

DROIT

par Agnès Tricolre

SUITE DE LA PAGE 10 combinaison des caractéristiques et fonctions principales de *Nomiya*, qu'Electrolux a cherché à générer une filiation avec l'œuvre, a détourné sa valeur économique et s'est inscrit dans son sillage afin de tirer profit de son travail et de sa notoriété et de réaliser des économies substantielles. Le tribunal n'est pas du tout convaincu.

Pour les juges, l'artiste n'est pas l'auteur car Electrolux avait défini de façon très précise le projet avec une agence de communication, Vaudo, avant de commander l'œuvre à Laurent Grasso. Dès 2008, il était prévu de réaliser « un showroom événementiel et sensoriel » basé sur le toit du Palais de Tokyo, constitué d'une structure provisoire offrant une vue exceptionnelle sur Paris, de dimensions 18 m x 3 m x 3 m, au design très contemporain et comportant une partie entièrement vitrée. Il était précisé que l'espace devait contenir une cuisine équipée de produits Electrolux et une table d'hôte éphémère prévue pour quatre convives, avec un chef finalisant la préparation des plats en présence des invités.

**POUR LES JUGES,
L'ARTISTE N'A
FAIT QUE PRÊTER
SON NOM À L'ŒUVRE
COMMUNICATIONNELLE
D'UNE ENTREPRISE
ET D'UNE AGENCE.**

Laurent Grasso n'est donc pas à l'origine de l'idée du projet, ce qu'il a déposé dans l'enveloppe Soleau n'était que peu ou prou le projet de l'agence. Il ne peut donc revendiquer « aucun droit privatif ni antériorité de conception sur le concept de percher de manière éphémère une structure amovible comportant cuisine et espace pour prendre un repas sur le toit ou le sommet d'immeuble emblématique, lequel était déjà pour l'essentiel compris dans le dossier de présentation de l'agence ».

Le tribunal compare ensuite les deux installations, celle du palais de Tokyo et celle de Bruxelles, et relève des différences quant à la forme générale de la structure, la position de la cuisine, l'éclairage de la structure, sa mise en lumière, les caractéristiques de la table... Les deux structures sont bien recouvertes par une deuxième peau en métal mais celle-ci est installée de manière différente. La forme de *Nomiya* est « extrêmement épurée », alors que *The Cube*, du fait de sa forme polygonale, comporte de nombreux angles. Le tribunal en conclut donc que l'inspiration n'est pas commune.

Quant au détournement de la valeur économique attachée à son œuvre, le tribunal considère qu'il n'est pas plus démontré : « c'est prioritairement ledit concept qui frappe les esprits et conduit à une exposition médiatique importante ayant une valeur économique, et indépendamment de la forme dans laquelle il est concrétisé ». Comme tout cela est subjectif...

Les deux affaires sont différentes. La plus ancienne donne le sentiment que le pillage est libre s'il est malin, ce qui est problématique ; alors que la plus récente réalise un « strike » dans la confusion entre art, publicité, communication... Si ce n'est pas une œuvre de Laurent Grasso qui a été exposée sur le toit du Palais de Tokyo, cela veut dire que l'art n'est pas l'habillage de la communication, que le Palais de Tokyo fait de la communication pour les entreprises sans passer par l'art, et que, dans un autre domaine, les incidences fiscales du parrainage ne coulent pas de source. En résumé, pour les juges, l'artiste n'a fait que prêter son nom à l'œuvre communicationnelle d'une entreprise et d'une agence. Mais il a été considéré comme artiste par tous jusqu'à ce que cela devienne gênant. ●

