

POU
VEZ
VOUS
NOUS
PAR
LER

**RUBA
ABU-NIMAH**

M T
B A
L A

RUBA ABU-NIMAH

Interview par Joël Vacheron

**M 7 MUSÉE DES
B BEAUX-ARTS
L A LE LOCLE**

**POUVEZ-VOUS NOUS PARLER DE
VOTRE PARCOURS, ET COMMENT
VOUS AVEZ ÉTÉ AMENÉE À VOUS
INTÉRESSER À LA PHOTOGRAPHIE?**

2

Je suis totalement passionnée de photographie, mais je ne me considère pas comme une photographe. Une grande partie de mon temps y est consacrée et beaucoup de personnes pensent que je suis une collectionneuse. C'est en tout cas l'image que je donne sur les réseaux sociaux. Cependant, je suis graphiste de métier. Je suis né en Jordanie, de parents palestiniens, et j'ai passé la plupart de mes années de formation en Europe. Vivant à Londres durant mon enfance, j'étais obsédée par le monde des images. Je prenais les magazines de ma mère, les découpais et les réorganisais dans un album. Je ne savais pas pourquoi je faisais cela, mais j'avais déjà un grand intérêt pour l'univers du visuel. Quelques années plus tard, j'ai suivi une formation dans une école d'art où j'ai décroché mon diplôme en design graphique. Dans mon esprit, je suis toujours graphiste, même si au fil des années j'ai accédé à des responsabilités toujours plus importantes au sein de grandes entreprises. Je mène donc une double vie: celle de cadre supérieure et de directrice créative pour des grandes firmes de cosmétiques le jour, et tout le reste la nuit. Cela fait 25 ans que je vis à New York. Nous avons déménagé de Paris avec mon époux lorsque j'étais enceinte de notre premier enfant, alors que Chirac venait juste d'être élu président. Je me suis dit: « Je ne veux plus être à Paris, ce n'est plus le meilleur endroit pour vivre ». Nous avons donc déménagé à New York, où nous ne connaissions personne. Nous avons recommencé notre carrière à zéro et, après tout ce temps, je suis toujours là.

3

**POURRIEZ-VOUS DÉCRIRE EN QUOI CONSISTE
VOS ACTIVITÉS EN TANT QUE DIRECTRICE
CRÉATIVE ET POURQUOI LA PHOTOGRAPHIE
JOUÉ UN RÔLE AUSSI IMPORTANT?**

Les supports numériques ont gagné en importance: le marketing, les relations publiques ainsi que la publicité sont désormais principalement axés sur le digital. Toutefois, je trouve que les visuels, la photographie, les emballages, la couleur et les objets en trois dimensions restent prépondérants. Malgré ma fascination pour le digital, je reste attachée aux artefacts matériels. Au moment où je finissais mes études, il n'y avait pas un seul ordinateur sur tout le campus. Dans le cadre de mon premier emploi, chez *Condé Nast* à Paris, la conception graphique se faisait encore avec de la colle. La première grande innovation technologique dans notre secteur, à cette époque, était la photocopieuse. Cela redéfinissait notre pratique car nous n'avions plus besoin de redimensionner les choses avec un crayon et un morceau de papier. Aujourd'hui, trente ans plus tard, le monde entier a changé. Au début des années 2000, j'ai d'abord travaillé chez *Estée Lauder*, puis près de dix ans en tant que directrice créative pour une autre marque de cosmétiques. J'ai ensuite vécu au Japon durant deux ans où j'ai travaillé pour *Shiseido*. Il me semble que j'ai été leur première directrice créative étrangère depuis leur fondation cent cinquante ans auparavant. Actuellement, je travaille pour *Revlon*, qui est l'une des plus grandes marques de beauté au monde. Il s'agit d'une première pour moi qui ait toujours travaillé dans le luxe et le prestige. *Revlon* est une marque grand public qui a innové dans de nombreux domaines: par exemple, les photographies de sa première campagne publicitaire sont signées Richard Avedon. C'est également chez *Revlon* que le vernis à ongles opaque a été inventé. Cela peut paraître banal, mais se faire les ongles est devenu très

