

LÉO LUCCIONI

2015 – 2020

PRÉSENTATION

Leo Luccioni (France 1994) vit et travaille à Bruxelles.

Sa pratique variée mêle installation, sculpture, gravure et dessin. À travers une esthétique edulcorée, séduisante et pop, Luccioni souligne le rapport ambigu qu'il entretient – en temps qu'artiste – avec la consommation dans une ère néolibérale.

Entre désir et rejet, profane et sacré, son travail met en scène des objets standardisés issus de la vie quotidienne, les transformant en reliques dans des décors fictionnels. Sous couvert d'humour et d'une « contre-poésie » délibérée, le travail de Léo Luccioni est conceptuel. Sa démarche, poussant le kitsch à son paroxysme, consiste aussi à se servir des modes de production capitalistes – comme la contrefaçon ou la production en série et délocalisée de ses propres œuvres – pour les appliquer à un travail artistique. Il tente de questionner par ce biais, l'absurdité de la production de masse, ainsi que l'illusion du bonheur matériel promu.

ÉTAT DES LIEUX

LES VÉRITÉS

J'accepte l'existence d'un réel non univoque et de vérités multiples. Les paradoxes et les contradictions doivent coexister et être acceptés.

REPRODUCTION

Je suis un faussaire de ce qui n'est pas précieux. De notre environnement que l'on consomme et que l'on jette. Je suis un individu de la société de consommation, seulement, je produis avec d'autres outils, d'autres matières, d'autres logiques et surtout une autre ambition : celle d'établir des vérités parallèles.

PARALLELISME

Mes créations prennent leurs sens dans ce qu'elles racontent de leurs origines et de leurs mutations. La démarche se décale de la ligne classique d'une production artistique ou industrielle. La juxtaposition de plusieurs concepts permet d'analyser simultanément des notions contradictoires.

ARCHIPEL

Je mets la relation comme acte créatif central en réunissant au même niveau une somme de valeurs, de visions, de concepts, de symboles et d'histoires. Grâce à cette collection d'objets relationnels et autonomes j'espère former un atlas fictionnel.

LES ORIGINAUX, LE MULTIPLE

Dans l'Art chaque multiple est appelé original. À côté, notre société de consommation fait de nous l'unique propriétaire d'un objet multiplié.

LA FIN DE DEMAIN

L'industrie reproduit des objets identiques, cette force de clonage qui paraît infinie nous fait croire à la pérennité des choses et du monde. Pourtant, ces objets auxquels on s'attache sont vite dépassés, modifiés voire supprimés par la recherche d'une production toujours plus importante, diversifiée, innovante et rapide de nos sociétés.

IMMORTALISME

La quête d'immortalité a échoué sauf pour immortaliser ce qu'elle aime le moins : les déchets. Si l'humanité s'éteignait, c'est cet héritage qui resterait pour des millions d'années.

SURVIVAL

Notre civilisation est vouée au déclin. Elle exploite ses ressources et promeut une conception du monde matérialiste, individualiste et marchande, privilégiant les intérêts à court terme et les plaisirs éphémères au détriment de l'écologie. Ce qui survivra de l'humanité ne sera pas forcément humain.

OBSOLESCENCE

Le système nous pousse à acheter au-delà de nos besoins des biens conçus pour avoir une courte durée de vie. Cela nous empêche de nous attacher à notre quotidien, et à charger d'un vécu, d'histoires et d'auras nos objets.

INDIVIDU

Notre société ne répond pas à nos besoins d'unicité mais crée l'illusion de se différencier des autres, au même rythme que la production de marchandise culturelle mondiale.

CONTRE-CIRCUIT

Beaucoup d'artistes sont des entrepreneurs ou des chefs d'entreprises. Ils délèguent certaines créations à des techniciens, des machines et des outils que l'on retrouve dans l'industrie. Cette production d'art circule dans une logique d'import-export globale identique à celle des autres marchandises. Seulement, les acteurs portent des noms différents, institutions, musée, galerie, foire et collectionneurs. L'Art est un produit, c'est capital. Ces systèmes de productions sont souvent omis par les artistes.

CONGÉNITAL

Dans l'histoire, les savoir-faire inaccessibles avaient une valeur sacrée. Paradoxalement les objets produits industriellement n'en ont aucune, alors que leurs techniques de production sont hors de portée. Le quotidien est un environnement incompris et mésestimé.

POP-TECHNO

En termes technologiques, l'industrie devance largement l'art. Les médiums artistiques sont souvent d'ancien procédé industriel, et sans doute les technologies d'aujourd'hui suivront le même schéma : indifférence et ignorance puis, réappropriation, transgression et enfin sacralisation.

IN MEMORIAM

Notre génération a fait une transition révolutionnaire, elle est passée d'une société où l'on devait mémoriser des savoirs pour maîtriser l'environnement, à une société où il suffit de savoir où est l'information pour la connaître. Les réponses sont toujours accessibles et n'ont plus besoin d'être retenus. Nous sommes passés de l'accumulation de savoirs à celle de réseaux. Nous ne vivons plus avec des souvenirs mais dans la réminiscence.

UNIVERSAL

Nous nous acquittons de la réalité avec peu de contrainte. Notre champ de vision est réduit à la répétition de circuits fermés. Nous avons de plus en plus de temps pour nous divertir dans un assouplissement moral et intellectuel qui permet une distanciation avec le réel et les maux qui lui sont rattachés. Chacun omet, évite, se protège de certaines réalités.

PERMANENCE

Dans ce monde où les informations sont constante et infinies il est matériellement impossible de se tenir à jour de ce qui se passe autour de nous. Nous sommes gavés d'images, incapables de discerner l'essentiel de l'insignifiant, désensibilisés et impuissants face à ce que nous regardons et qu'on ne comprend pas. Ce présent insaisissable nous laisse toujours en retrait.

Cette omniprésence d'images crée aussi un déficit de l'imaginaire, le temps passé devant des écrans est uniquement du temps en moins pour la rêverie, la création de soi, de nouvelles histoires et de solution.

FICTION-SCIENCE

Les frontières nous racontent qu'il y a un dedans et un dehors. La fiction est à la marge du réel, mais s'introduit en lui. Beaucoup d'exemples démontrent qu'elle influence la science et que l'imaginaire modifie le réel. Nous sommes tous aussi bien construits par la réminiscence de choses vécues, imaginées, rêvées, entendues, que d'événements étrangers qui s'invitent dans notre réalité par différents médias, certains que l'on désire, d'autres qui s'imposent.

LE RENOUVEAU

Les médias et l'industrie nous raconte et produisent toujours du nouveau. Pourtant, à chaque tour ils nous présentent les même éléments récupéré du passé dans une configuration nouvelle.

L'INFINI

Notre environnement, qui expose des réalités transformées et répétées sans cesse, peut faire penser que notre monde infini est fini. Que tous les éléments qui le constituent sont déjà présents et qu'aucune nouveauté ne sera nouvelle. Pour en finir, il faudrait redémarrer à zéro sinon, dans ce monde modulaire, les uniques inventions seront dans les agencements, les relations, les additions et les noms donnés aux choses. Tout ce qui sera est déjà.

LES ORIGINAUX, LE MULTIPLE

2015

9 SIGNES

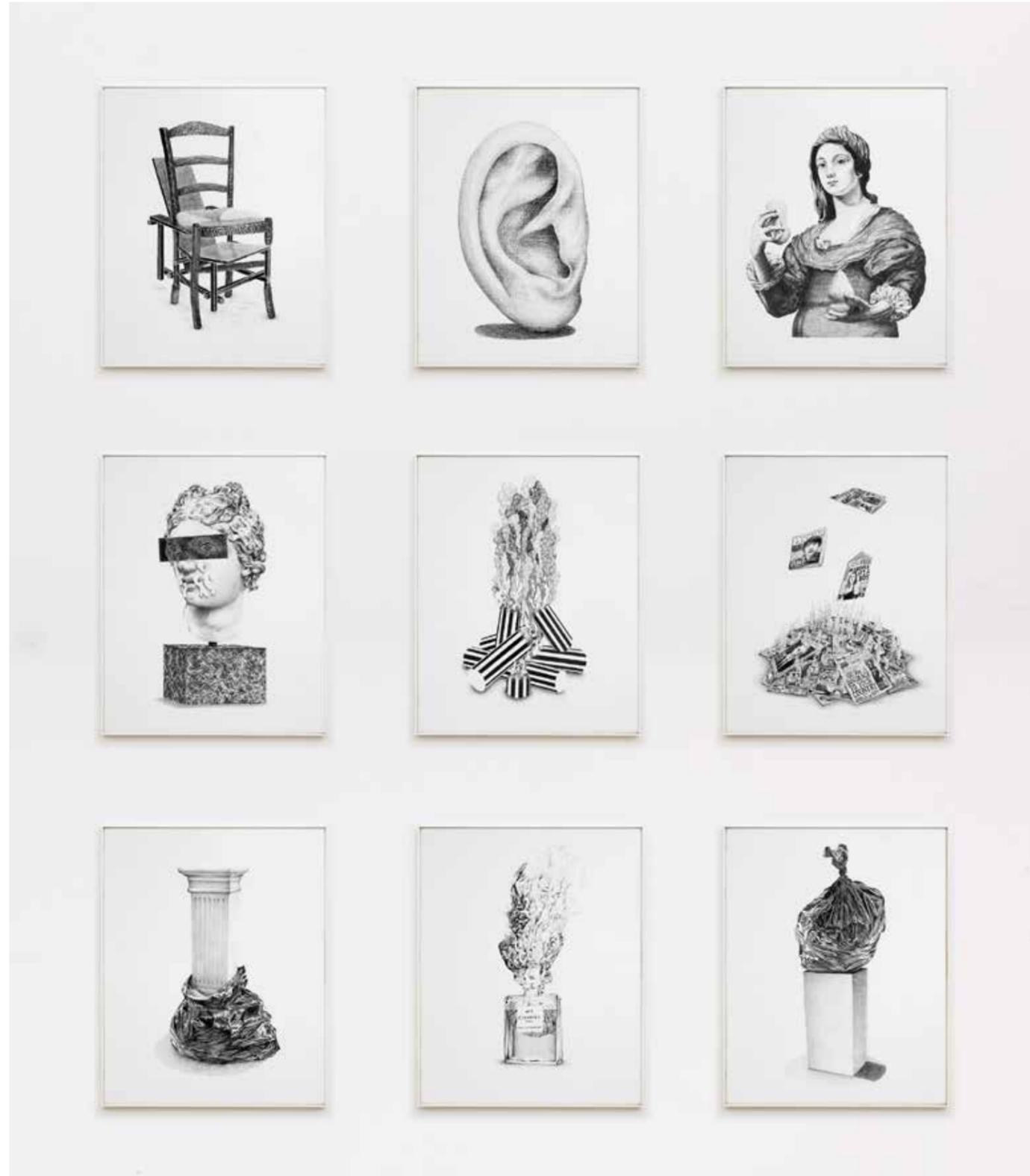
Mine de plomb sur papier Academia
21 x 26,25 cm

Si l'image comme la parole a une grammaire, une orthographe, des signes, des symboles, qui sont nos acquis culturels et définissent la structure de notre pensée, nous autres, enfants de l'ère visuelle contemporaine avec la vue comme sens prédominant, sommes encore aveugles des conséquences. Dans ce règne de l'image totale, nous et nos médias lui vouons un culte en lui accordant une primauté dans le domaine de la communication. Elle véhicule un caractère d'objectivité, de vérité; en cela elle dépasse la lettre et le mot par son propre langage. Elle a aussi une intonation, un accent, et se dilue plus facilement dans notre inconscient collectif. Une image vaut mille mots.

Ces images nous enivrent d'idéal, de fiction, de mensonges, de marketing, de matérialisme et de fausseté. Elles véhiculent des clichés déjà vu et tendent vers l'homogénéité au détriment de la diversité. Dans cette «médiocratie», combien d'images vaut un mot ?

Ces dessins sont l'image d'une pensée; comme des mots forment des phrases, les images s'assemblent pour tenter de bien écrire. On retrouve Autodafé de tabloïd, Faciale à Aphrodite, Cocktail molotov pour bourgeois, etc.

5



LE FIL ROUGE

Corde d'escalade 30 mètres, sangles sérigraphiés, étiquette impression laser 48 x 21 x 20 cm

Le fil rouge est un objet symbolique à l'intention de l'artiste et du spectateur. Communément, il est défini comme le moyen le plus simple de s'assurer qu'on est compris et suivi dans son raisonnement, son fil de pensée. Il signifie que grâce à une idée conductrice il est possible de rendre cohérent un ensemble, même éclectique. Cette récurrence de raisonnement devient un code, un repère logique et nécessaire à toute création que l'on souhaite partager. Cette attitude réflexive schématisée, représente une façon de penser qui induit une uniformisation de l'acte créatif et restreint les libertés.

