



« Lost Highway » (2008). CHANTAL STOMAN

Les nuits blanches de Chantal Stoman

Pour participer à l'événement parisien, l'artiste se fait « représentante de commerce »

La photographe Chantal Stoman est soulagée : après bien des péripéties, son projet, « Lost Highway », sera prêt pour la Nuit blanche. L'artiste a habillé le couloir de la station de métro Châtelet, à Paris – soit 140 mètres de long –, avec des photos nocturnes prises depuis sa voiture, le long d'une voie rapide, à Tokyo. Les images de 5 mètres sur 3 ont été posées durant sept nuits consécutives.

Pendant trois semaines, près de cinq millions de passants pourront, en prenant le tapis roulant, plonger dans la solitude des nuits de Tokyo : « *Je vais toucher des gens qui ne vont pas dans les musées* », se réjouit l'artiste.

Mais ce projet monumental a bien failli ne pas voir le jour. Car « Lost Highway », s'il compte parmi la sélection de la Nuit blanche, est un « événement associé », il ne fait pas partie des projets choisis par les commissaires artistiques et financés par la Ville de Paris.

La majorité des événements – deux tiers du total – sont sélectionnés par une autre commission et ne bénéficient d'aucun financement public. « *Nous mettons à disposition un lieu, corrige-t-on à la Mairie de Paris. Nous faisons des démarches auprès d'entreprises partenaires, nous offrons toute la communication, la sécurité, l'entretien. Ce n'est pas rien. Avec les projets associés, nous donnons à des artistes non sélectionnés l'occasion de s'exprimer.* »

Chantal Stoman raconte avec amertume les efforts surhumains qu'elle a dû fournir pour rassembler les fonds nécessaires. « *Je suis*

devenue représentante de commerce, spécialiste en marketing... Je suis artiste, ce n'est pas mon métier! » Plusieurs fournisseurs ont accepté de travailler à prix coûtant. Il restait 50 000 euros à trouver. « *J'ai des photos dans les collections de la BNF, j'ai publié des livres. Je ne pensais pas que cette somme serait si difficile à réunir.* »

Un bel espace promotionnel

La photographe dit avoir frappé à toutes les portes, à commencer par les constructeurs de voitures. Les couloirs du métro offrent un bel espace promotionnel, mais la crise est passée par là. « *Renault ne va pas financer des projets artistiques alors qu'il licencie!* » Elle a sollicité en vain le géant du prêt-à-porter japonais, Uniqlo, qui vient d'ouvrir une enseigne à Paris.

Finalement, la photographe trouve un sponsor..., qui se désiste, un mois avant l'événement. Motif : il préfère soutenir la sélection officielle et exhiber son logo partout dans la ville. Désespérée, Chantal Stoman recommence son tour de table. La compagnie d'assurances Neuflyze Vie s'engage. La RATP participe pour 5 000 euros. Mais ce n'est pas encore assez. Pour sauver le projet, la Ville de Paris fait un petit geste, au dernier moment, « *à titre totalement exceptionnel* ».

En voyant ses images sur les murs, Chantal Stoman est soulagée. Mais elle a laissé des plumes dans l'aventure : elle fera une vente privée de tirages, le 13 octobre, à l'Hôtel particulier de Montmartre, pour tenter de couvrir ses frais. ■

Claire Guillot