important pour les femmes d'aujourd'hui en Amérique. C'est un peu comme se brosser les dents. Aujourd'hui, la firme tente une sorte de renaissance, après deux décennies d'égarément. Autrefois considérée comme avant-gardiste, l'entreprise a perdu son axe premier: la créativité, qui s'exprimait notamment par de nombreuses collaborations avec des photographes. Comme pour la plupart des entreprises, le marketing, les statistiques et les *focus groups* ont gagné en importance. La situation n'a pas changé aujourd'hui et c'est ma plus grande bataille. Je ne pense pas que les modes de fonctionnement des grandes entreprises actuelles soient adaptés. Nous avons construit des entités hypertrophiées et dysfonctionnelles qui ne produisent plus de bons résultats. La situation due au COVID-19 a clairement fait remonter ce problème à la surface. Les États-Unis vont devoir repenser en profondeur le système organisationnel des entreprises. J'espère qu'un vrai changement va s'opérer car l'actuel système entrepreneurial est enrageant. Comme je l'ai déjà dit, j'ai cette double vie. Je me révolte contre les Hommes et pourtant, en quelque sorte, je suis l'Homme. Toutefois, quand je suis à l'intérieur, je ne me considère pas comme tel. Les entreprises me considèrent souvent comme quelqu'un de rebelle, mais certaines d'entre elles m'ont pardonnée parce que je fais du bon boulot. Le fruit de mes efforts aboutit à de bons résultats, mais cela n'empêche pas que je doive me battre sans relâche.

4

5

LES RÉSEAUX SOCIAUX, ALIMENTÉS PAR LES INFLUENCEURS, ONT TOTALEMENT REMANIÉ LES MODÈLES TRADITIONNELS. LE PROJET AU MBAL TRAITE DE CE RAPPORT À CES NOUVEAUX MÉDIAS. QUELLE EST VOTRE APPROCHE PERSONNELLE ?

Mon approche des réseaux sociaux est très personnelle. Les entreprises reviennent continuellement avec des interrogations telles que: « Que doit-on faire des personnes qui ne partagent pas les opinions de la direction, ou qui sont trop franches et téméraires ? » Je ne connais pas la situation en Europe, car je n'y ai pas travaillé depuis 25 ans. Cependant, aux États-Unis, les entreprises influent énormément sur leur personnel. Vos prises de positions en tant qu'employé doivent être en accord avec les leurs. Ce n'est absolument pas le cas de mes comptes personnels sur les réseaux sociaux. Après réflexion, j'ai choisi de ne pas adhérer à ces règles. Mes posts reflètent mon point de vue. Lorsque je travaille pour une marque, cela ne m'empêche pas de présenter des firmes concurrentes que j'admire. Cela a choqué beaucoup de gens. Je suis persuadée que nous ne pouvons pas nier ce qui se passe autour de nous. Si je sens que quelque chose est esthétiquement fort, ou que cela me parle, je ne vais pas l'ignorer. Ça serait ridicule. J'aime aussi pirater le système. Sur Instagram par exemple, vous êtes censé adhérer à un format que je trouve trop rigide. J'ai dû alors en modérer un qui me convienne. Cela permet de délivrer un message beaucoup plus nuancé. Le rapport que nous entretenons avec les réseaux sociaux permet à chacun et chacune de s'exprimer. L'époque que nous vivons est très intéressante de ce point de vue. La COVID-19, les mouvements Black Lives Matter et Defund the Police, etc. ont permis un décloisonnement de la situation. Ceci en premier lieu grâce aux réseaux sociaux. Actuellement, les entreprises

américaines restent très timides dans leur prise de position. Pour ma part, j'ai publié des articles sur des sujets politiques, j'ai conspué la NYPD, etc. et personne ne m'a encore tapé sur l'épaule pour me dire d'arrêter. Alors je vais continuer de repousser encore un peu plus les limites! Je ne me considère pas comme une *influencer* et nourris beaucoup de doute quant à cette pratique.