Face à la sécurité de correspondre aux attentes comme aux demandes de l'art, à l'obligation de suivre une forme de raisonnement plutôt qu'une autre, le fil rouge met en garde contre l'institutionnalisation des discours.

« Tous les cordages de la flotte royale, du plus fort au plus faible, sont tressés de telle sorte qu'un fil rouge les parcourt tout entiers et qu'on ne peut l'en extraire, sans que l'ensemble se défasse, et le plus petit fragment permet encore de reconnaître qu'ils appartiennent à la couronne ».

Goethe, 1809, « Les affinités électives ».



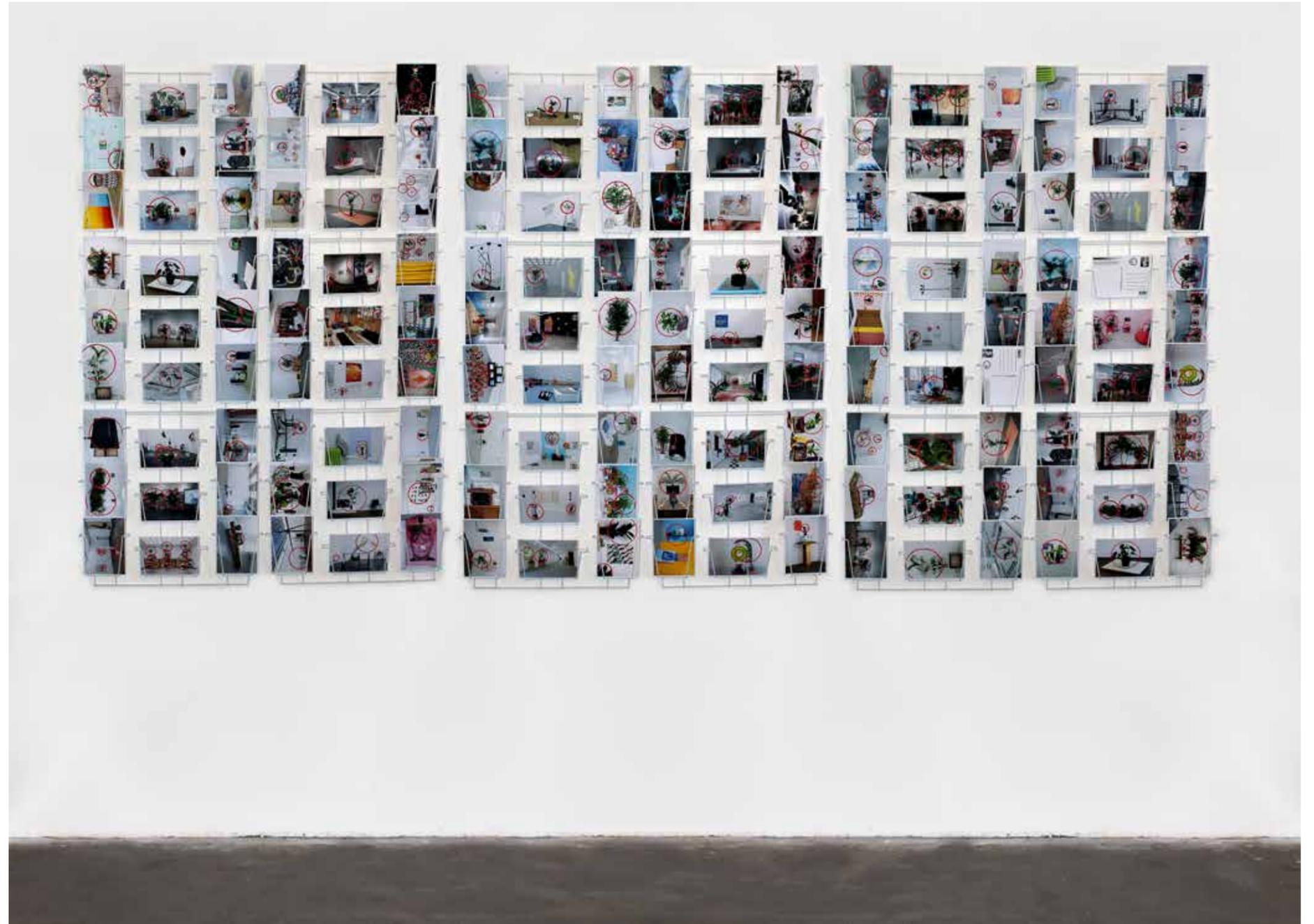
2016

EUREKA CHRYSALIDOCARPUS LUTESCENS 1

150 cartes postales recto-verso, impression laser.
10 x 15 cm

Collection de 150 vues d'expositions sur 100 ans. De 1915 à 2015 la famille de plantes des Arcas est continuellement exposée, traversant tous les cycles et les courants. De Broodthaers à Meessen, d'abord conceptuelle puis comme un marqueur esthétique, pour finir en symbole d'appartenance. À force de la répéter et de la sur-représenter, elle a petit à petit dilué la charge symbolique que lui conférait son statut de plante exotique en pot amenée en Europe. Son omniprésence en a fait un objet décoratif dont le seul sens est désormais l'auto-référencement. En cela les Arcas ne sont plus qu'un archétype superficiel de l'Art contemporain. L'automatisme a remplacé la réflexion.

Sur les cartes postales le nom de l'artiste n'apparaît pas. Toutes les expositions sont mélangées et toutes les images semblent dire la même chose, parler la même langue.



L'AFFAIR'FOIRE

Carton, PET plastique, stickers, impression jet d'encre et sérigraphie, contient l'ensemble des techniques que réunissent le dessin, la peinture et l'image imprimée.

35 x 25 x 10 cm

150 x 90 x 11 cm

Que faire des œuvres ratées dont on est incapable de se séparer ? Que faire des rebuts, des déchets de notre pratique ? Les systèmes bâtis sur une production linéaire sont déséquilibrés et finissent toujours par arriver à un point de non retour. Les autres, qui s'intègrent ou suivent un cycle, production, consommation, recyclage peuvent espérer être pérennes. Ici, chaque paquet de confettis est rempli d'œuvres recyclées parce qu'elles étaient estimées hors-circuit. L'art n'est jamais neuf car toujours de seconde main, pourtant par nature il tend vers la pérennité et l'immortalité, deux principes stables mais irréels.

La production d'un objet à l'apparence industrielle, neuve d'une manière artisanale est un illogisme. Ce procédé alchimique de transformation d'échecs créatifs en objets de fête, d'œuvres en goodies questionne la valeur accordée à l'Art. Titré « confettis d'estampes traditionnelles pour sauteries mondaines endiablées » et typé LA FOIR'FOUILLE, filiale française d'objets populaires, tout en étant une œuvre, il en devient un objet symbolique.



GOOD SURVIVAL

Impression sérigraphiée sur couverture de survie.
210 x 160 cm

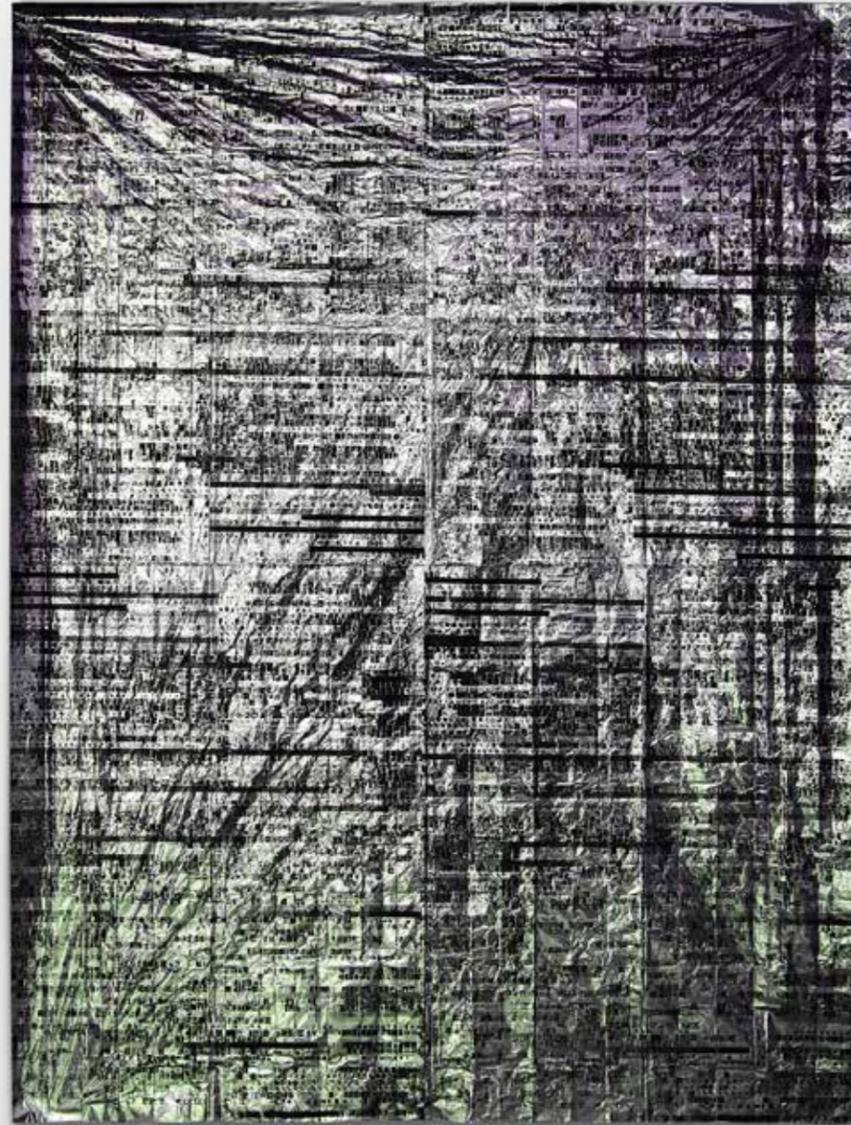
Packaging PET plastique et stickers sérigraphiés
25 x 35 cm

Travail en collaboration avec Morgane Le Ferec.

Cette couverture de survie parle de notre utilisation d'internet, de nos données privées et de notre intimité. Le motif imprimé est composé de 24000 images qui ont été volées à des personnes anonymes dans un cybercafé de la zone Européenne.

Cette collection d'image est exhaustive, elle comprends des émoticônes, publicités, photos de profil, mails, spams, vidéos, scans d'identité...etc. En montrant la simplicité d'accès aux données d'inconnus, la couverture se présente comme un outil de survie pour se protéger du vol et du commerce de nos datas, par les entreprises et les états. Parce que tout ce que nous croyons issu de la culture du gratuit sur internet, nous l'avons déjà payé. En étant nous-même des clients actifs ou, plutôt, un comportement, un historique, des achats, donc des données très utiles pour faire des études de marché, mieux surveiller et mieux vendre.

L'objet marche avec un site, cybercafecache.com, où toutes les images sont visibles à leurs tailles.



2016

XINGTAIR FIRST

30 ballons de 300 litres, imprimés en sérigraphie, sangle.
160 x 90cm
taille variable

Xingtair First est une fausse entreprise qui exporte en Europe de l'air de Xingtai, ville la plus polluée du nord de la Chine. Chaque ballon permet de respirer aussi mal que ses habitants pendant 60 minutes. C'est une réponse à une aberration du commerce mondial. Certaines start-up européennes et américaines comme Vitality Air ont vu le jour fin 2015, pendant un pic de pollution en Chine. Elles ont commencé par vendre aux enchères de l'air pur sur Ebay puis en ont fait un produit consommable.

Alors que la majeure partie de la pollution est la conséquence de la production européenne et américaine de marchandise en Chine, l'air pur devient le dernier luxe que nous exportons. Face à cette hypocrisie, Xingtair First se présente comme une entreprise de la justice.



2016

ARCHIPEL 1

Mine de plomb sur papier Academia
20 x 30 cm.

L'Image a la capacité de représenter n'importe
quelles données sur un même plan. Ici, chaque
scène se compose d'une sélection de source
déjà existantes, leurs associations créent un
nouveau propos. Les relations sont au centre de
l'espace narratif, et en sont les seules nouveautés.



