

# FIGURE

Numéro 11

**CONVERSATION AVEC  
BEN ELLIOT**

# FIGURE

Décembre 2018



***BIRTHDAY COLLECTION: ABACUS PILLS,  
BEN ELLIOT WATER, DIARY, THE STALKER***

Campagne publicitaire, 2018.

**CONVERSATION AVEC  
BEN ELLIOT**

## Indira Béraud

Comment as-tu rencontré l'art ? Peux-tu nous parler un peu de ton parcours ?

## Ben Elliot

J'ai arrêté les études après le lycée. Je m'intéressais davantage aux voyages, aux livres, au *streaming*, à Google... et je regardais beaucoup de films. En 2014, on m'a proposé de publier un livre, *Correspondances*, qui rassemble tous les échanges entre une amie et moi, sous la forme de lettres, SMS, etc.

J'ai commencé à travailler sur quelques œuvres en parallèle. Puis je me suis mis à percevoir l'art comme une sorte de plateforme, qui me permettrait de partager presque n'importe quelle idée sous n'importe quelle forme. Je peux modéliser mon business à 99 % et diffuser tout ce que je veux. J'ai aussi participé à quelques expositions de groupe, un premier solo show en 2016, puis j'ai organisé une soirée. Je me suis lancé dans une collaboration avec une marque de bouteilles d'eau, et j'ai commencé à façonner mon Instagram.

J'ai envie d'évoluer comme un système de *smart entertainment*, et diffuser mes idées sous forme d'expériences originales. Je souhaite créer des projets où les gens peuvent vivre des choses inédites. Les marques comme Apple ou Disney font cela très bien. Les spectateurs pénètrent un monde merveilleux régi par ses propres



## **BEN ELLIOT WATER**

Campagne publicitaire, Photographie Charles Negre, 2017.

codes et règles, avec sa propre esthétique. J'aime tout ce qui touche aux réseaux sociaux, aux nouvelles technologies et aux formes d'intelligences émergentes.

## **Indira Béraud**

Ton travail oscille entre la culture *mainstream* et des références plus pointues issues du monde de l'art contemporain. Tu as d'abord exposé tes œuvres en galeries, et tu as présenté récemment une installation dans l'enceinte de l'agence de communication BETC. Comment ce changement s'est-il opéré ?

## **Ben Elliot**

J'ai commencé par exposer de manière conventionnelle, sur des murs blancs et dans des espaces faits pour. Mais je n'étais pas vraiment satisfait et je me suis tourné vers des supports plus actuels en me servant beaucoup des réseaux sociaux, de la presse avec des lancements en ligne par newsletter et en faisant des collaborations. J'ai organisé la *Ben Elliot Party* en 2016 pour faire le lien entre tous cela. J'ai invité des gens d'Instagram, des it-girls et boys, des créatifs dans la mode, de la musique, et leurs publics... Je trouve cela intéressant de travailler sur l'influence, le *networking*, le *branding*. Je perçois cela comme un élargissement plutôt que comme un changement. Je recherche la combinaison parfaite entre ce qui se passe aujourd'hui et les supports qui paraissent plus habituels ou





**BEN ELLIOT PARTY**  
Photographie Yulya Shadrinsky, 2016.

logiques à première vue. Je pense que tout moyen de diffusion est intéressant.

## **Indira Béraud**

Tu t'adresses ainsi à un public très large et non au public habituel du monde de l'art contemporain.

## **Ben Elliot**

Oui, je trouve plus pertinent et *challenging* de proposer quelque chose qui va au-delà de l'art tel qu'on l'entend. C'est un peu étrange qu'un travail ne s'adresse et ne soit compris que par un petit groupe de personnes, alors qu'il est possible de toucher un grand nombre de différentes manières. Il y a toujours plusieurs niveaux de lecture. Quand j'ai fait cette soirée, les gens pouvaient y venir et s'amuser, alors que d'autres s'intéressaient à la réflexion présente en filigrane. Percevoir et utiliser les choses différemment, pour moi c'est ça l'Art.

## **Indira Béraud**

À l'instar de Marcel Duchamp, tu présentes des *ready-mades* dans la dernière exposition Par Amour du jeu 1998-2018. Par ton choix, ces objets sont élevés au rang d'objet d'art. Mais ils sont vendus comme des produits de consommation lambda. Ils ne possèdent pas de caractéristiques particulières, si ce n'est leur marque qui leur octroie une valeur sociale et marchande...



