

life
beautiful

MR. BRAINWASH

MARCEL STROUK - GALERIE RIVE GAUCHE

Mr. Brainwash

ART CANNOT
BE CRITICIZ
ED BECAUSE
EVERY MIST
AKE IS A NE
W CREATION

2014

MARCEL STROUK - GALERIE RIVE GAUCHE

YOU THINK YOU SEE FROM YOUR EYES,
BUT YOU REALLY SEE FROM YOUR HEART.

MIR. BRAINWASH

MARCEL STROUK
GALERIE RIVE GAUCHE

LIFE IS BEAUTIFUL

Catalogue publié à l'occasion de l'exposition « Mr. Brainwash »
à la galerie Rive Gauche - Marcel Strouk du 6 juin au 5 juillet 2014.

Marcel Strouk – Galerie Rive Gauche
23, rue de Seine – 75006 Paris / +33 (0)1 56 24 42 19 / art.rive.gauche@wanadoo.fr
www.galerie-strouk.fr

Traduction : Sandrine Chastagner

© Naj Jamai pour le portrait de l'artiste
© Galerie Rive Gauche

ISBN : 978-2-35532-199-3
© Lelivredart pour la présente édition, 2014
www.lelivredart.com

Première de couverture : *Keep Creating*, 148 cm x 148 cm, pochoir et technique mixte sur toile, 2013
Quatrième de couverture: *Life Is Beautiful*, 201cm x 130 cm x 35 cm, acier émaillé, 2014

Mr. Brainwash est le pseudo de l'artiste street pop Thierry Guetta. Né en France et installé à Los Angeles, il n'a de cesse depuis près de dix ans d'élargir l'éventail de la culture pop, pratiquant son art dans la rue, dans les galeries et sur les écrans.

Muni de colle, bombes, pots de peinture et pinceaux, Mr. Brainwash a commencé à attaquer les rues en 2006 en placardant des pochoirs et posters de ses icônes préférées, qui vont de Billie Holiday à John Lennon. À Paris et à Los Angeles, son travail fut vite remarqué par le public, ce qui lui fit quitter la sphère underground pour devenir rapidement un artiste reconnu de la scène street art émergente.

L'été 2008 vit s'ouvrir la première performance solo de Mr. Brainwash, « Life is beautiful ». L'ancien studio de télévision hollywoodien dans lequel elle prit place fut l'endroit parfait pour l'entrée en scène de ce nouvel artiste tapageur. La performance très attendue fit la couverture de *LA Weekly*, l'une des publications les plus diffusées de Los Angeles. S'ouvrant sur un coup de tonnerre retentissant, « Life is beautiful » attira des files de visiteurs. Ayant pour vedette un robot de 6 mètres, une pyramide de 20 000 livres et une réplique grandeur nature des *Noctambules* d'Edward Hopper, « Life is beautiful » fut un début extrêmement prometteur. L'exposition fut prolongée, attira en trois mois 50 000 spectateurs et resta comme la performance solo la plus mémorable de l'histoire de l'art de Los Angeles. Ce n'était que le début.

La signature de Mr. Brainwash capta bientôt l'attention de tout le monde, des critiques d'art aux journalistes et célébrités. En 2009, lors de la sortie de son album best-of *Celebration*, Madonna lui demanda de concevoir la pochette. Il en dessina quinze différentes pour la sortie de l'album, les singles, les DVD et l'édition limitée en vinyle. Mr. Brainwash est ainsi devenu partie intégrante de la culture pop au lieu d'en être le simple commentateur.

New York fut l'étape suivante lorsqu'en 2010 il envahit le Meatpacking District avec « Icons », sa première performance solo new-yorkaise. Cette exposition battit tous les records, occupant un entrepôt vide de plusieurs



étages de 1 500 m². Au rez-de-chaussée étaient exposés les portraits expressifs de musiciens légendaires fabriqués à l'aide de morceaux de disques cassés. L'exposition présentait également une radiocassette de 3 mètres de haut et un taxi new-yorkais grandeur nature dans un emballage de voiture Matchbox. Programmée initialement trois mois, « Icons » eut tant de succès qu'elle fut prolongée six mois sous le nom de « Icons remixed », avec de nouvelles installations. La puissance des expositions solo de Mr. Brainwash s'imposait maintenant sur les côtes est et ouest. Preuve en fut faite par la mise aux enchères de ses œuvres par de prestigieuses salles des ventes telles que Christie's et Phillips de Pury.