2016

ARCHIPEL 1

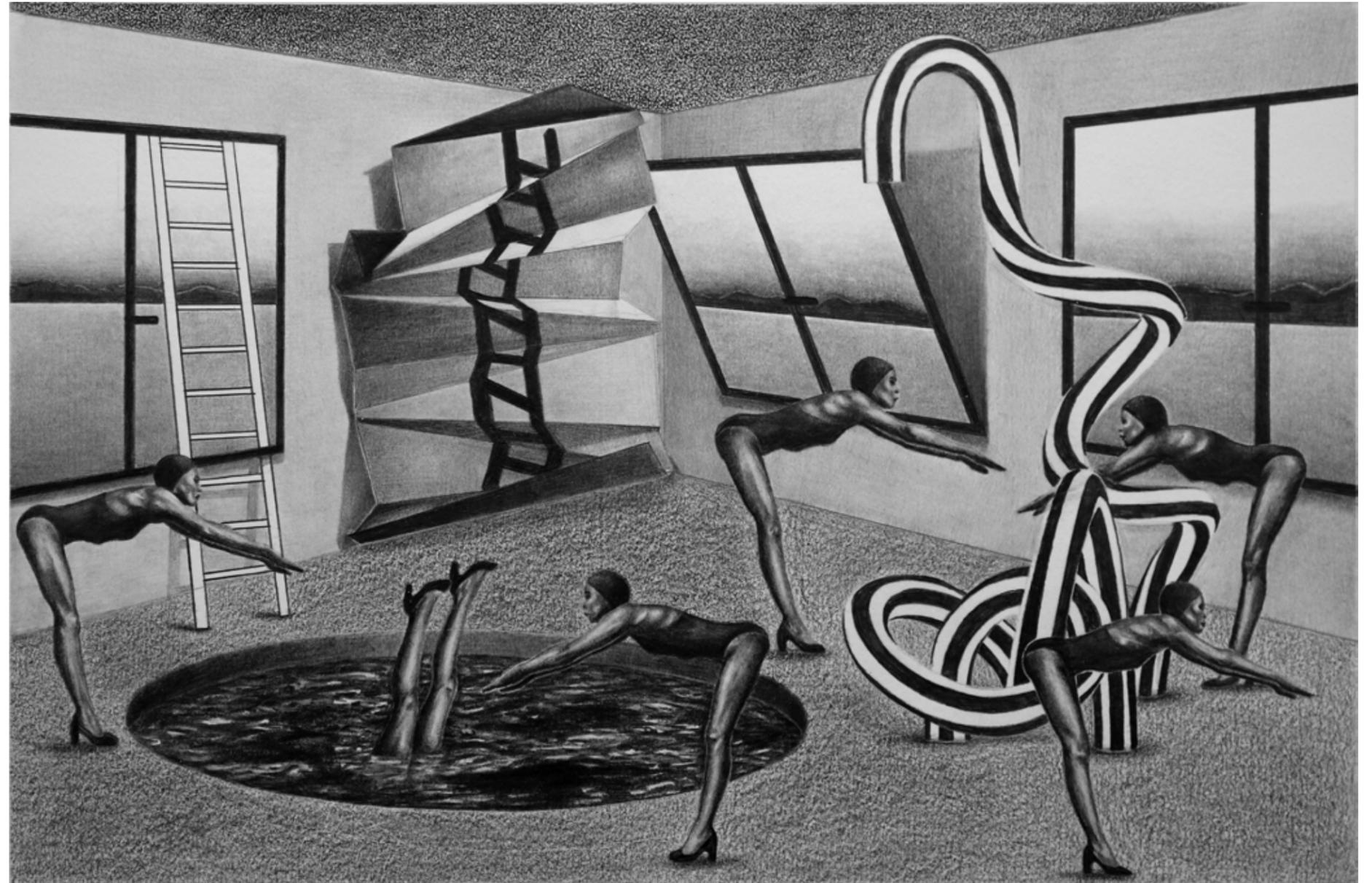
Mine de plomb sur papier Academia
20 x 30 cm.



2016

ARCHIPEL 1

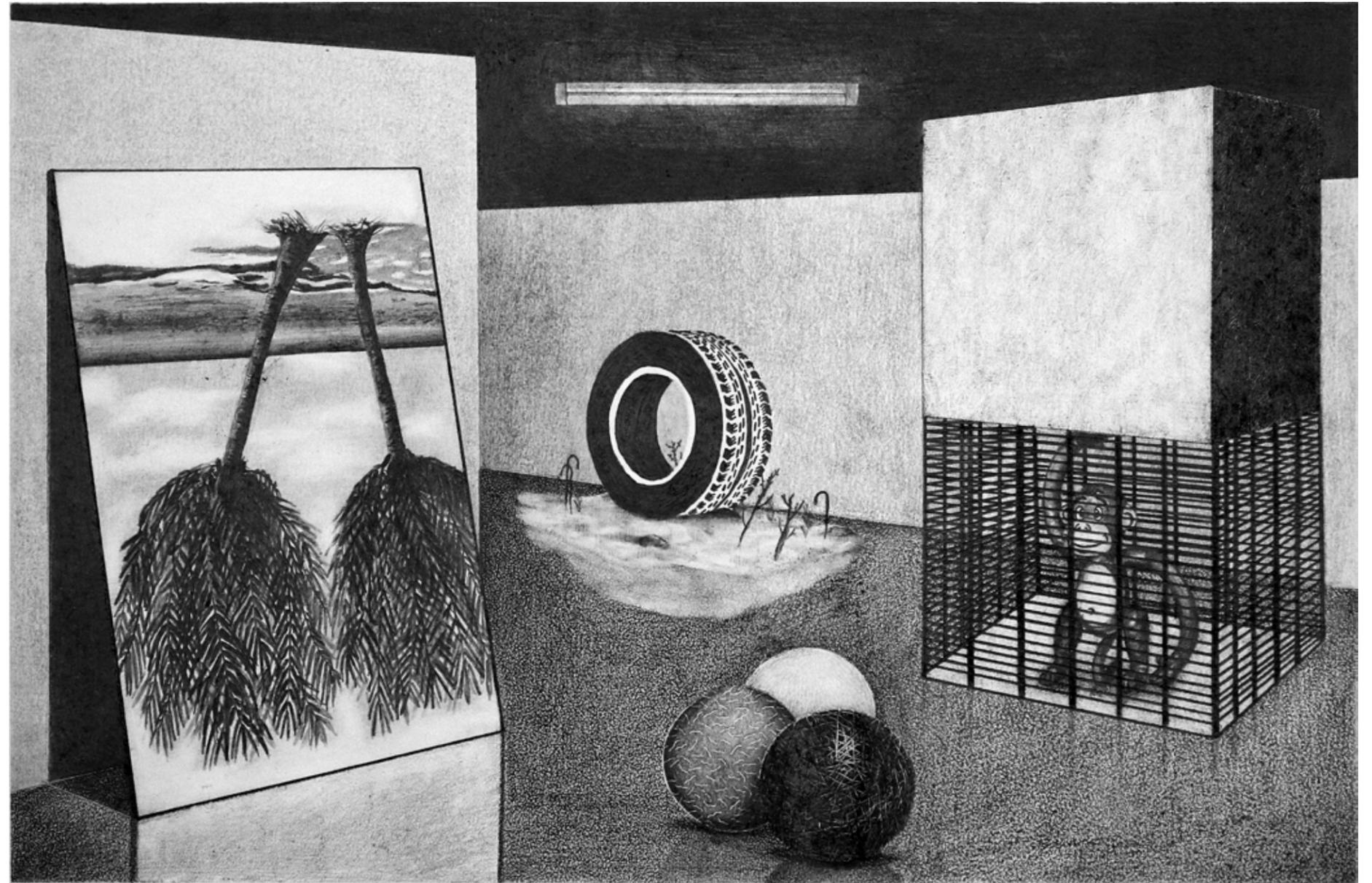
Mine de plomb sur papier Academia
20 x 30 cm.



2016

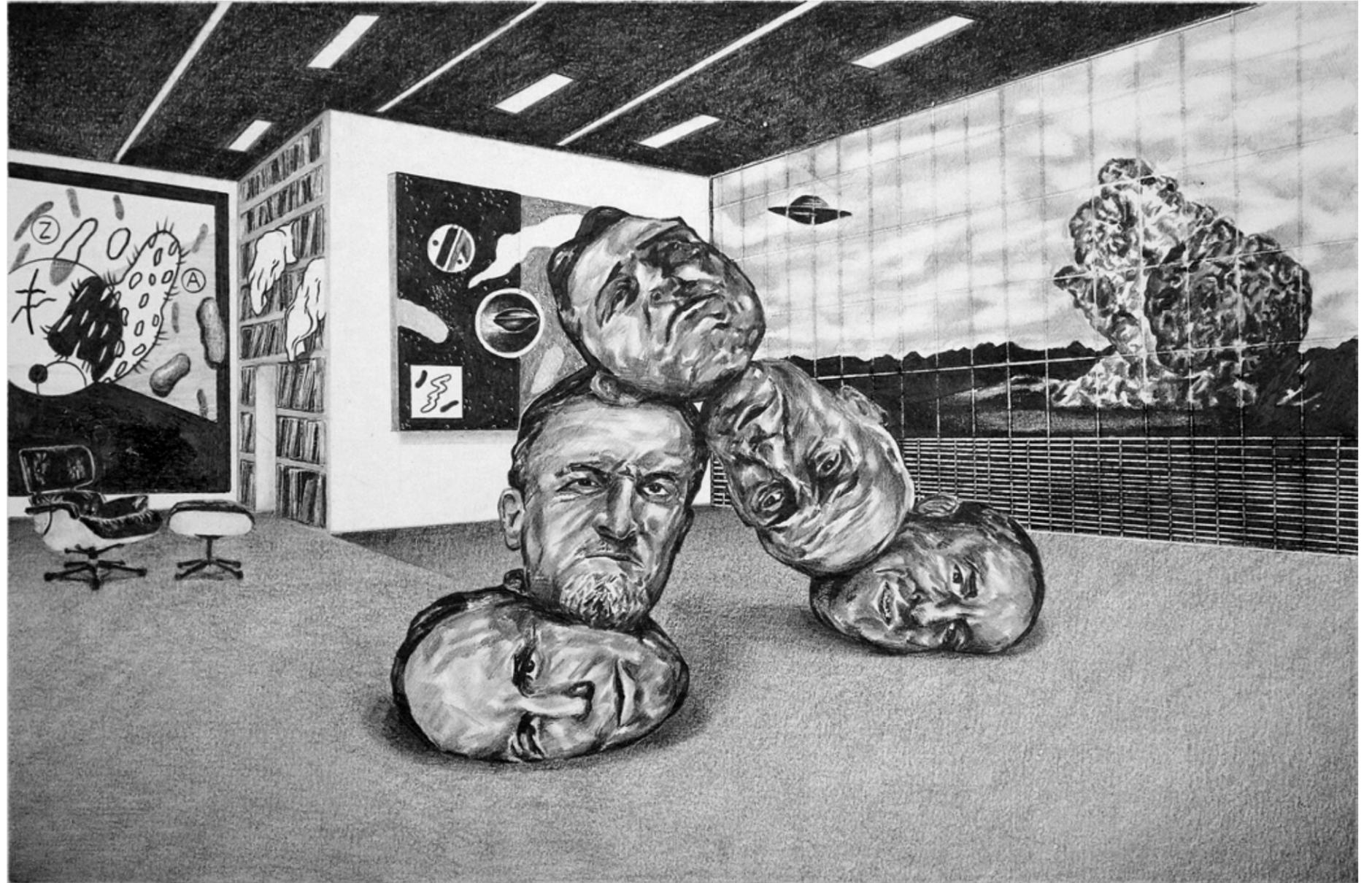
ARCHIPEL 1

Mine de plomb sur papier Academia
20 x 30 cm.