VOUS ÊTES SORTIE DANS LA RUE ET AVEZ SAISI VOTRE SMARTPHONE POUR DOCUMENTER LES ÉMEUTES À NEW YORK. COMMENT AVEZ-VOUS COMMENCÉ CES ARCHIVES?

C'est une histoire constituée de plusieurs strates. À partir du vendredi 13 mars, le dernier jour où nous étions au travail, nos vies ont basculé radicalement. On nous a renvoyé à la maison en nous assurant un retour une ou deux semaines plus tard. À mon réveil le lendemain, la ville de New York s'était littéralement métamorphosée en l'espace d'une nuit. La panique nous a d'abord gagné. Contraints de rester à la maison, nos repères étaient détruits. La routine était brisée et la ville de New York s'est arrêtée de vivre du jour au lendemain avec la fermeture totale des magasins. L'état d'urgence régnait et l'atmosphère devenait de plus en plus tendue alors que New York était l'un des principaux foyers de l'épidémie dans le monde. Le seul bruit que l'on entendait était celui des ambulances. Si je me suis habituée à cette situation au bout d'un certain temps, je sentais que de manière sous-jacente, un mécontentement grondait. Je vis à SoHo, une zone très touristique et bruyante, animée en continu. Or, à ce moment, en regardant par la fenêtre, j'ai été effarée par le silence qui régnait. C'était la première fois que je pouvais entendre le chant des oiseaux. Le quartier de SoHo est fascinant: à la fois brut et scandaleusement riche. Beaucoup d'artistes vivent ici depuis près

6

7

de cinquante ans. Certains voisins qui y vivent encore l'ont connu sans électricité! À l'image de la démesure de ce quartier, d'autres habitants possèdent des logements d'une valeur supérieure à 10 millions de dollars. Durant le confinement, la ville de New York a très vite été désertée par la classe aisée qui représente environ 40% de la population. Les voitures de luxe, *Rolls-Royce*, *Porsche*, *Maserati* et *Lamborghini*, ont disparu. Ceux qui sont restés ont très vite senti grandir un sentiment de solidarité. Nous étions les New-Yorkais qui n'avaient pas abandonnés leur ville, apportant de l'aide au personnel soignant, distribuant de la nourriture et de l'eau aux personnes nécessiteuses.

DEUX MOIS PLUS TARD, LE TRAGIQUE ASSASSINAT DE GEORGE FLOYD A TOTALEMENT BOULEVERSÉ CET ÉQUILIBRE PRÉCAIRE.

Exactement, cela a été un véritable catalyseur. Bouillonnante durant la période de confinement, la ville a condensé un sentiment de frustration et de colère. Ce mécontentement envers le gouvernement était nourri par l'abomination de l'élection de Donald Trump et l'impuissance face à l'épidémie. Tout ceci remontait à la surface. La mort de George Floyd a été l'étincelle qui a mis le feu aux poudres. La rue a été prise d'assaut et l'implication des jeunes sans précédent. Confinée, la population n'avait rien d'autre à faire que de sentir la force de cette colère. J'ai d'emblée participé aux manifestations organisées quotidiennement. Les cortèges passaient littéralement devant ma porte et j'avais beaucoup d'amis qui venaient pour manifester. Si au début la police a laissé faire, elle a cependant rapidement décidé de priver les Américains d'exercer leur droit de manifester. La ville a sous-estimé la réaction de ses habitants. Je peux dire officiellement que je déteste et méprise la police de New