## **Ben Elliot**

Et une valeur artistique aussi ! J'ai créé mon *e-shop* un an plus tôt, et pour cette exposition j'ai voulu faire un *pop-up store* qui rassemblait une sélection d'éléments et de marques qui font écho au sport et aux *lifestyles* émergents dans toutes les industries : textile, tech, divertissement ou alimentation. Il y a des choses connues de tous comme Redbull, Nike, Under Armour, Fila, Salomon, Champion, Gore-tex, Microsoft, Xbox et d'autres moins comme Soylent, @lil\_wavi, Fnatic, MIT CSAIL, LuMee, Bbryance, MusclePharm... Toutes ces marques misent, à différentes échelles, sur l'idée de l'humain augmenté. J'aime collaborer avec des gens ou des compagnies qui ont déjà intégré ces idées, tant dans leur mode de fonctionnement que dans ce qu'ils diffusent.

## **Indira Béraud**

Ton approche semble très premier degré, tu ne critiques pas le système actuel, et tu assumes pleinement ton statut d'*influencer*. Tu es sponsorisé par plusieurs marques comme celles citées précédemment...

## **Ben Elliot**

Oui je m'inscris dans ce système. Je préfère épouser le système, en diffuser les meilleures idées et avancer avec, plutôt que de critiquer



***BEN ELLIOT SHOP - ENERGIZED BY RED BULL***

Vue de l'exposition « *Par amour du jeu 1998-2018* », Magasins Generaux, Paris, France, 2018.



**BEN ELLIOT SHOP – ENERGIZED BY RED BULL**

Vue de l'exposition « *Par amour du jeu 1998-2018* », Magasins Generaux, Paris, France, 2018.





**BEN ELLIOT SHOP - ENERGIZED BY RED BULL**

Vue de l'exposition « *Par amour du jeu 1998-2018* », Magasins Generaux, Paris, France, 2018.



les aspects négatifs et de vivre dans un état de drame permanent. Je pense que l'idée de dualité est dépassée. Scientifiquement certaines choses s'opposent, mais sont-elles bonnes ou mauvaises pour autant ? Je ne pense pas, même si elles ont des effets dits négatifs ou positifs.

On pourrait croire que je fais quelque chose d'égocentrique et consumériste, mais je ne fais qu'utiliser les supports les plus adaptés aujourd'hui pour partager mes idées. Avec la technologie, beaucoup de domaines changent, des rapports sociaux aux business modèles, ce qui bouleverse les paradigmes.

### **Indira Béraud**

Comment perçois-tu la relation entre l'humain et la technologie ?

### **Ben Elliot**

Je pense qu'on est en train de vivre et de créer quelque chose de fascinant. L'humain fusionnera sans doute avec la technologie avant de lui laisser place. Il y a un temps où il y avait les singes, aujourd'hui il y a l'homme et demain, il y aura l'intelligence artificielle, peu importe sous quelle forme. Je suis presque certain de ne pas y assister malheureusement ! J'aime bien l'idée de laisser place à une intelligence nouvelle, plus développée, qui sera en mesure de comprendre davantage de choses que nous.

## Indira Béraud

En faisant de Ben Elliot une marque déposée, tu travailles sur la question de la signature, de l'identité, de l'autoréférence en art. Est-ce que l'art n'est qu'une question de visibilité, de signature ?

## Ben Elliot

Je pense que l'art est un moyen de communication pour diffuser des idées, à travers des formes aussi diverses et excitantes que possible. L'art permet de défier notre propre réalité. Le nom est un repère, une marque de fabrique, une manière de s'organiser pour rendre le travail visible. Aujourd'hui, on se situe en plein dans le *personal branding*, il suffit d'observer les Kardashian. J'aime bien le modèle de Kylie Jenner, qui est à la fois une personne, un nom de marque et un style de vie partagé. Elle vend, divertit, influence et capitalise sur son intimité. C'est un peu ce modèle-là que je reprends en proposant un *smart* business avec toutes les idées émergentes de notre réalité 2.0. J'aime le capitalisme « augmenté » actuel, qui intègre l'intelligence dans sa structure et toutes ses formes actuelles : les réseaux sociaux, les technologies, le « smart » devant tous les services, le symbole +.