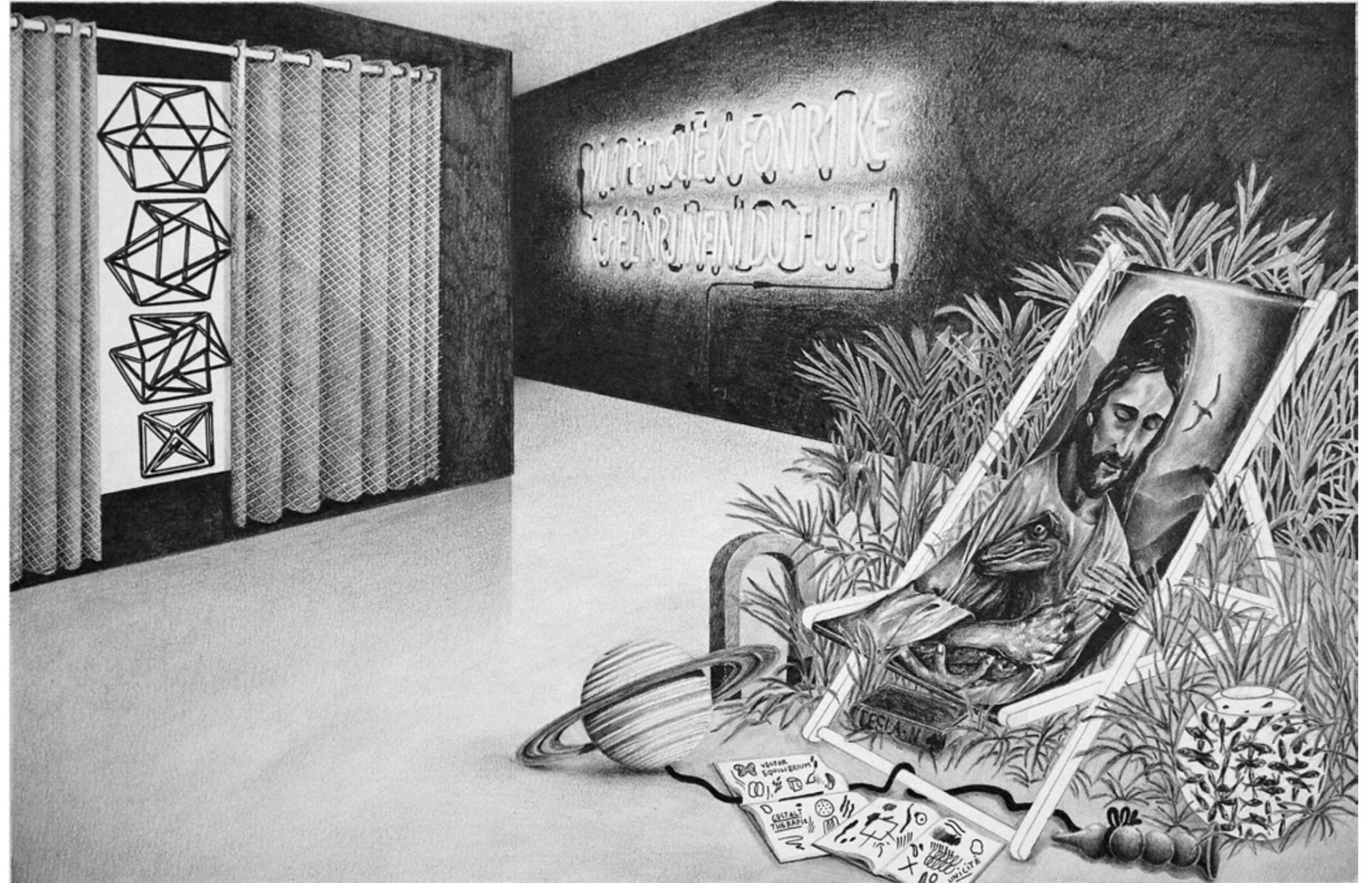
ARCHIPEL 1

Mine de plomb sur papier Academia
20 x 30 cm.



ARCHIPEL 1

Mine de plomb sur papier Academia
20 x 30 cm.

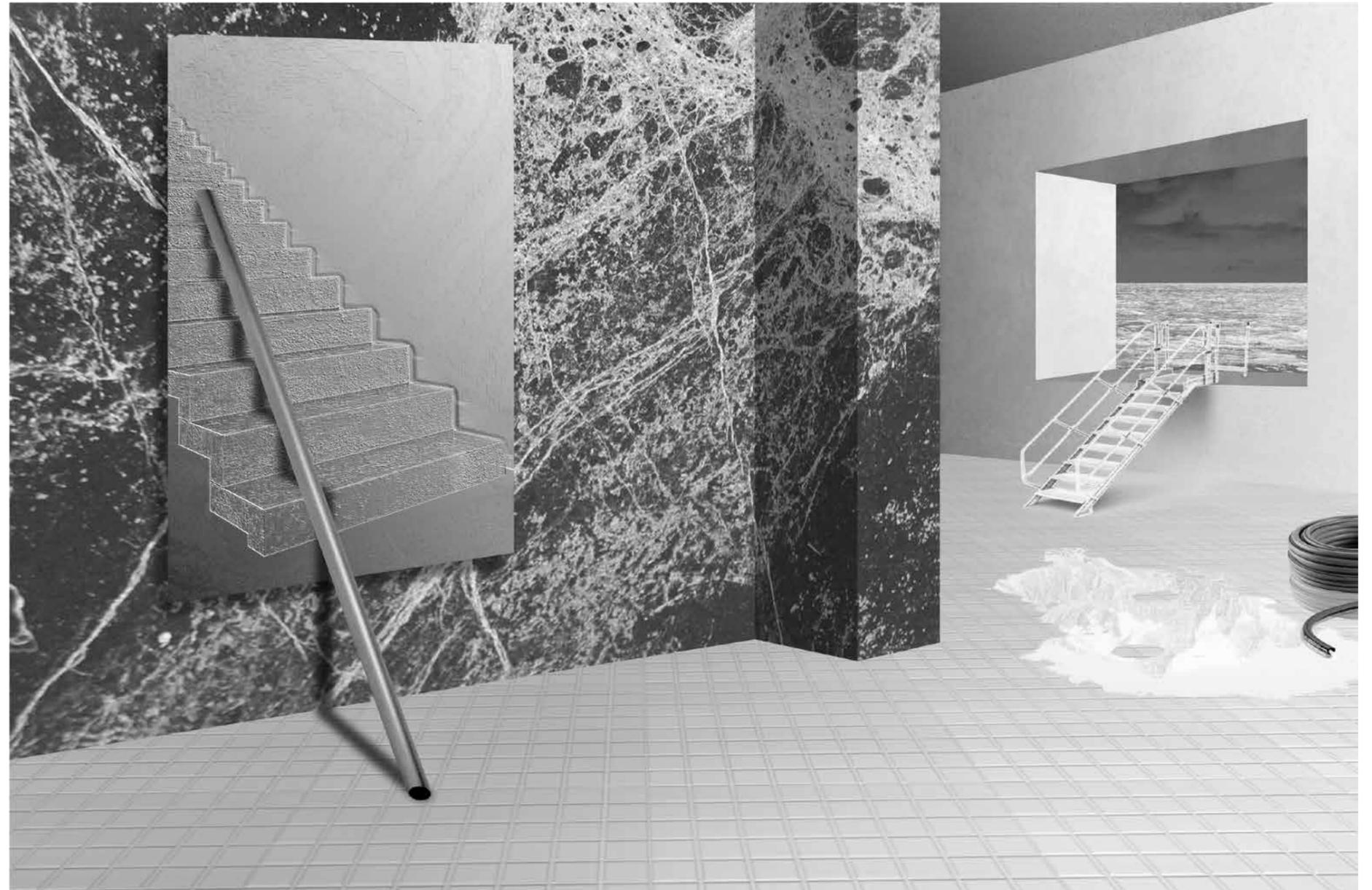


2016

ARCHIPEL 2

Collage numérique
Format variable.

L'Image a la capacité de représenter n'importe quelles données sur un même plan. Ici, chaque scènes se composent d'une sélection de source déjà existantes, leurs associations créent un nouveau propos. Les relations sont au centre de l'espace narratif, et en sont les seules nouveautés.



2016

ARCHIPEL 2

Collage numérique
Format variable.



2016

ARCHIPEL 2

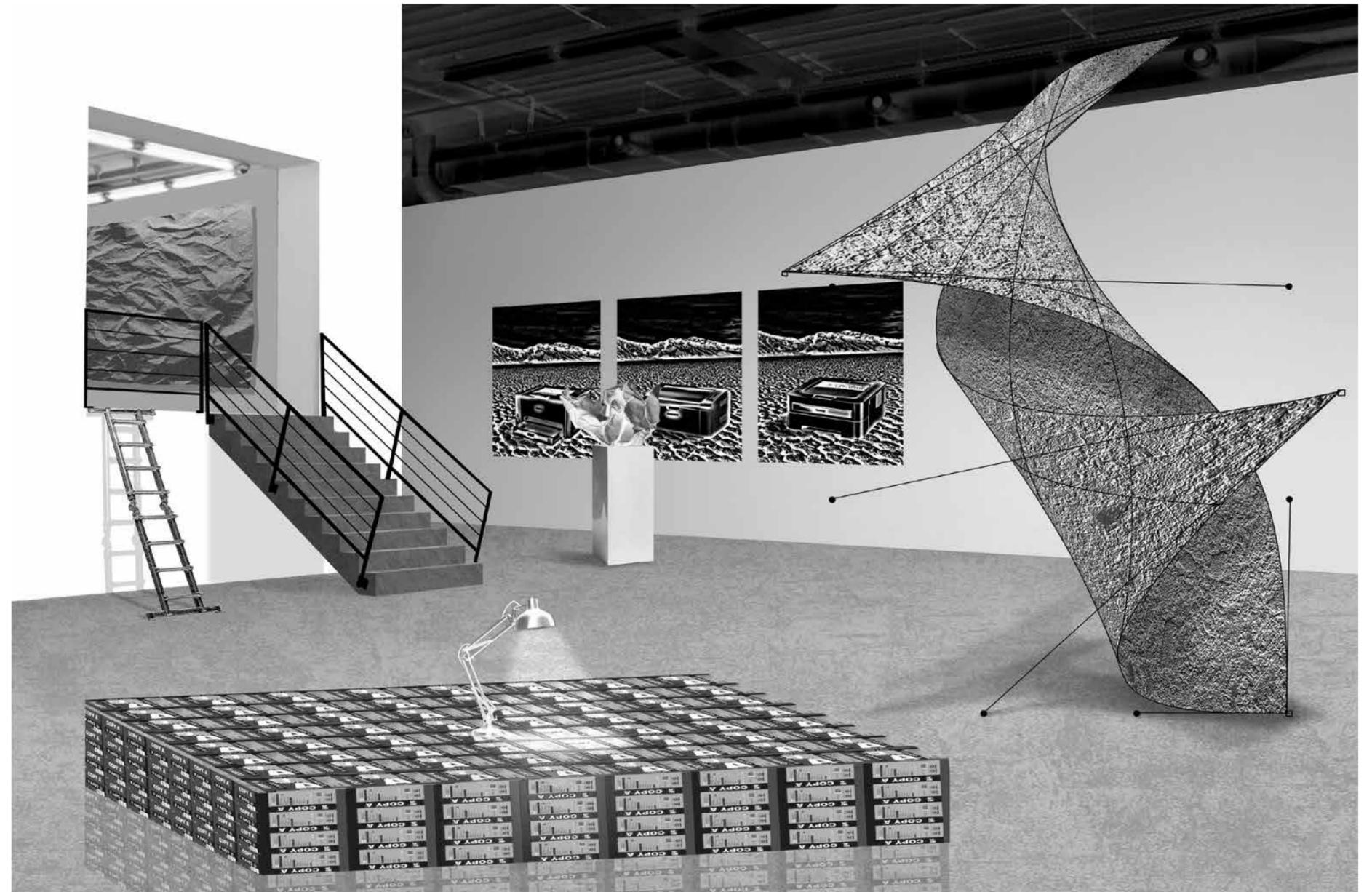
Collage numérique
Format variable.



2016

ARCHIPEL 2

Collage numérique
Format variable.



2016

ARCHIPEL 2

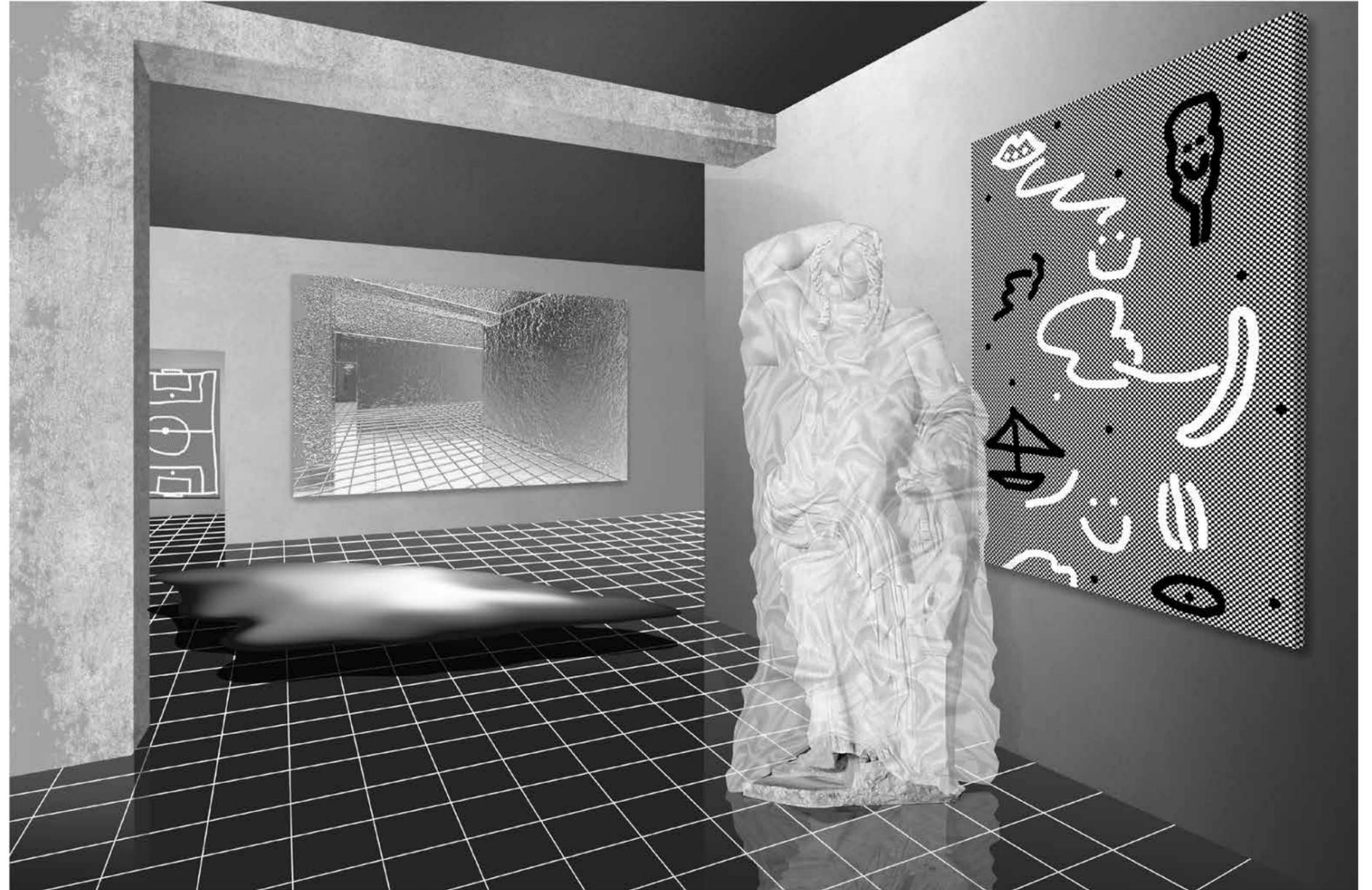
Collage numérique
Format variable.



