, 130 x 90 cm, édition de 6 + 2 ea
Inkjet Pigment K3+ Epson on Fine art Hahn Ultrasmooth paper 305g, 130 x 90 cm, edition of 6 + 2 ea © Hayat 2012



Louis Vuitton, série « Business must go on », tirage jet d'encre Pigment K3+ Epson sur papier Fine art lisse Hahn Ultrasmooth 305 g, 130 x 90 cm, édition de 6 + 2 ea
Inkjet Pigment K3+ Epson on Fine art Hahn Ultrasmooth paper 305g, 130 x 90 cm, edition of 6 + 2 ea © Hayat 2012



Parfum de guerre, tirages jet d'encre sur film transparent brûlé, inclus dans coffrets plexiglas, 15 x 20 x 6 cm, édition de 20 / inkjet on burnt film transparency in plexiglas cases, 15 x 20 x 6 cm, edition of 20 © Hayat 2011

Lors de mes voyages à l'étranger, j'ai pu constater que les incontournables Nike, McDonald's, Apple... ont conquis la planète jusqu'à rendre les centres-villes du monde entier aseptisés, gommant ainsi une bonne part de leur identité. Ces multinationales semblent indestructibles. En poussant le concept à son extrême, même dans des lieux de révoltes elles « résistent » elles aussi, la mondialisation étant devenue une guerre dont la seule idéologie est la domination et l'argent. Cette juxtaposition est un moyen, par le biais de l'image de ces multinationales conquérantes, de faire ressentir de façon plus intense l'horreur, les désastres et la disparition de vie humaine. L'art ne devrait pas être fait pour conforter la raison.

Pouvez-vous nous en dire plus sur vos futurs projets ?

Outre diverses expositions collectives, ma prochaine exposition personnelle se tiendra à Genève en mars 2013. Mais mon vrai projet est de prendre plus de temps pour mes recherches et de nouveaux travaux. J'ai en effet beaucoup exposé ces trois dernières années et surtout à l'étranger (Cologne, Vienne, Bruxelles, Koweït, Venise...). Cela demande beaucoup d'énergie.

Comment vous projetez-vous dans le futur ?

Mon futur est le présent. Chaque expérience permet d'évoluer, mais aussi de changer car l'art laisse libre et ouvert. Et puis le destin fait parfois bien les choses.

When I was travelling abroad, I could see that the ubiquitous Nike, McDonald's, Apple, etc. brands have conquered the world, sanitising city centres everywhere, erasing much of their identity. These multinationals seem indestructible. Taking the concept to its extreme, even in places where there are revolutions, they "resist", globalisation having become a war in which the sole ideology is domination and money. This juxtaposition is a means, through the image of these conquering multinationals, to feel again the intense horror, the disasters and loss of human life. Art should not be done to support reason.

Can you tell us about your future projects?

Apart from various group exhibitions, my next solo exhibition will be in Geneva in March 2013. But my main project is to take more time to research and do new work. I have exhibited a lot these last three years, especially abroad (Cologne, Vienna, Brussels, Kuwait, Venice...) and it takes so much energy.

How do you see yourself in the future?

My future is the present. Every experience helps me evolve, but also to change, as art is free and open. And then fate sometimes deals me a good hand.

■ Leonardo Conti

EXPOSITIONS À VENIR

15 mars au 30 avril 2013 – Galerie Mines d'Art/ Carouge, Genève, Suisse
7 au 10 mars 2013 – LILLE ART FAIR 2013, Lille, France

EXPOSITIONS PERSONNELLES RÉCENTES

2012 – *Business must go on*, Centre d'art La Menuiserie, Nice, France
2011 – Galerie Roger Castang, Perpignan, France
2011 – *Mythification*, Galerie Ralph Schriever, Cologne, Allemagne

EXPOSITIONS COLLECTIVES RÉCENTES

2012 – *Photo-Révélations*, Galerie 208, Paris, France
2012 – *Vibrations totémiques*, Château Royal de Collioure, Perpignan, France
2011 – *Zwischen Tür und Angel*, Sigmund Freud Museum, Vienne, Autriche

Sur la Côte d'Azur, Yves Hayat est représenté par la Galerie Arista à Cannes, la Galerie du Forum Kamil à Monaco et la Galerie Artseller à Saint-Paul-de-Vence

UPCOMING EXHIBITIONS

15th March to 30th April 2013 – Galerie Mines d'Art/ Carouge, Geneva
7th to 10th March 2013 – LILLE ART FAIR 2013, Lille, France

SELECTED SOLO EXHIBITIONS

2012 – *Business must go on*, La Menuiserie Art Centre, Nice, France
2011 – Roger Castang Gallery, Perpignan, France
2011 – *Mythification*, Ralph Schriever Gallery, Cologne, Germany

SELECTED GROUP EXHIBITIONS

2012 – *Photo-Révélations*, Galerie 208, Paris, France
2012 – *Vibrations totémiques*, Château Royal de Collioure, Perpignan, France
2011 – *Zwischen Tür und Angel*, Sigmund Freud Museum, Vienna, Austria

On the French Riviera, Yves Hayat is represented by Galerie Arista in Cannes, Galerie du Forum Kamil in Monaco & Galerie Artseller in Saint-Paul-de-Vence



Retable Palestine, tirage jet d'encre sur plexiglas transparent en 3 pans, 200 x 150 cm, édition de 3 / Inkjet on transparent plexiglas in panels, 200 x 150 cm, edition of 3 © Hayat 2012



Flagellation II, série « Mythification », tirage argentique collé sur dibond, 75 x 75 cm, édition de 3 + ea / silver halide print on dibond, 75 x 75 cm, edition of 3 + ea © Hayat 2012



Yves Hayat, photo Polaroid par / Polaroid picture by Marc Dekeister, 2010