York. J'ai vu des gens se faire arrêter et tabasser. Les choses ont très vite dégénéré. En l'espace de quelques jours, j'ai regardé la ville de New York être mise à sac. J'ai vu des choses franchement choquantes, mais j'ai compris qu'il y avait des justifications à ce qui se passait. L'ignorance n'était plus acceptée par la population. Pour revenir au quartier de SoHo, il faut préciser qu'il est rempli de magasins de luxe, *Louis Vuitton*, *Balenciaga*, *Chanel* etc. Placées en enfilade, les boutiques étaient détruites et pillées par les jeunes gens qui rentraient par effraction. Je ne pense pas qu'il s'agissait de s'approprier des produits, mais plutôt de faire passer un message. J'ai vu des adolescents sortir de chez *Gucci* avec des marchandises et tout jeter dans la rue. C'était le mode d'expression d'une rage collective telle qu'elle peut se manifester par une portion de la population généralement ignorée ou jamais écoutée.

À QUEL MOMENT AVEZ-VOUS PENSÉ QU'IL ÉTAIT IMPORTANT DE DOCUMENTER CE QU'IL SE PASSAIT ET COMMENT AVEZ-VOUS PROCÉDÉ ?

Un mois avant ces événements, Nick Knight, un photographe de mode fameux qui a fondé le website SHOWstudio, m'avait contacté pour me proposer de gérer le contenu de leurs réseaux sociaux durant le mois de mai: « Je suis depuis un moment ce que tu es en train de faire et je pense qu'à travers la documentation de tes promenades, tu es en train de photographier la mort de New York ». En effet, je prenais des clichés des rues vides. Dans toute l'histoire de la ville, personne n'avait jamais vu ça. Je pouvais visiter jusqu'à dix pâtés de maisons dans une rue sans rencontrer un seul être humain. Il m'a dit: « Je souhaiterais que tu fasses quelque chose qui parle de ton expérience à NYC, car on peut voir à quel point tu aimes cette ville ». J'ai commencé à

8

9

programmer du contenu pour toute une semaine entière, un travail conséquent. La veille de la première publication, j'étais dans les rues en train de filmer une des émeutes les plus violentes que je n'ai jamais vues. J'ai réalisé que je ne pouvais pas poster pour SHOWstudio ce que j'avais imaginé au départ. Cela ne faisait plus véritablement sens. Le monde avait changé du jour au lendemain. Je me suis donc connectée au compte de SHOWstudio, j'ai allumé mon appareil photo et j'ai écrit en direct: « Il est 1h30 du matin à SoHo, et voici ce qui se passe ». Depuis ce moment-là, jusqu'à 5h du matin, j'ai filmé en direct ce qui se passait. J'ai pensé: « Nick et les employés de SHOWstudio vont se réveiller demain et se dire: mais qu'est-ce qu'elle vient juste de nous faire ». C'était exactement le monde dans lequel nous étions en train de vivre. J'ai pensé qu'ils pourraient le retirer du site si cela ne leur plaisait pas. J'ai donc fait une retransmission live sur Instagram pendant toute la nuit et ils se sont réveillés en découvrant ce que j'avais vu et vécu. Les émeutes n'ont pas cessé et j'ai continué à enregistrer tout ce que je pouvais. J'ai embarqué les amis de mon fils qui étaient au skatepark pour qu'ils puissent faire de même. Je me suis organisée pour que nous puissions tous avoir des caméras et nous sommes partis à vélo. Je pense que le plus âgé du groupe avait 20 ans. Comme leur travail va être présenté au MBAL, c'est important de préciser que les images exposées ne sont pas uniquement constituées de mes archives. Beaucoup de personnes ont participé à cette documentation, c'est la somme d'un effort collectif produit par ceux qui sont restés et qui ont tenu bon. La proposition de Nathalie Herschdorfer m'a assez surprise et il m'a fallu quelques jours pour y répondre. Être invitée à réaliser une exposition au sein d'un musée signifiait que je sois considérée comme une artiste. Je n'ai jamais utilisé ce mot pour me décrire. Ce sont toujours les autres qui sont les artistes, je restais toujours sur la ligne de touche. En

tant que directrice de création ou en tant que graphiste, je place en quelque sorte le cadre à partir duquel l'art peut s'exprimer. Quand je conçois un livre, je prends le travail de quelqu'un d'autre et je le rends aussi beau que possible. Soudain, les rôles ont été inversés. Néanmoins, le travail effectué pour cette exposition est un peu similaire à mon activité de directrice créative: je devais amener d'autres personnes à bord et leur donner également la possibilité de s'exprimer.