Mr. Brainwash partit ensuite pour la foire d'art mondialement reconnue : Art Basel Miami. Sans prévenir, il s'empara d'un bâtiment de 2 500 m² à South Beach pour « Under construction », une exposition haute en couleur, qui devint sa marque de fabrique, ludique et positive, et à très grande échelle. Avec un succès immédiat, elle devint l'attraction incontournable d'Art Basel Miami.

2010 fut aussi marquée par la sortie d'un des documentaires les plus commentés, *Faites le mur*. Utilisant des séquences filmées par Mr. Brainwash lui-même et réalisé par Banksy, autre artiste urbain, *Faites le mur* retrace l'évolution du street art, Mr. Brainwash en étant le centre. Le film fut nommé pour un Oscar et reçut de nombreux prix, notamment un Independent Spirit Award comme meilleur documentaire. Le succès de ce film propulsa Mr. Brainwash vers une renommée mondiale tandis qu'il continuait à briser les codes du pop art.

Mr. Brainwash continua à faire connaître son art dans le monde entier en participant au Festival international de Toronto (TIFF) en 2011. Ses œuvres furent installées partout dans la ville, incluant des bombes de peinture de 2,5 mètres de haut, chacune décorée selon un genre cinématographique différent, et des silhouettes grandeur nature de membres de la police montée canadienne munis de perches et de caméras géantes. De plus, il créa toute la publicité de rue pour l'exposition « Grace Kelly, Movie Star to Princess » au TIFF. Partout où Mr. Brainwash passe, il réussit à créer une interaction avec la ville pour laquelle il œuvre à travers le pop art.

En 2011, il revint à Art Basel Miami, avec une nouvelle performance, « Untitled ». À l'intérieur du même bâtiment de South Beach, il créa un univers animé de sculptures en fibre de verre et de pochoirs avec techniques mixtes sur toile. L'exposition fit un tabac une fois de plus, attirant de grands collectionneurs, des galeries et des célébrités internationales. Mr. Brainwash devint ainsi l'un des artistes les plus populaires et pertinents d'aujourd'hui.

Vers la fin de l'année 2011, Mr. Brainwash est retourné sur les lieux de sa première exposition en solo, Los Angeles, pour « Art Show 2011 ». La plus grande à ce jour, cette exposition monumentale, occupant un bâtiment de 7 500 m² au centre-ville, épicerie de la culture pop, attira plusieurs milliers de visiteurs par jour.

En plus de la possibilité d'assister à l'exposition, Mr Brainwash donnait aussi aux artistes l'occasion d'en faire partie. Il fit don de près de 2 000 m² d'espace pour exposer des œuvres venues du monde entier. Les artistes étaient invités à envoyer leurs œuvres ou à venir les installer eux-mêmes.

Non content de créer et soutenir l'art au sein de sa communauté, Mr Brainwash apporte son aide sous d'autres formes. Il continue à être donateur pour des causes importantes, telles que Children's Cancer & Blood Foundation, Free Arts NY et The Prince's Trust, entre autres.

Après l'exposition monumentale de Los Angeles, 2012 fut encore plus grandiose. Sotheby's montra Mr Brainwash dans une exposition privée d'art contemporain à Mexico, asseyant sa popularité auprès des collectionneurs et des maisons artistiques les plus en vue.