2016

ARCHIPEL 2

Collage numérique
Format variable.



SAINTE-CROIX

Plexiglas, aluminium
120 x 100 x 25 cm

La croix verte est le symbole de la médecine occidentale, elle représente un modèle de santé mais aussi un modèle économique, celui de l'industrie pharmaceutique.

Toute une pharmacie a brûlé pour faire fondre cette croix. Après l'incendie, l'enseigne hors d'usage aurait du être jetée. Mais ce symbole déconstruit, se dérochant sur lui-même, raconte dans chacun de ses plis une nouvelle histoire qu'il faut conserver.

Une nuit, la croix fut arrachée du mur et mise en sûreté, là ou elle serait exposée et appréciée.



2017

JERRY CAN

Porcelaine, émaux industriels
29 x 17 x 15 cm

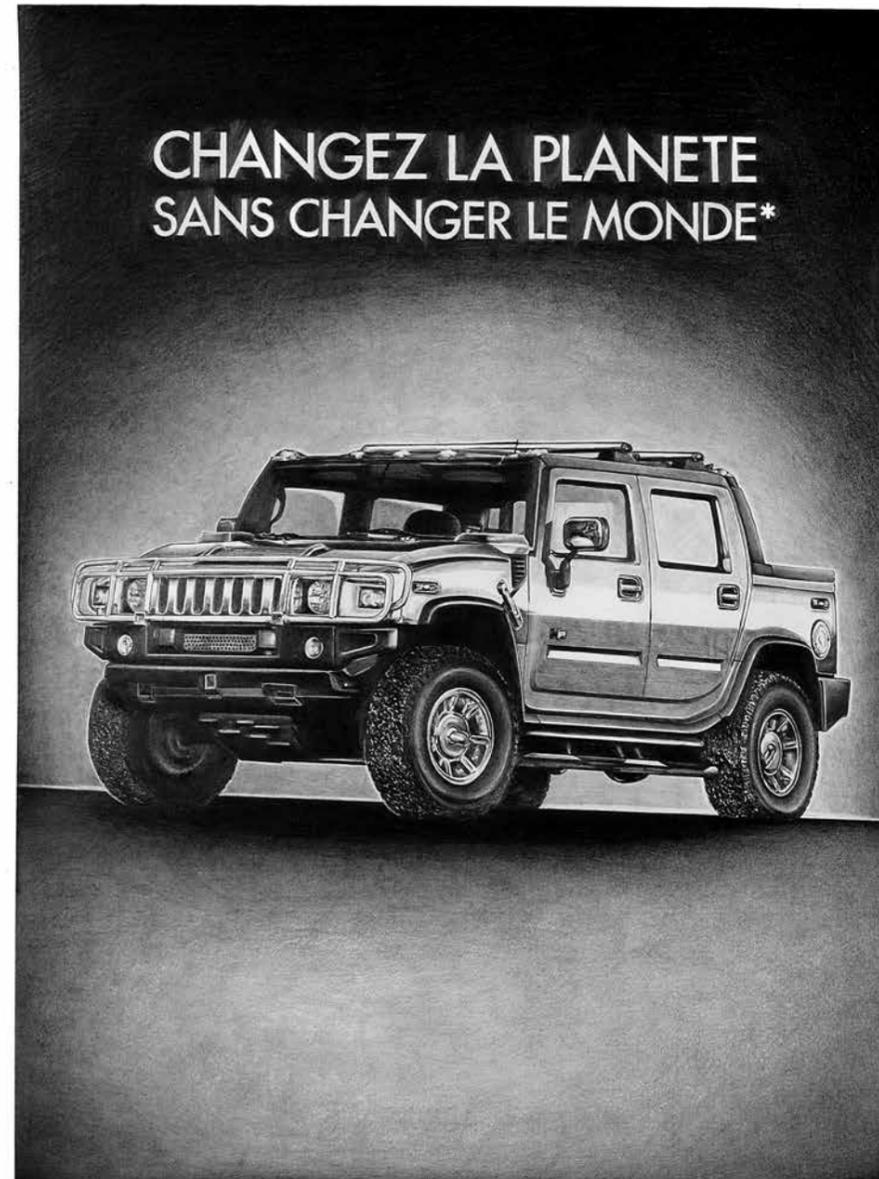
Le nom de David, (sans doute le nom du designer produit) est moulé en relief sur une des faces du jerrycan. Cet objet, magnifié et pérennisé par sa fabrication en porcelaine garde malgré tout sa fonction. David, ou quelqu'un d'autre, pourra l'utiliser avec une allumette contre le Goliath de son choix.



L'AUTO-DÉRISION

Mine de plomb sur papier simili japon 250g.
90X60cm

La phrase Changez la planète sans changer le monde signe comme un épitaphe ce dessin composé de détournement de codes publicitaire. L'objet central de cette contrefaçon est une voiture de la marque Humer, le voiture la plus polluante à travers le monde.



L'AutoDérision.
Roule à l'hummer

Pour les ego-responsables, demandez-vous pourquoi être environ-mental quand on peut être environ-normal ?*



FICION-SCIENCE

COOLONIALISME

Céramique, émaux industriels.
30 x 25 x 15 cm

Le casque de chantier est le descendant logique du casque colonial, leurs histoires sont liées. Sans immigration en dehors des murs, l'Europe telle qu'elle est n'existerait pas. Ces casques jaunes en sont les étoiles.

Cette version en céramique le sacralise et lui confère un nouveau statut : maintenant il est aussi fragile que noble.



2017

19,99 €

Mine de plomb sur papier Academia 250g.
21 x 29,7 cm

Pour 19,99 € il est possible de se faire livrer au pied de sa porte un casque colonial par amazon.com dès le lendemain. Ce dessin fais date de cet article présenté sur un mannequin blanc. Il est curieux de constater la vitesse à laquelle un objet peut perdre son histoire.



2017

BRUDER 2443 BULLDOZER

Mine de plomb estampé sur sérigraphie gonflante, papier barrière 80g, céramique et émaux industriels.
120 x 80 cm

Les traits nerveux d'un gribouillage d'enfant font apparaître l'image répétée d'un petit garçon souriant coiffé d'un casque de chantier au volant d'un bulldozer Bruder 2443. Ce dessin étrange d'une série de coloriage raté est soutenu par deux casque Coolonialisme.

Quel est cet enfant qui souhaite en cadeau une réplique d'un bulldozer?



2017

BARRIÈRE

Structure en barrière de manifestation, acier galvanisé, literie.
85 x 125 x 240 cm

Ce lit est construit à partir de barrière d'anti-manifestation volé dans la rue. Étrangement, entre ces barreaux on passe des nuits confortable et douce, le sommeil et les rêves entre ici comme partout ailleurs.



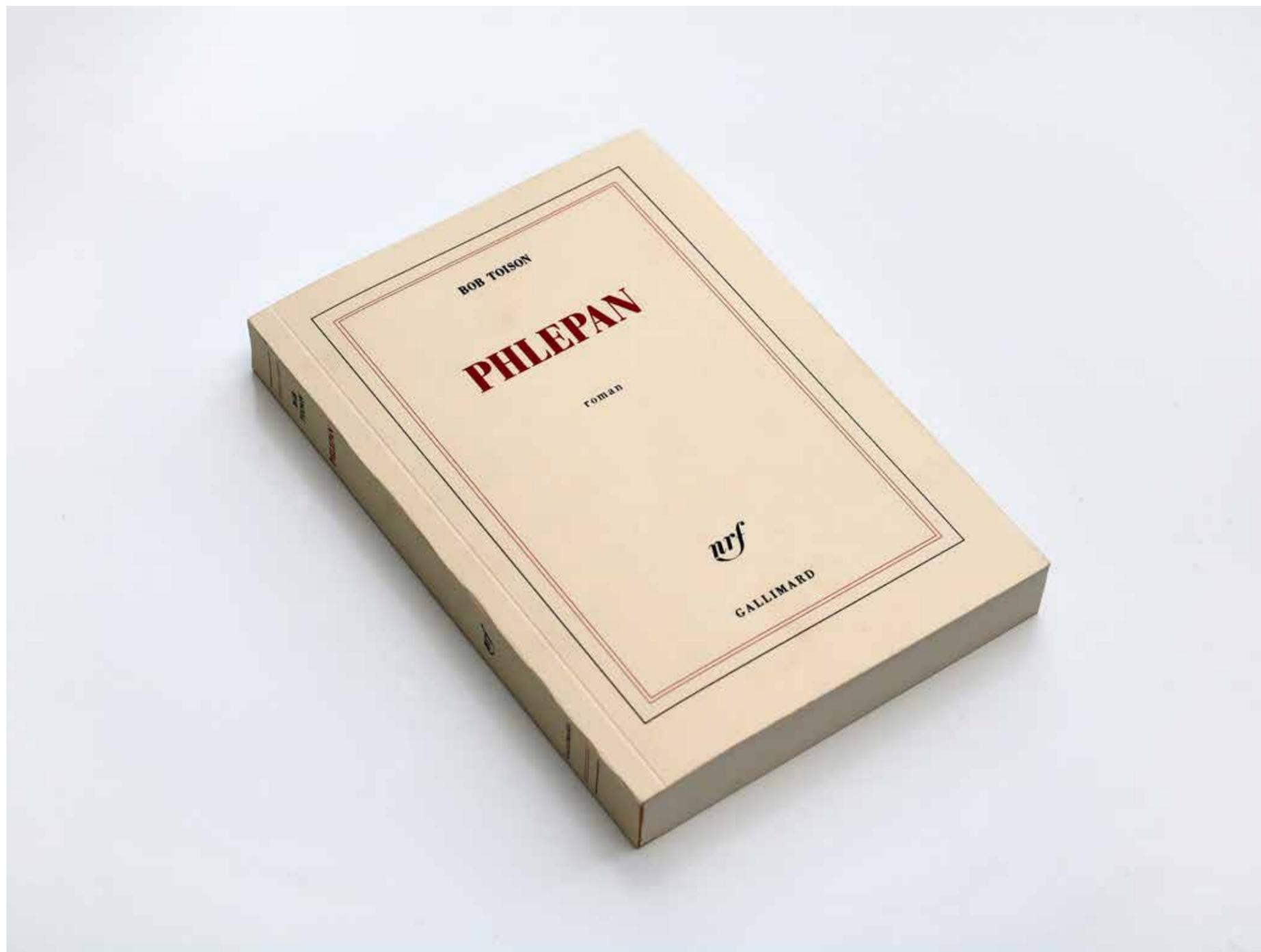
PHLEPAN

Impression laser sur papier simili japon 300g,
colle, bloc de feuille canson 80g.
14 x 18 x 3 cm

Phlepan est un objet créé à partir d'une fiction, c'est un des livres de l'auteur fictionnel Bob Toison, il est présenté dans l'émission parodique Apostrof réalisé par les Inconnus, cet objet est issue de la fiction.

« Comment celui qui ne connaît pas l'avenir pourrait-il comprendre le sens du présent ? Si nous ne savons pas vers quel avenir le présent nous mène, comment pourrions-nous dire que ce présent est bon ou mauvais, qu'il mérite notre adhésion, notre méfiance ou notre haine ? »
Interroge Lanmi Radekun en 2000 dans l'ignorance, année de naissance de Bob. Bob a choisi, il ne pense pas qu'il mérite son adhésion, cette méfiance se cristallise poétiquement dans l'écriture elle-même, loin des codes et du langage contemporain. Un pamphlet désabusé, gonflé et couillu, suscitant une polémique interne chez le lecteur. Le tableau qui y est peint ne laisse aucune place à l'espoir et nous amène à la porte du gouffre le plus attractif. Où la gravité physique de notre histoire commune, visitée dans ses ombres, n'a d'égal que la gravité qui nous tire vers le fond.