VOUS AVEZ ÉGALEMENT DOCUMENTÉ L'EXPLOSION DE CRÉATIVITÉ QUI A RÉSU- LTÉ DES ESPACES D'EXPRESSION INÉDITS OFFERTS PAR LES PANNEAUX EN BOIS UTILISÉS POUR PROTÉGER LES MAGASINS.

Lorsque toutes les activités ont été suspendues à New York et avant les émeutes, certaines enseignes de luxe avaient déjà barricadé leurs vitrines. C'est le moment où j'ai compris qu'elles avaient créé des toiles en pleine ville pour les artistes. J'ai appelé mon ami Steve Powers, un graffeur très connu à New York sous le pseudonyme de ESPO. Je lui ai dit: « On devrait juste aller peindre ces vitrines! ». ESPO est formidable et il transmet un message d'amour et de solidarité entre les personnes. Son travail est parfaitement adapté à la situation. Mais il m'a répondu: « On a pensé exactement à la même chose. J'ai déjà essayé d'appeler *Louis Vuitton* et ils ont dit non, puis un autre endroit et ils m'ont également dit non... ». Alors, je lui ai demandé pourquoi nous ne pourrions pas le faire illégalement et il m'a répondu qu'il ne voulait pas avoir à faire avec la NYPD. Finalement, il a tout de même obtenu la permission de faire une immense vitrine à SoHo. Elle est devenue un point de ralliement. Je l'ai filmé en train de peindre du début à la fin et le résultat final a pris la forme d'un court-métrage pour SHOWstudio. Même si les magasins ne per-

10

11

mettaient pas aux peintres de repeindre leur devanture, les graffeurs étaient partout dans les rues et je les observais depuis ma fenêtre, en pleine action sur Canal Street à une heure du matin. Ils venaient en vélo et en skateboards, peignaient toute une façade de magasin et repartaient. La police et les agents d'intervention étaient très préoccupés par l'évolution de l'épidémie et ils ne les arrêtaient pas. Les graffitis sont toujours visibles partout dans la ville. J'étais persuadée qu'au moment où le commerce mourrait, l'art s'emparerait de la ville. Il est important de comprendre que les graffitis étaient fortement réprimandés avant cette période. Il s'agissait d'un crime et le risque n'en valait plus la peine. Durant cette période, les codes ont été bouleversés: par exemple, les trains ont été repeints pour la première fois depuis les années 80!

QUELS ÉTAIENT LES MESSAGES ÉCRITS SUR LES PANNEAUX PROTÉGEANT LES DEVANTURES DES MAGASINS?

Les messages étaient très clairs. Ils étaient très agressifs au début, notamment suite à l'assassinat de George Floyd: « Black Lives Matter », « Fuck 12 », « Defund the NYPD », etc. Il y avait également des peintures de Martin Luther King Jr, de Malcolm X et de Colin Kaepernick agenouillé. Les propriétaires de magasins ne les ont pas effacés une fois les émeutes calmées et les messages ont commencé à changer de ton. « Imagine Peace », « One World », « Vote », and « BLM » étaient parmi les messages les plus fréquents. Certaines oeuvres étaient incroyablement détaillées et puissantes. Néanmoins, au fil des jours, elles sont devenues toujours plus institutionnalisées. Une énorme fresque « Black Lives Matter » a été peinte dans la rue menant à la Cour Suprême et une autre a été placée juste devant la Trump Tower. En faite, ces travaux étaient mandatés

par la Ville de New York. Je crois même que le maire a peint l'une des lettres. L'institutionnalisation de l'art urbain a engendré un changement dans la nature des messages, devenus plus calmes et plus convenus. On est passé d'une approche punk au Flower Power en moins de trois semaines!