Quand arrivèrent les jeux Olympiques, et que le monde entier eut les yeux tournés vers Londres, Mr Brainwash fit ses débuts au Royaume-Uni en envahissant l'ancien Centre de tri postal, un espace colossal, à quelques pas du British Museum. Faisant retentir à travers les rues son amour pour les icônes de la culture pop, Mr Brainwash décora la façade du Centre de tri d'une reine Élisabeth II haute de six étages, dans sa tenue de couronnement, tenant à la main une bombe de peinture décorée du

drapeau de l'Union Jack. L'exposition était une rétrospective et une réinterprétation de ses images emblématiques traditionnelles. Chaque jour, l'espace gigantesque accueillait des foules de visiteurs. Ce fut l'exposition de Mr Brainwash la plus fréquentée à ce jour.

Passant des jeux Olympiques aux élections présidentielles, Mr Brainwash repartit aux États-Unis pour créer une œuvre pour « Rock the Vote », campagne nationale destinée à rappeler aux jeunes l'importance du vote et le pouvoir de la démocratie.

À partir de 2013, Mr Brainwash était l'un des artistes les plus demandés au monde. Toujours investi dans la culture pop, il conçut les décors de la cérémonie des Oscars présentée par Seth MacFarlane. Il décora les lieux de ses réinterprétations de Rockwell, Botero et Degas ainsi que de grandes sculptures ludiques.

2013 vit aussi le retour triomphant de Mr. Brainwash à la Art Basel Miami. Installé en résidence au Gale South Beach sur Collins Avenue, un hôtel dans l'une des rues les plus emblématiques de Miami, Mr. Brainwash s'imposa par l'installation de sculptures et de peintures à l'huile à grande échelle, notamment une Joconde haute de trois étages coiffée d'une crête mohawk.

Parallèlement aux sphères artistiques et cinématographiques, Mr Brainwash est également très demandé dans le monde de la musique. Il a créé pour les campagnes d'artistes internationaux parmi les plus influents : Red Hot Chili Peppers, The Black Keys, et récemment Rick Ross, pour n'en citer que quelques-uns. En 2013, en collaboration avec le Hard Rock Hotel, Mr. Brainwash s'attaqua au cœur de l'industrie musicale : Coachella. Il décora le festival de fresques immenses, touche supplémentaire de surprise et d'émerveillement, renforçant ainsi son lien déjà solide avec la musique.

Madonna lui demanda à nouveau sa collaboration, cette fois pour l'ouverture de sa salle de fitness de Toronto, Hard Candy Fitness. Au cours de l'inauguration, Mr. Brainwash créa en direct une fresque de Madonna de 4 x 7 m.

Passant de la reine au roi de la pop, Mr. Brainwash a récemment travaillé pour la sortie de l'album posthume de Mickael Jackson, *Xscape*. Mickael Jackson ayant été un admirateur de la première heure de Mr. Brainwash, ils étaient devenus des amis proches au fil des ans.

Mr. Brainwash est un artiste atypique. Ses expositions sont des voyages, des visites intuitives au pays des merveilles de la culture pop : belles et colorées. Son message est toujours positif. Son travail est une expérience purement sensorielle et, comme tant de sujets dépeints dans son art, ses œuvres sont hors du temps, exprimant les aspirations humaines dans l'incitation à suivre ses rêves, « Follow your dreams ».

L'exposition « Life is beautiful » à la galerie Rive Gauche - Marcel Strouk est la première exposition solo de l'artiste en France.



**NEVER, NEVER,
NEVER GIVE UP**

Chaplin & Kid
182 cm x 214 cm
Pochoir et technique mixte sur toile, 2012



keep smiling -

Juxtapose
162 cm x 122 cm
Pochoir et technique mixte sur toile





Mickey Mouse
142 cm x 122 cm x 36 cm
Étain riveté



**KEEP IT
REAL**

Banksy Thrower
138 cm x 138 cm
Collaboration avec Banksy
Pochoir et technique mixte sur papier