Bob Toison dit Bob s'est imposé comme une des voix majeure de la littérature contemporaine et internationale. Au fil d'un récit effréné, plein d'une innocence rageuse, d'inventions inquiétantes, il



s'inscrit dans la filiation de Chelmi Beckouel pour brocarder les dérives et l'hypocrisie des systèmes qui menace la liberté de parler, de penser, et la liberté de penser le parler.

Né en 2000, Bob Toison vit à Bobigny en Seine-Saint-Denis. Son œuvre a été récompensée par de nombreux et prestigieux prix littéraires, en France et à l'étranger.



2017

TRUE MAN

Coussin en toile de jute, impression numérique.
60 x 60 x 20 cm

Ce coussin est une fausse preuve racontant la suite hypothétique du film Truman show. À la dernière scène le personnage de Truman quitte son monde artificiel pour rejoindre le monde réel. Une sensation de liberté persiste à la fin du film, pourtant il est probable que jamais il ne le soit. Les millions de gens fanatique qui ont suivie sa vie jours après jours depuis sa naissance continueront à l'épier. Jamais Truman ne sera un individu libre.

Cet objet comme une relique d'un futur alternatif est une métaphore de la surmédiatisation des personnalités publique.

Cette photographie de Jim Carrey à était prise à l'enterrement de sa mère.



TRUMAN SHOW 1998

Photomontage, impression numérique.
18 x 10 cm

Photographie extraite du film Truman show en 1998. On y voit deux vieilles femmes assises devant la télévision, une d'elle tiens un coussin avec la tête de Jim carrey imprimé dessus.



2017

TRUMAN SHOW 2017

Photomontage, impression numérique .
18 x 10 cm

Photographie racontant la suite de Truman show après sa sortie du studio de télé-réalité. On retrouve les deux vieilles femmes 19 années après, toujours assises devant la télévision, une d'elle tiens un coussin imprimé avec la tête de l'actuel Jim Carrey.



2017

NATIONAL LOTTERY

Polaire, rembourrage, sérigraphie, encre textile.
150 x 100 x 80 cm

Cette peluche est à l'effigie de l'emblème de la National lottery. Cette mascotte ne sourit plus mais elle continue de croiser les doigts tant qu'il y a de l'espoir. Différents slogans et accroches de jeux de hasard, citation sur la chance et chiffre de probabilité forment ensemble un motif sur la peluche.



2017

KID'S DRUGS

22 céramiques, émaux industriels, résine époxy,
pigment.
Taille variable

Aucune drogue n'égale le sucre dans sa diversité
formelle et ses esthétiques, les bonbons sont des
pièces maîtresse.



2017

KID'S DRUGS

22 céramiques, émaux industriels, résine époxy,
pigment.
Taille variable



2017

LA PAROLE DE KÉVIN

Texte lu et enregistré par Gabriel Le Doze, la voix Française de Kevin Costner dans le Blockbuster de 1995, Waterworld.



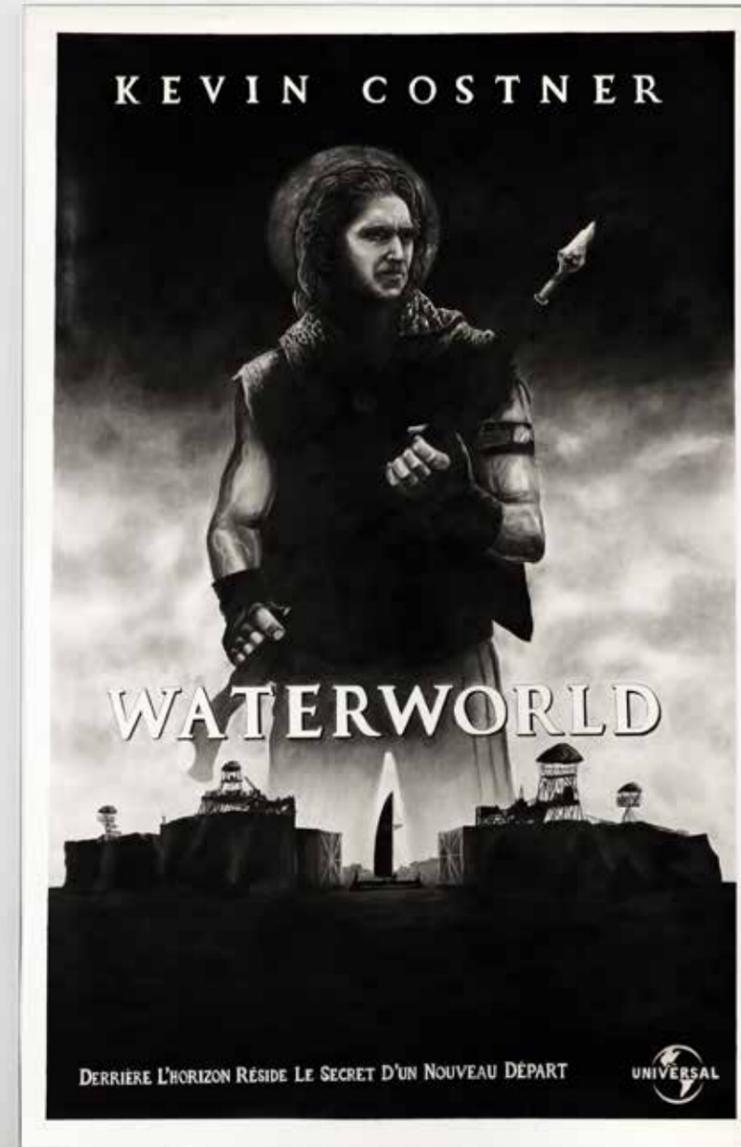
2017

K.C

Dessin au charbon sur papier Moulin du Roy
300g.
250 x 130 cm

« Derrière l'horizon réside le secret d'un nouveau départ. Universal »

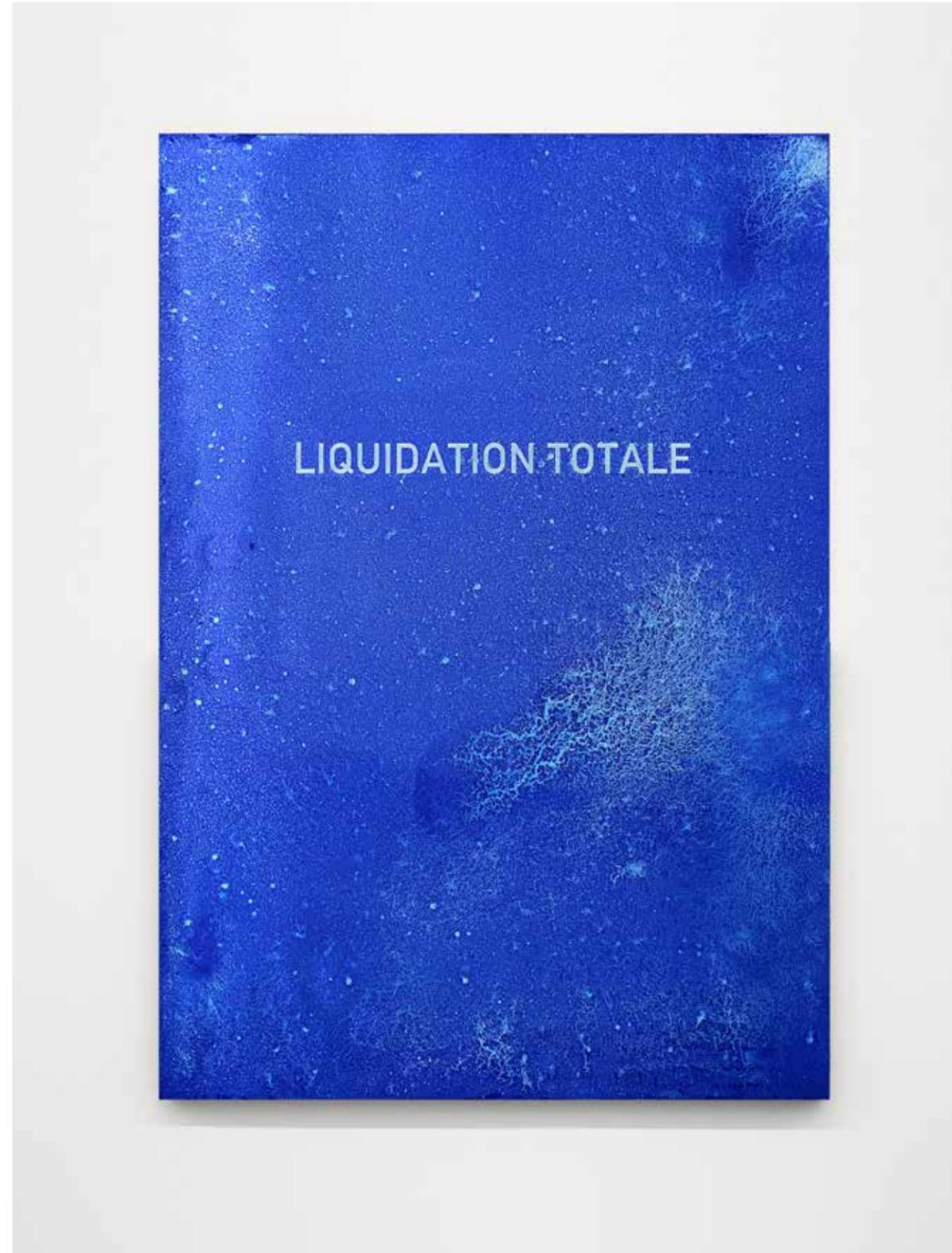
Cette phrase signe cette affiche du blockbuster Waterworld de 1995, le plus gros flop de l'industrie du cinéma hollywoodien. Kevin Costner est le nouveau Jesus Christ, messie de ce futur post-apocalyptique qui nous parle du présent, il a disparu à disparu des écrans après ce film.



LIQUIDATION TOTALE

Sérigraphie par trempage à l'eau sur aluminium,
résine époxy, gravure.
100 x 70 x 2 cm

Cette plaque dans lequel on se reflète comme
un miroir semble être l'échantillon d'un territoire
inondé vu du ciel. La sentence gravé liquidation
totale nous renvoi aussi bien à un magasin faisant
une grande démarque qu'au déluge biblique.



2017

IKB 1500

1500 puzzles, plastique, carton, impression jet
d'encre et sérigraphie.
40 x 30 x 4,5 cm

Beaucoup de gens pense qu'il n'y a rien de plus facile à faire que des monochromes, pourtant, très peu de gens s'y essaye, car pour se lancer dans ce genre de jeu il faut avoir de réelles convictions. Rien n'est réellement homogène, que ce soit un monochrome ou bien un discours.



OUT OF THE BLUE

Globe terrestre, pigment, vernis.
60 x 35 x 35 cm

Voilà à quoi ressemblerais le globe terrestre de Waterworld. Sans terre et sans frontière, sans forêt et sans désert, sans homme et sans guerre. Une seule île affleure à la surface de cet immensité bleu, à peine assez grande pour être une légende.



L'EAU-DELÀ

Mine de plomb sur papier simili japon 250g.
90X60cm

La phrase « Ici et maintenant, un monde inaccessible » orne comme un épitaphe ce dessin composé de détournement de codes publicitaire. L'objet central de cette contrefaçon est une bouteille de la marque Cristalline, l'eau la plus vendue à travers le monde.



L'Eau delà
Mad Âme!

Avec cette eau cristalline vous pourrez vous servir des multi-verres, dans un monde juste.



L'EAU DELÀ

2017

SUPER

Plexiglas, led, aluminium, câblage électrique.
80 x 280 x 25 cm

Lorsque le soleil se couche, les étoiles dessinent dans le ciel la constellation de market et nous guident dans le noir.

Cette enseigne soutirée à la multinationale Carrefour, exempte de son halo rouge habituel devient la lumière d'un autre marché, celui de l'art contemporain.



EX-NIHILO

Estampe sur presse taille-douce, transfert laser acétone.

50 x 50 cm x 50

Classiquement, il y a une matrice et de multiples impressions que l'on nomme originaux. Ici, la matrice est choisit parmi une infinité de semblables et l'épreuve est unique. Cette inversion glorifie l'empreinte d'un rebut en vanité. Ces produits qui semblent présent à l'infini nous font penser qu'ils sont éternels. Pourtant, tôt ou tard il ne seront plus reproduit. Ces objets sont déjà des reliques.

À la fin l'enveloppe et les signes qui définissaient la matrice laissent une trace désincarnée de ce qu'elle était et de ce qu'elle contenait. L'ensemble est un hommage aux objets du quotidien trop négligés, de notre environnement, de nos rites et coutumes.

