

Pour la performance du 29 Avril 2006 à la Maison des Arts de Malakoff, Marc Molk propose une parodie d'élections autour d'un portrait de Ségolène Royal. Celle qui depuis peu a avoué ses ambitions présidentielles et qui jouit d'une côte de popularité exceptionnelle auprès des français, apparaît aujourd'hui sur tous les tabloïds.

Alors que la préparation de la performance n'en était encore qu'à ses balbutiements, Ségolène Royal s'est imposée d'emblée à Marc Molk. Quel meilleur personnage politique pouvait en effet incarner le pouvoir de sanctification des médias et la crise de la « représentation » politique ? Ce qu'on pourrait appeler le « phénomène Ségolène Royal » est apparu en août 2005. A l'époque notre présidente de la région Poitou Charente figurait en septième position des personnalités les plus médiatisées, alors devancée par deux dirigeants du PS, son mari François Hollande et Laurent Fabius. Elle n'est encore qu'une candidate potentielle au programme électoral tenu secret. Et pourtant les médias ne cessent de s'intéresser à Ségolène Royal. Tout récemment elle faisait simultanément la « une » de quatre couvertures de magazines, toute tendance politique confondue. A l'image de Nicolas Sarkozy et ses frasques amoureuses, le couple Ségolène Royal – François Hollande semble doper les ventes. Au-delà de la dénonciation de propagande, cette performance met en scène la crise de la « représentation » politique.

La boulimie pour les médias de Ségolène Royal – ses photos sur son lit d'accouchée à la naissance de sa fille Flora - ne fait aucun doute. Depuis l'annonce de sa probable candidature, elle gère elle-même son image et autorise la diffusion d'un seul et même portrait. C'est à partir de cette représentation officielle que Marc Molk a choisi de peindre celle qu'on nomme communément « la Madone ». Ce surnom sied à merveille à cette mère de quatre enfants qui incarne les valeurs familiales. De la Marianne nationale à la vierge Marie, il n'y a qu'un pas que Marc Molk franchit sans hésiter. Il choisit en effet de peindre Ségolène Royal à la manière d'une icône dont il reprend les codes picturaux (frontalité, absence de repentir, hiératisme). La peinture par sa dimension auratique exacerbe la sacralisation du personnage.

La représentation par la peinture traque le réel, un réel déjà en représentation. Marc Molk provoque le surgissement d'une présence esthétique dans un champ, le politique, dont elle est habituellement absente. Il parie sur la fécondité de cette ingérence. Il ne s'agit pas d'un positionnement pour ou contre le pouvoir politique, mais d'une tentative d'utiliser le pouvoir symbolique de la peinture.

Pareil à Fred Forest qui réussit à obtenir « soixante secondes de blanc » au cours d'un journal télévisé la rue dans les années 70 ou qui loua un encart publicitaire dans un grand journal pour y laisser une page blanche, Marc Molk s'offre une jolie percée à travers la coercition médiatique. Pour la première fois, son dispositif visuel se confrontera non pas aux passants de la rue mais à un public averti de centre d'art qu'il invite à se rendre aux urnes. Le tableau appelle en effet une question sur laquelle le public est amené à se prononcer. Comme une revanche sur la parité, Ségolène Royal incarne la seule femme politique française capable de rivaliser pour les prochaines présidentielles. D'où la question posée : « Voulez-vous découvrir l'homme politique qui sommeille en Ségolène Royal ? » Le résultat du vote décidera du sort réservé à l'œuvre, donnant lieu à une intervention encore tenue secrète de l'artiste.

Parité, pouvoir de sanctification des médias, crise de la « représentation » politique sont les questions qui animent cette performance. De la peinture pour appréhender une « hyper-image médiatique » ; un vote pour questionner notre démocratie, et comme dans toute bonne *comedia*, l'artiste apportera un brin de dérision.

Alexandra Fau