IMAGINE

Art Is All Over
122 cm x 162 cm
Pochoir et technique mixte sur papier



Freedom Kiss
194 cm x 122 cm
Pochoir et technique mixte sur toile





11618181814 5340197

HEART

FOREVER

Spray Can Heart
76 cm x 70 cm x 20 cm
Aérosols sur panneau de bois



Kate Moss
122 cm x 122 cm
Technique mixte sur toile





Maxspray
234 cm x 102 cm
Pochoir et technique mixte
sur toile



Minnie

Mickey & Minnie
102 cm x 132 cm
Pochoir et technique mixte sur toile

FOREVER



Dont be cruel

Dont Be Cruel
122 cm x 162 cm
Pochoir sur toile



Einstein
122 cm x 162 cm
Pochoir et technique mixte sur toile





- 1966 – Naissance en France.
- 1982 – Arrivée à Los Angeles
- 1996 – Ouverture de son premier magasin « Vintage » à Los Angeles.
- 1999 – Création du documentaire sur le Street Art : « Life remote control ».
- 2005 – Premiers pochoirs dans la rue à NY, Paris, LA.
- 2007 – « Life remote control », est présenté au festival de Cannes, en hors compétition.
- 2008 – Rencontre avec Bansky, qui l'invite au « Can Festival » de Londres. UK
– « Life is beautiful ». Première exposition personnelle à Hollywood. USA
- 2009 – Création des pochettes d'albums (vinyles, cd) de l'album « Célébrations » de Madonna. USA
– Création de l'œuvre « SuperObama » pour la campagne présidentielle. USA
- 2010 – « Icons remix ». Première exposition personnelle à NY. USA
– « Hard Candy » création d'une fresque murale pour la devanture du club de sport de Madonna, à Mexico. Mexique
– « Pop Up show » à Miami ArtBasel. USA
– Avec Bob Collacero, Louise Neri et le directeur de la Gagosian gallery NY, Mr. Brainwash est membre de la conférence : « Artistes et marchands, quelles influences et interactions sur le marché de l'art aujourd'hui. » - Sotheby's NY. USA
– « Exit through the gift shop », documentaire sélectionné au Sundance film festival, dans la catégorie : meilleur documentaire. USA
– Aménage les fenêtres du « Printemps Haussmann » à l'occasion de l'événement « Printemps Loves NY » et installe une sculpture « King Kong » de 6 mètres de haut. Paris. France
– Première vente aux enchères chez Philips de Pury avec « Charlie Chaplin Pink ». NY. USA
- 2011 – « The L.A second show » LA. USA
– « One night music », performance orchestré par Mr. Brainwash pour Google, L.A. USA
– « Second pop Up show » - ArtBasel Miami. USA
– « Life is beautiful », exposition a la One Gallery, Toronto. Canada
– « Movie star to Princess », exposition au Toronto Film Festival. Canada
- 2012 – « Mr. Brainwash solo show ». Gallery the gallery – Dubai. EAU
– Vidéo « Métropolis » avec David Guetta
– « The Uk solo show » au Post Office Central de Londres. UK
– Aménagement et décors du MTV bus à l'occasion du « Rock the vote campaign ». USA
– « Mr. Brainwash solo show » - Dieresis Contemporary Art fair – Gaudalajara. Mexique
– « The private show » - Sotheby's – Mexico – à l'occasion de Zona Maco Artfair. Mexique
- 2013 – Création de la pochette de l'album de Rick Ross « Mastermind »
– Exposition « Art War » a la Saathi gallery, Londres. UK
– Résidence au Gale South Beach Hôtel, entoilage de toute la façade de l'hôtel durant la foire de ArtBasel. Performance picturale. Miami. USA
– Création du « red carpet » de l'American Music Award. USA
– Scénographie de l'after party de Seth MacFarlane. L.A. USA
– Installation et performance au Hard Rock Hotel – Palm Spring. USA
- 2014 – « Life is beautiful » - 6 juin au 5 juillet 2014 - Galerie Rive Gauche, Marcel Strouk. Paris. Première exposition personnelle présentée en France.
– Performance au « Jimmy Fallon night show ». NY
– Création d'une édition d'art « Xscape », en hommage a Michael Jackson

FOLLOW YOUR HEART!