Cette série met en tension le sacré et les déchets, le précieux et le pauvre, l'art et la consommation.



2017

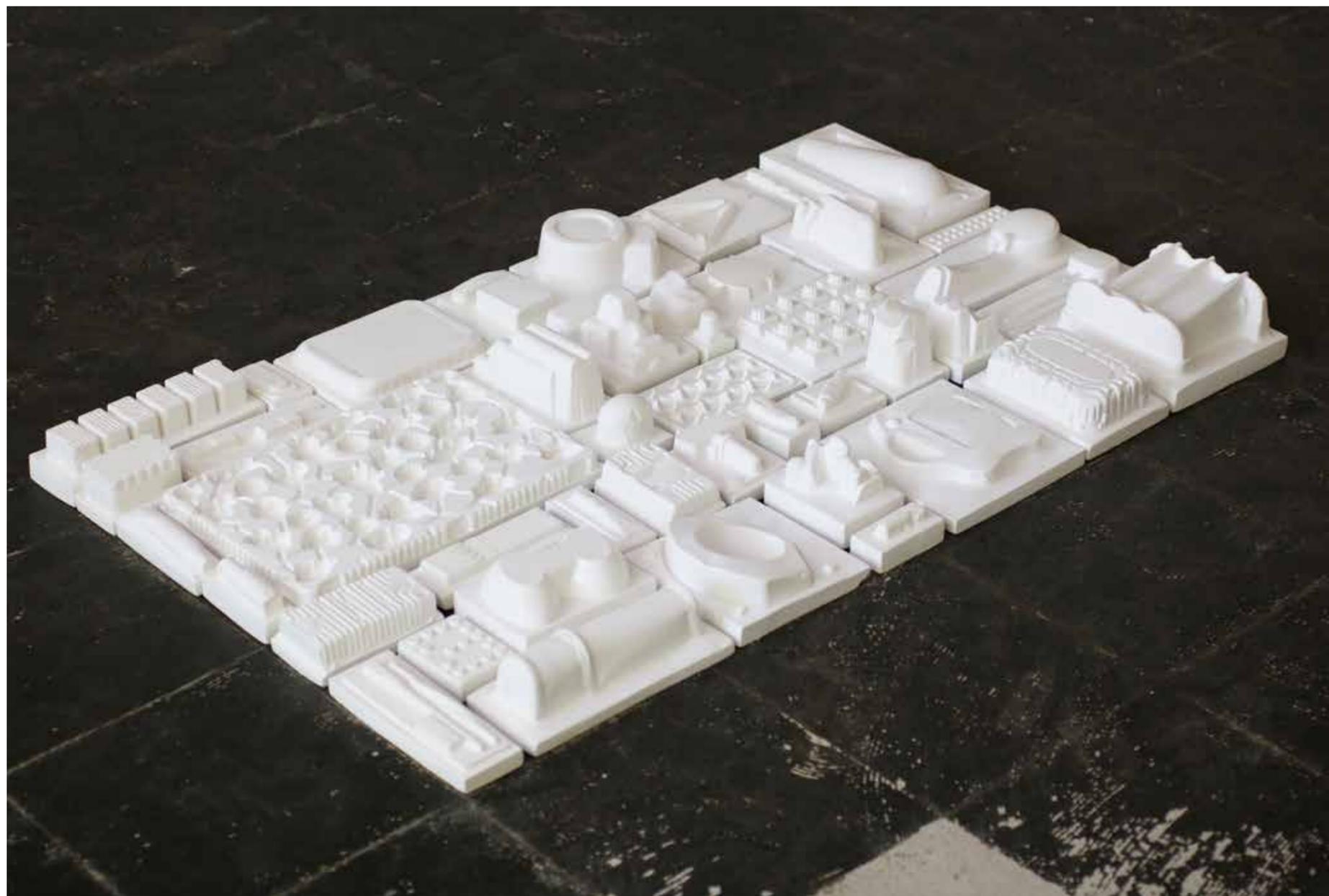
EX-VOTO

G-super, acrylique, vernis.
Taille variable x 50

Classiquement il y a un moule et de multiples épreuves, ici, la matrice est choisit parmi une infinité de semblables et l'épreuve est unique. Cette inversion glorifie l'empreinte d'un rebut en vanité. Ces produits qui semblent présent à l'infini nous font penser qu'ils sont éternels. Pourtant, tôt ou tard il ne seront plus reproduit. Ces objets sont déjà des reliques.

À la fin l'enveloppe et les signes qui définissaient la matrice laissent une trace désincarnée de ce qu'elle était et de ce qu'elle contenait. L'ensemble est un hommage particulier à la mésestimation des objets de notre quotidien, de notre environnement, de nos rites et coutumes.

Cette série met en tension le sacré et les déchets, le précieux et le pauvre, l'art et la consommation.



CRISTAL JACKPOT

Résine époxy, ticket à gratter
18 x 15 x 3,5 cm

Cristal Jackpot est une collection de tickets à gratter non découverts emprisonnés dans des blocs de résines.

Il est impossible d'extraire un de ces tickets pour connaître sa valeur réelle. L'objet est frustrant, même si les probabilités de gagner sont infimes, le doute persiste. C'est le mécanisme à l'oeuvre dans l'industrie du jeu. Arriver à s'en détacher, c'est aussi abandonner l'espoir de devenir millionnaire.

Comme dans la démonstration du chat de Shrodinguer, tant que la valeur réelle n'est pas démontrée, différentes possibilités coexistent simultanément, questionnant notre rapport au réel et à des concepts comme le hasard, la chance et la destinée.

Ce ticket à gratter renvoie à la part d'incertitude qui existe dans la définition de la valeur d'une oeuvre.



CRISTAL JACKPOT

Résine époxy, ticket à gratter
18 x 15 x 3,5 cm

Cristal Jackpot est une collection de tickets à gratter non découverts emprisonnés dans des blocs de résines.

Il est impossible d'extraire un de ces tickets pour connaître sa valeur réelle. L'objet est frustrant, même si les probabilités de gagner sont infimes, le doute persiste. C'est le mécanisme à l'oeuvre dans l'industrie du jeu. Arriver à s'en détacher, c'est aussi abandonner l'espoir de devenir millionnaire.

Comme dans la démonstration du chat de Shrodinguer, tant que la valeur réelle n'est pas démontrée, différentes possibilités coexistent simultanément, questionnant notre rapport au réel et à des concepts comme le hasard, la chance et la destinée.

Ce ticket à gratter renvoie à la part d'incertitude qui existe dans la définition de la valeur d'une oeuvre.



NATURALL

Mine de plomb sur papier moulin de Roy, 300g
130 x 90 cm

Naturall nous montre l'intérieur d'un paquet de chip's, exempt de toute marque et d'image. Cette absence de représentation lui confère le statut d'archétype, ce paquet devient le représentant de tous les autres.

Une relation est elle possible entre un paquet de chip's chromé et la théorie des formes de Platon?



2018

REGULAR PETROLL

Céramique, pigment, résine époxy.
45 x 25 x 7 cm
Réalisation avec Hugo Ruyant

Ces oiseaux sont à la fois un emblème de puissance, une représentation naturaliste et un signe héraldique. Ici, les postures de pouvoir sont renversées, l'objet est au sol englué dans une mare de pétrole.



SAM€ SAM€ BUT DIFFERENT

Pièce de 1€ en cupronikel et cuivre, emballage thermoformé en plexiglas.

15 x 9 x 4 cm

100 exemplaires

Sam€ sam€ but différent est une série de pièces de 1€ logés dans des emballages transparents sur lesquelles figure l'inscription LUCK. Toutes ces pièces ont deux faces identiques.

Cette transformation propose une histoire singulière, changeant le statut d'objet usuel en lui assignant une nouvelle valeur. Créer de la préciosité, c'est peut-être la définition du fonctionnement du marché de l'art. L'utilisation d'une pièce de 1€ pour parler de « valeur » est un choix symbolique représentant sa principale forme, « l'argent ».

C'est aussi une liberté offerte contre l'hégémonie de l'état en matière de monnaie. En effet toute transformation ou falsification de celle-ci est illégale, sauf dans le contexte de l'art.

C'est de plus une tentative de contrôle du hasard, transformant le « pile ou face » en « pile ou pile », en « face à face ».



PISTOLETTO AJAX

Impression UV sur miroir.
40 x 30 x 1 cm

Ajax est une reproduction à taille réelle d'un spray pour vitre, imprimée sur un miroir. Cet objet se réfère à l'Arte Povera et aux travaux de l'artiste Michelangelo Pistoletto.

Le miroir interroge la notion de temps présent, son reflet étant par nature toujours actuel. La représentation et le support s'autoalimentent, interrogeant le reflet et son objet.

Cette association parle de notre époque où l'image de soi est essentielle dans nos rapport sociaux. Cette image n'est pas un reflet sincère de notre identité réelle. Faire marque dans le monde numérique et collecter des signes d'adhésion d'une communauté est une nécessité pour « valider » son existence.



ALDI, PAR MICHAEL

Huile sur toile en lin et caisse américaine.
60 x 90 x 3 cm

« Une authentique nature morte naît le jour où un peintre prend la décision fondamentale de choisir comme sujet et d'organiser en une entité plastique un groupe d'objets. Qu'en fonction du temps et du milieu où il travaille, il les charge de toutes sortes d'allusions spirituelles, ne change rien à son profond dessein d'artiste : celui de nous imposer son émotion poétique devant la beauté qu'il a entrevue dans ces objets et leur assemblage. » Charles Sterling, 1952.

Cette huile sur toile a été peinte par une entreprise de reproduction d'après la photographie figurant les courses dans une enseigne hard discount. La signature Michael, apposée après réception de la toile, est le nom du peintre exécutant choisi parmi le catalogue proposé en référence à l'artiste classique.

Aldi peint par Michael est une série de confrontations: le classicisme de la nature morte et sa production standardisé par une entreprise chinoise, la noblesse des objets habituellement représentés et la trivialité de ceux montrés ici. Se rajoute la problématique de l'appropriation par l'artiste contemporain du travail réalisé par d'autres.



LIDL, PAR DAVID

Huile sur toile en lin et caisse américaine.
60 x 90 x 3 cm

« Une authentique nature morte naît le jour où un peintre prend la décision fondamentale de choisir comme sujet et d'organiser en une entité plastique un groupe d'objets. Qu'en fonction du temps et du milieu où il travaille, il les charge de toutes sortes d'allusions spirituelles, ne change rien à son profond dessein d'artiste : celui de nous imposer son émotion poétique devant la beauté qu'il a entrevue dans ces objets et leur assemblage. » Charles Sterling, 1952.

Cette huile sur toile a été peinte par une entreprise de reproduction d'après la photographie figurant les courses dans une enseigne hard discount. La signature David, apposée après réception de la toile, est le nom du peintre exécutant choisi parmi le catalogue proposé en référence à l'artiste classique.

Lidl peint par David est une série de confrontations: le classicisme de la nature morte et sa production standardisé par une entreprise chinoise, la noblesse des objets habituellement représentés et la trivialité de ceux montrés ici. Se rajoute la problématique de l'appropriation par l'artiste contemporain du travail réalisé par d'autres.



2018

EVERYDAY MOUCHOIR

Céramique et oxyde de fer et de cuivre
8 x 4 x 5 cm

Reproduction de paquets de mouchoirs de la
marque « Everyday », marque discount, en faux
bronze à la manière de lingots précieux.



2018

DOUBLE ÉPAISSEUR

Mine de plomb estampé sur sérigraphie gonflante,
papier barrière 80g, contrecollé.
60 x 80 cm

Un gribouillage d'enfant fait apparaître la figure
d'une femme tenant au coin de l'oeil un mouchoir
en papier de la marque « Everyday », une icône
d'hard Discount. Ce dyptique répète la même
image en symétrie, où chacune des pleureuses
pointe du doigt son reflet.



2018

MADE TO MOVE

Impression UV sur aluminium, bois calciné, résine.
75 xx 55x 4 cm

La photographie Made to move encadrée de charbon figure le slogan Shell des années 90 en flammes. Cette campagne publicitaire défendait des valeurs comme le mouvement, la vitesse et la puissance, un idéal aujourd'hui souvent décrié. Avec Make the future, sa nouvelle campagne « greenwashing » mime un engagement et une éco-responsabilité. Sa transition vers les biogaz est plutôt une conséquence de l'appauvrissement des ressources et la rarification des puits qu'une véritable motivation écologique.



2018

CORPORATE COAT OF ARMS

Aluminium, pigment, résine époxy.
50 x 50 x 25 cm

Comme un memento, cette collection de pin's géants expose les logos des plus grandes compagnies pétrolières. Dans les années 80/90's le pin's était le cadeau clients d'usage, offert dans le but de construire un « capital sympathie » aux marques et tenter de devenir des symboles populaires.