On peut aujourd'hui être son propre avatar, une version augmentée de nous-même. C'est la promesse de l'intelligence artificielle. Ce n'est pas une mauvaise chose, simplement l'évolution de notre espèce.



**BEN ELLIOT SHOP – ENERGIZED BY RED BULL, (SASKIA WITH  
AMERICAN APPAREL AND LUMEE)**

Campagne publicitaire, 2018.

## Indira Béraud

Là aussi, contrairement à nombre d'artistes qui travaillent sur les réseaux sociaux, tu es loin d'adopter une position critique. Au contraire, tes œuvres embrassent ce médium et parlent des nouveaux rapports sociaux, sans ironie ni distance (il s'agit de simples captures d'écran). Néanmoins, l'œuvre *The Stalker* qui se présente sous la forme d'une clef USB donne à voir le harcèlement que tu as vécu à travers ces nouvelles formes de communications. On retrouve aussi comme documentation qui accompagnent les œuvres, des captures d'écran des commentaires régulièrement haineux. Comment appréhendes-tu cette violence ?

## Ben Elliot

Je l'appréhende comme tout le reste. C'est un des éléments qui fait partie de l'ensemble. Quand on crée quelque chose, par exemple une marque, on crée tout un système. C'est important de mettre en avant les *haters*. La confrontation, le négatif, le harcèlement et tout le reste alimentent le système. C'est même indispensable. Par ailleurs, les gens réagissent violemment lorsqu'ils ne comprennent pas quelque chose. Les sujets qui m'intéressent sont loin d'être des idées acquises, ce sont des hypothèses qui se développent un peu plus chaque jour, et ça me fait plaisir de voir des réactions autres que de l'adoration.



**Indira Béraud**

C'est un peu comme les *bad buzz* ?

**Ben Elliot**

Oui, c'est cela ! Dans les télés réalités, tout ce qui est *drama* et *clash* sont très utilisés. Cela dit, ce qui rend *The Stalker* intéressant, c'est aussi sa forme esthétique et tout le contenu émotif que l'œuvre contient.

**Indira Béraud**

Tu as exposé ta première œuvre chez Yvon Lambert sans autorisation. Elle s'est aussitôt vendue. Comment s'est déroulée cette transaction ?

**Ben Elliot**

En général, je ne suis pas un fan de galeries d'art contemporain, mais le peu de fois où je suis allé chez Yvon Lambert, j'ai eu la chance de tomber sur des choses assez cool. J'ai appris que la galerie allait fermer, et qu'il y avait une exposition de cent ou deux cents petits formats cartes postales. Cela m'a donné envie d'exposer quelque chose. J'y suis allé et j'ai très simplement accroché mon petit format avant de repartir. Il y avait quelques personnes dans la salle, dont une qui voulait acheter une œuvre. Elle a aussitôt décidé de prendre



***TRANSPARENT PAPER ON TRANSPARENT PAPER***

Papier transparent brûlé, 15 × 10 cm, 2015.

# **BEN ELLIOT HOW I SOLD MY FIRST ARTWORK**

**BEN ELLIOT STUDIO**

***HOW I SOLD MY FIRST ARTWORK***

Ben Elliot Studio Editions, 2015.

la mienne. Moi, j'étais parti récupérer un appareil photo pour prendre ma pièce et j'ai croisé sur le chemin cette même personne. Elle s'est arrêtée devant moi et a sorti l'œuvre d'une enveloppe. On a échangé nos mails, puis on s'est écrit afin de restituer toute l'histoire de cette transaction. J'en ai fait un livre, « How I sold my first artwork », qui rassemble tous les échanges avec ce collectionneur. Cela m'a motivé pour continuer.

### **Indira Béraud**

Peux-tu nous parler de ton rapport à l'écriture ?