COMMENT ÉTAIT L'AMBIANCE GÉNÉRALE DANS LA VILLE APRÈS CES SEMAINES EXTRÊMEMENT INTENSES ?

Une fois le confinement terminé, la situation s'est normalisée quelque peu. Mais cela restait une normalité différente. De manière générale, je ne pense pas que la ville redeviendra comme avant, trop de questions ont été posées.

POUR CONCLURE, REVENONS SUR LA FAÇON DONT CES ÉVÉNEMENTS ONT AFFECTÉ VOS ACTIVITÉS DE DIRECTRICE CRÉATIVE. COMMENT CELA PEUT-IL AVOIR UN IMPACT SUR LES MANIÈRES D'ENVISAGER ET DE TRAVAILLER DANS LES MILIEUX DE LA MODE ?

C'est un problème qui a profondément affecté toutes les marques. Face à la pression des réseaux sociaux, elles ont été contraintes de publier le nombre de personnes de couleurs dans leurs conseils d'administration par exemple. Évidemment, les pourcentages sont extrêmement bas. Les firmes ne savent pas comment résoudre ce problème. Elles ont d'ailleurs toutes donné de l'argent au mouvement *Black Lives Matter* en promettant d'embaucher plus de minorités. Toutefois, je pense que le problème est plus profond que cela. Par exemple, dans le cas de l'investiture d'un vice-président ou d'un président, le système éducatif est tellement mauvais, que les candidats issus des minorités et qualifiés pour

12

13

de tels postes, ne sont pas suffisants. Une grande partie de la population issue des minorités n'a pas accès à l'éducation et aux expériences nécessaires pour de tels engagements. Le système est imparfait dans sa globalité. Le parcours scolaire devrait être repensé dès le début et le système dans son essence. Je doute de la faisabilité de ceci. En réalité, il s'agit de racisme systémique. Par conséquent, j'en ai parlé à mon employeur: « Nous devrions prendre position et créer un fonds pour encadrer les gens et les faire monter dans les rangs. Nous devrions les faire devenir vice-présidents et vice-présidents adjoints.» N'oublions pas que la pratique du tokenisme est omniprésente. Il est fréquemment demandé: « Qui sont les personnes de couleurs? Nous avons besoin d'un photographe noir ou bien nous avons besoin d'une styliste noire ». Il n'y a aucune sincérité dans cette démarche. Je le perçois lorsque je reçois des messages de la part d'agences faisant des promotions du type: « Voici notre équipe de Noirs. Voici notre équipe de Bruns.» Ce n'est évidemment pas envisageable d'engager une personne ainsi. Pour conclure, je souhaiterais mettre l'accent sur le fait que la culture noire est en réalité la culture globale. Tant dans les arts, la musique, la mode que les langages vernaculaires, cela remonte au début de la période contemporaine: du jazz à Elvis Presley, qui a essentiellement recopié la musique noire. Il est temps de reconnaître que les influences majeures, aussi bien dans l'industrie de la mode que dans les cultures populaires, sont l'apanage de cultures noires que l'on n'a jamais cessée de piller ou de s'approprier. Une fois ce constat fait, les gens devraient être indemnisés. Malheureusement, je ne pense pas que nous en soyons là, mais je souhaite que nous y arrivions. Nous avons atteint le point de basculement et il n'y a pas de retour en arrière.

La série de publications « Pouvez-vous nous parler... »
est soutenue par la Société des beaux-arts et du
musée du Locle.

Édition © Musée des beaux-arts Le Locle, 2019
Sous la direction de Nathalie Herschdorfer
Coordination de la série: Morgane Paillard
Relecture: Séverine Cattin, Mégane Hilpertshauer,
Anaëlle Hirschi, Morgane Paillard
Traduction: Joël Vacheron
Graphisme: Florence Chèvre
Imprimé en Suisse par La Buona Stampa
Images © ??
Texte © Joël Vacheron, 2020
Tous droits réservés / mbal.ch