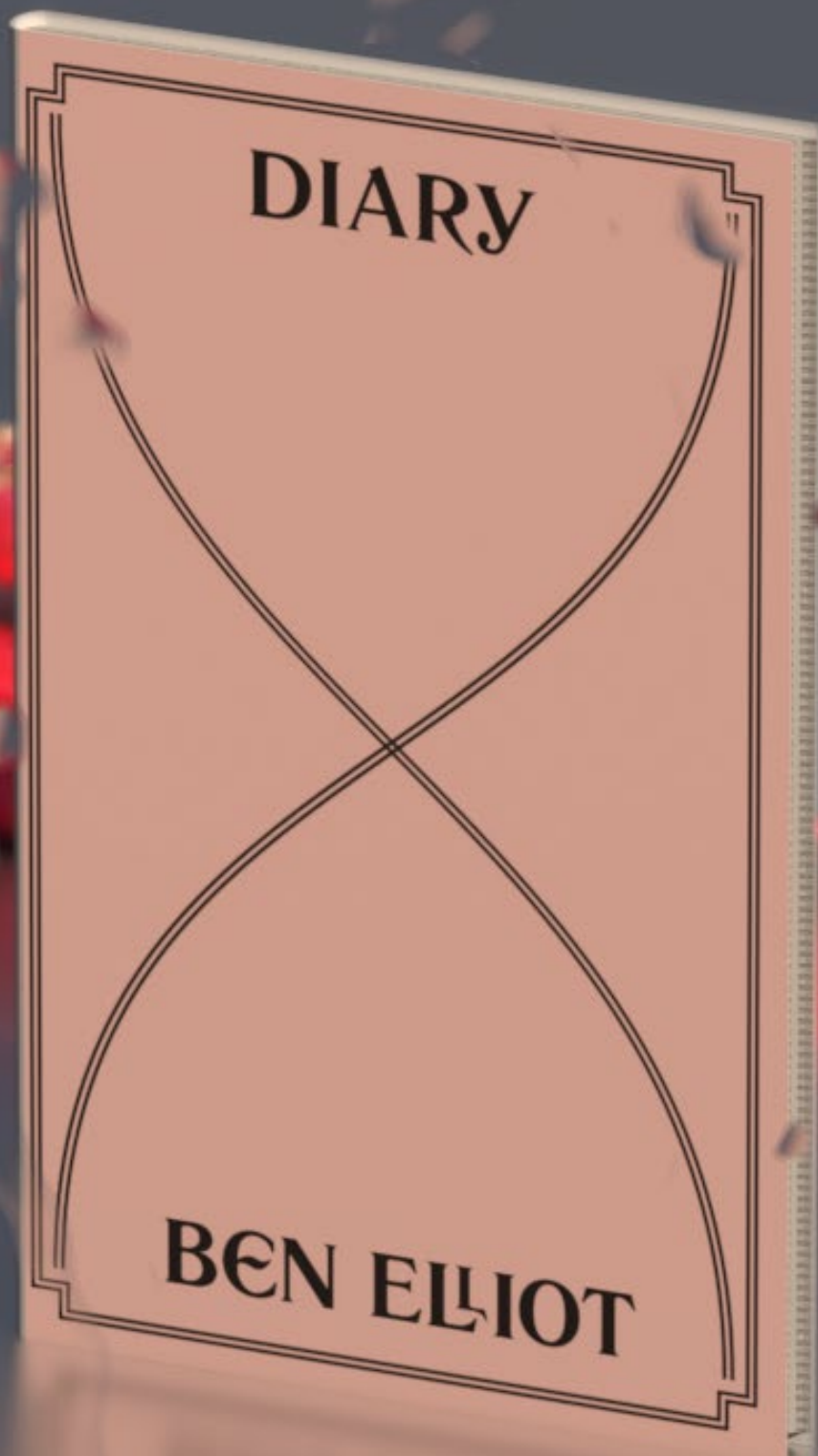
### **Ben Elliot**

J'aime bien vivre, observer, penser et je veux pouvoir me rappeler de certaines idées. Finalement, nous sommes des machines à idées, et écrire est le moyen le plus direct pour les conserver. Pendant un moment, je me servais d'Instagram un peu comme d'un journal intime, je publiais quotidiennement mes pensées et sentiments sous forme de légendes accompagnant les images. Puis j'en ai fait un livre intitulé *Diary* l'année dernière, qui rassemble tous ces statuts.

### **Indira Béraud**

Peux-tu nous parler de cette tension entre le privée et le public induite par les réseaux sociaux et mise en exergue dans ton travail, par exemple à travers l'œuvre *Diary* ?





**DIARY**

Campagne publicitaire, 12.3 × 7 cm, 2017.

## Ben Elliot

Avec le *personal branding* et le marketing, l'intimité est devenu un outil très puissant aujourd'hui pour échanger ou capitaliser. *Diary* est un témoignage de mon parcours, de mes moments émotifs et de ma constante recherche de *self-achievement*. J'ai sorti le livre en diptyque avec une série que je poursuis encore aujourd'hui et qui s'appelle *Unreleased selfies*. Ce sont des selfies imprimés au format d'un écran d'iPhone, que j'avais pris pour Instagram et que je n'ai finalement jamais posté, ils étaient parfois ratés, ou bien il s'agissait d'*outtakes* d'autres selfies. En ce sens *Diary* est la partie visible de mon intimité, celle des mots accessibles à tous sur mon profil Instagram, et *Unreleased Selfies* est la partie cachée (volontairement ou non) de cette même intimité.

Le *behind-the-scene* est un complément, une sorte d'extension qui devient nécessaire pour comprendre le reste. On peut dire que l'intime est en train de disparaître dans le sens où il devient un produit public, ou qu'il est simulé... Et finalement que signifient public et privé ? On fait tous la même chose, aux toilettes par exemple.

## Indira Béraud

Cela, tu ne le montres pas sur les réseaux sociaux... pas encore peut-être ?



***UNRELEASED SELFIES***

Photographies imprimées et encadrées, 12.3 × 7 cm (36 × 27 cm avec cadre), 2017.

## **Ben Elliot**

Haha, franchement je ne sais pas. C'est une question d'époque et d'état d'esprit. Peut-être que l'on trouvera bientôt un moyen de transformer directement nos déchets en énergie, sans avoir besoin de les expulser. Alors cet « intime » là disparaîtra. Les gens s'identifient aux photos intimes, ils se reconnaissent et ont la sensation de faire partie du groupe. Une fois qu'on est tous ensemble, la machine s'active correctement.

## **Indira Béraud**

Les gens se sentiraient mieux en s'identifiant aux autres ?  
C'est un peu paradoxal parce que les gens souffrent de plus en plus de solitude...

## **Ben Elliot**

Ou alors peut-être qu'on s'intéresse de plus en plus à la solitude.  
On a toujours été seuls et en groupe à la fois, que ce soit derrière un écran ou dans notre tête. La souffrance c'est un état d'esprit.

## **Indira Béraud**

Peux-tu présenter l'œuvre que tu as réalisée en collaboration avec Meitu, exposée récemment chez Exo Exo ?



## Ben Elliot

Meitu Inc. est un groupe asiatique qui détient plusieurs applications mobiles de retouche de photos et selfies. Ils travaillent avec différentes technologies comme la reconnaissance faciale, la réalité augmentée et l'intelligence artificielle pour développer diverses fonctionnalités ou filtres. Avec leur application MakeupPlus, ils ont tenté de proposer une synthèse des douze tons de peaux les plus utilisés. Cela permet de se maquiller directement avec ton smartphone. J'ai repris ces douze teintes de fond de teint virtuel sous la forme d'une série de toiles. En parallèle, j'ai également collaboré sur des photos avec l'*influenceuse* robot Instagram @perl.www qui intervient comme une égérie du projet. Contrairement à mes projets précédents, j'ai choisi de présenter ce partenariat sous la forme la plus conventionnelle dans l'industrie de l'art contemporain : la toile reste un format idéal pour s'intégrer dans le monde de l'art et son marché. À l'avenir, je souhaite poursuivre toutes ces bases mises en places ces deux dernières années et créer des ponts encore plus larges entre toutes les industries possibles.



**MEITU MAKEUPPLUS**

Vue de l'exposition, Galerie Exo Exo, Paris, France, 2018.



**MEITU MAKEUPPLUS**

Vue de l'exposition, Galerie Exo Exo, Paris, France, 2018.

Ben Elliot, Figure Figure 2018  
Courtesy de l'artiste

**DIRECTION DE PUBLICATION**

Indira Béraud  
Indira@figurefigure.fr

**INTERVIEW**

Indira Béraud  
Indira@figurefigure.fr

**DIRECTION ARTISTIQUE**

Fani Morieres  
Fani@figurefigure.fr

[www.figurefigure.fr](http://www.figurefigure.fr)