Aujourd'hui les multinationales pétrolières jouent plutôt la carte de la discrétion et de la division. Pour mieux régner elles évitent la surreprésentation et l'image monopolistique en diversifiant leur identité par l'achat de filiales. Cette stratégie leur permet de proposer l'illusion d'un choix.

Le changement d'échelle transforme les pin's en blason, symbole d'une hégémonie familiale, mais aussi en bouclier défendant leurs armoiries. La pique de l'attache, elle, devient une arme redoutable.



2018

CORPORATE COAT OF ARMS

Aluminium, pigment, résine époxy.
50 x 50 x 25 cm



2018

PUBLIC CITÉ

Impression UV sur aluminium, 6 fléchettes en aluminium.
100 x 71 x 10 cm

Six ballons métallisés encore vierges de toute publicité flottent sur une épaisse plaque d'aluminium. Six fléchettes d'acier les transpercent dans un temps suspendu. La surface des ballons d'hélium est un miroir qui ne reflète rien, sans aucune impression publicitaire. Le concept de publicité vierge est une utopie.



2019

LA CRÉATURE, LE CRÉATEUR, LE CURATEUR

Série de dessin à la mine de plomb sur papier
Academia 220g.
54,5 x 74,5 cm

Cette série de dessins représente des expositions fictives dans des institutions réelles. Ces espaces fictionnels sont aussi descriptifs dans leurs formes et leurs associations que le seraient les véritables expositions.

Des œuvres réelles et imaginaires se mêlent dans ces lieux de représentations et de recherches. De ces espaces supposés sont extraites et réellement produites certaines pièces, créant ainsi une boucle entre réel et fiction.

Mais à-t-on encore besoin de produire réellement l'objet alors que sa représentation suffit à le faire exister?

Ce concept présente différents niveaux de lectures dans l'espace clos de l'exposition. Ces additions d'analogies engendrent une narration à la manière d'un « marabout d'ficelle », et non la démonstration d'une équation stable.

En fond, il y a une réflexion sur les rapports entre les différents acteurs de la valeur des œuvres, du marché de l'art contemporain et de son histoire. La question sous-jacente est le statut de « celui qui choisit ».

2019

N°1, EVERLAST,
MUSÉE SOLOMON R
GUGGENHEIM, 2019

Mine de plomb sur papier Academia 220g.
54,5 x 74,5 cm

Dans cette exposition on retrouve installé au centre la sculpture en stéatite blanche Born, figurant la lutte entre deux hommes. Le visage et le bras du dominant sont échoués au sol. Dans son dos, kit-kat, une énorme « power protein bar » en bronze peint est installée sur une scène. Derrière elle, le dessin d'abdominaux Dead, le patern du logo Sunlight Lighter like sun et la sculpture en bronze d'un bodybuilder Culture semblent fondre comme de la graisse exposée à la chaleur. Les dernières pièces qui s'inscrivent dans cet espace sont le dessin du visage larmoyant Roldy, auquel répond Soon, une sculpture faite de deux sac de frappe, Everlast, évoquant une paire de testicule, symbole d'une masculinité remise en question.

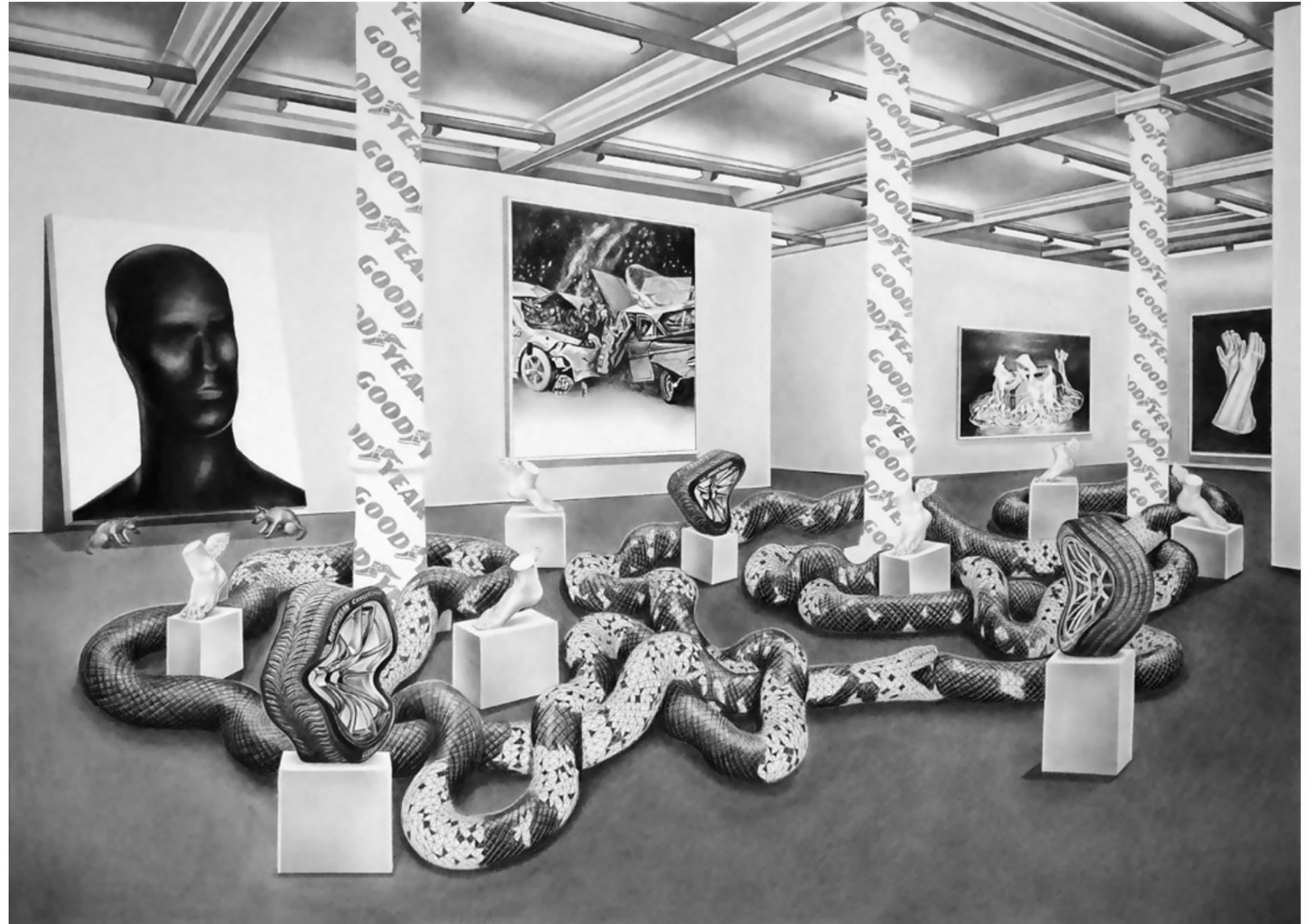


2019

N°2, GOODYEAR, MARIANNE GOODMAN GALLERY, 2019

Mine de plomb sur papier Academia 220g.
54,5 x 74,5 cm

Dans cette exposition on retrouve la marque Good year en patern autour des colonnes soutenant l'espace. À leurs pieds, les multiples Hermes sculptés en stéatite blanche jonchent le sol. À leur côté, le serpent géant Ouroboros s'étire; entre les vides qu'il crée quelques pneus déformés Michemin, rythment l'espace. L'homme est un loup pour l'homme, un mannequin géant d'ébène porté par deux loups en céramique regarde le serpent. Sur le mur, le dessin USChinA montre l'accident de deux voitures américaine et chinoise. En face la photographie Jerry Can figure un jerrycan d'essence enflammé.



2019

N°3, ALL BRAND, GALERIE PRAZ DELAVALLADE, 2019

Mine de plomb sur papier Academia 220g.
54,5 x 74,5 cm

Dans cette exposition on retrouve l'enseigne détournée All Brand flottant sur un mur comme une clé de lecture de l'ensemble. En face, l'installation 125 kg est composée d'une multitude de paquets de Crunch. Plus loin une contrefaçon du logo Kellogg's, Hello John, hello Anna. Sur le sol deux bronzes peints trônent, Atlas pepsico, une sculpture édifiant trois hommes portant des planètes, secondé par une autre figurant le corps de la louve capitoline et le visage de Capito crisp. Le dernier objet de cette exposition semble déborder de son cadre, dessin d'un bol renversé Milky Way porté par deux hommes en bronze en position crunch (muscultation). Cet ensemble se reflète dans une flaque de lait.



2019

N°4, PETROLL, ALMINE RECH GALLERY, 2019

Mine de plomb sur papier Academia 220g.
54,5 x 74,5 cm

Dans cette exposition on retrouve le dessin A black Hellhound, chimère cracheuse de flamme issue de la fusion d'une peinture flamande et du logo de la compagnie Agip. À côté, le slogan Shell des années 90 Made to move est écrit en flammes. Sur le sol, comme des mementos, la collection des pin's géants des logos des grands groupes pétroliers Corporate coat of arms nous rapellent d'anciennes armoiries. Au dessus de la sculpture géante d'un buste fondu All's well that ends well, le néon petroll éclaire les ténèbres.



A BLACK HELLHOUND

Graphite sur papier Fabriano 220g.
160 x 125 cm

A black hellhound exposé pour la première fois à Anvers, est un hommage à la peinture A white Greyhound de Paul de Vos, peintre Anversois du XVII^{ème} siècle. C'est aussi une référence directe au logo de la firme pétrolière AGIP. Ce chien à six pattes conçu en 1952 par le sculpteur Luigi Broggin évoque les quatre roues d'une voiture, ajoutées aux deux jambes du conducteur. Cette association crée une version post-moderne du Cerbère.

Le lévrier que l'on retrouve dans toutes les civilisations depuis le néolithique est parfois considéré comme le premier type de chien spécialisé par l'homme. Ce chien noble, tendineux, et musclé et un animal sélectionné au fil du temps pour obtenir les individus les plus performants, il est la première sculpture vivante.



ESSO WAS HERE

Résine époxy, pigment, acrylique, bois.
102 x 31 x 3,5 cm

Esso was here est un anachronisme qui invente le logo d'une compagnie pétrolière qui serait présente à l'époque médiévale. Il envisage le pétrole comme un combustible moyenâgeux et pose la question de son avenir.

Ce caractère gothique renvoie à l'une des première police de l'histoire, la Blackletter. Elle apparaît au XVème siècle dans le premier livre imprimé, la Bible de Gutenberg.

Aujourd'hui c'est le lexique visuel du heavy metal qui l'utilise. Désormais elle évoque Satan plutôt que Dieu.



2019

HELL STATION, SOMEWHERE, SOMEWHERE

Graphite sur papier Fabriano, 220g.
70 x 100 cm

Le titre Hell station, somewhere, somewhere est un hommage au livre Twentysix Gasoline Stations de l'artiste américain Edward Ruscha. Le dessin représente un modèle 3D de station essence Shell sans la lettre S; l'existence de ce bâtiment n'est pas démontrée.



2019

HARVEY, HAVE A HAPPY DAY, HAVE A HAPPY LIFE

Impression UV sur miroir, résine époxy.
42 x 42 x 2 cm

Un miroir noir et rond pour contempler son reflet dans un sourire flamboyant . Cette oeuvre se réfère à l'histoire du smiley, icône universelle de la post-modernité.

Le slogan de l'entreprise Smiley World « Have a happy day, have a happy life » invite à relire l'histoire de Harvey Ross Ball, le créateur du premier smiley. Au départ, un simple logo rémunéré 45 dollars pour remonter le moral des employés d'une entreprise d'assurance. L'image laissé libre de droit sera déposé par Franklin Loufrany pendant que Harvey fais la guerre au Vietnam. À son retour la license rapporte 1000 fois plus tous les jours.



2019

DON'T FEED THE TROLL

Typographie néon.
90 x 35 x 5 cm

L'origine du « troll », cette créature folklorique qui s'oppose par nature à l'humanité fait aujourd'hui référence sur internet à un personnage déshumanisé, hostile et provocateur qui focalise l'attention d'une communauté sur un faux débat. Les conversations ayant comme sujet le pétrole et ses conséquences écologique monopolise et sclérose le débat. Le pétrole est un troll.

Cette typographie en feu renvoie à trois références, les flammes des torchères pétrolières, l'esthétique « tuning » et le « flaming », ce nom donné aux propos très polémiques sur internet.



2019

SPIRIT OF WATER

Affiche publicitaire, impression jet d'encre sur carton, pack d'eau, bois, peinture.
220 x 110 x 20 cm

Cette publicité sans nom, sans marque et composé d'un montage de plusieurs image a été trouvé dans une poubelle.

Une fois portée par deux pack de bouteille d'Evian en dégradé de rose et bleu elle semble être une ode à l'eau « source de vie ». Il se dégage une étrangeté dans cette association d'objets marchands, comme un sentiment mystique qui dépasse le simple statut des produits qui la compose.

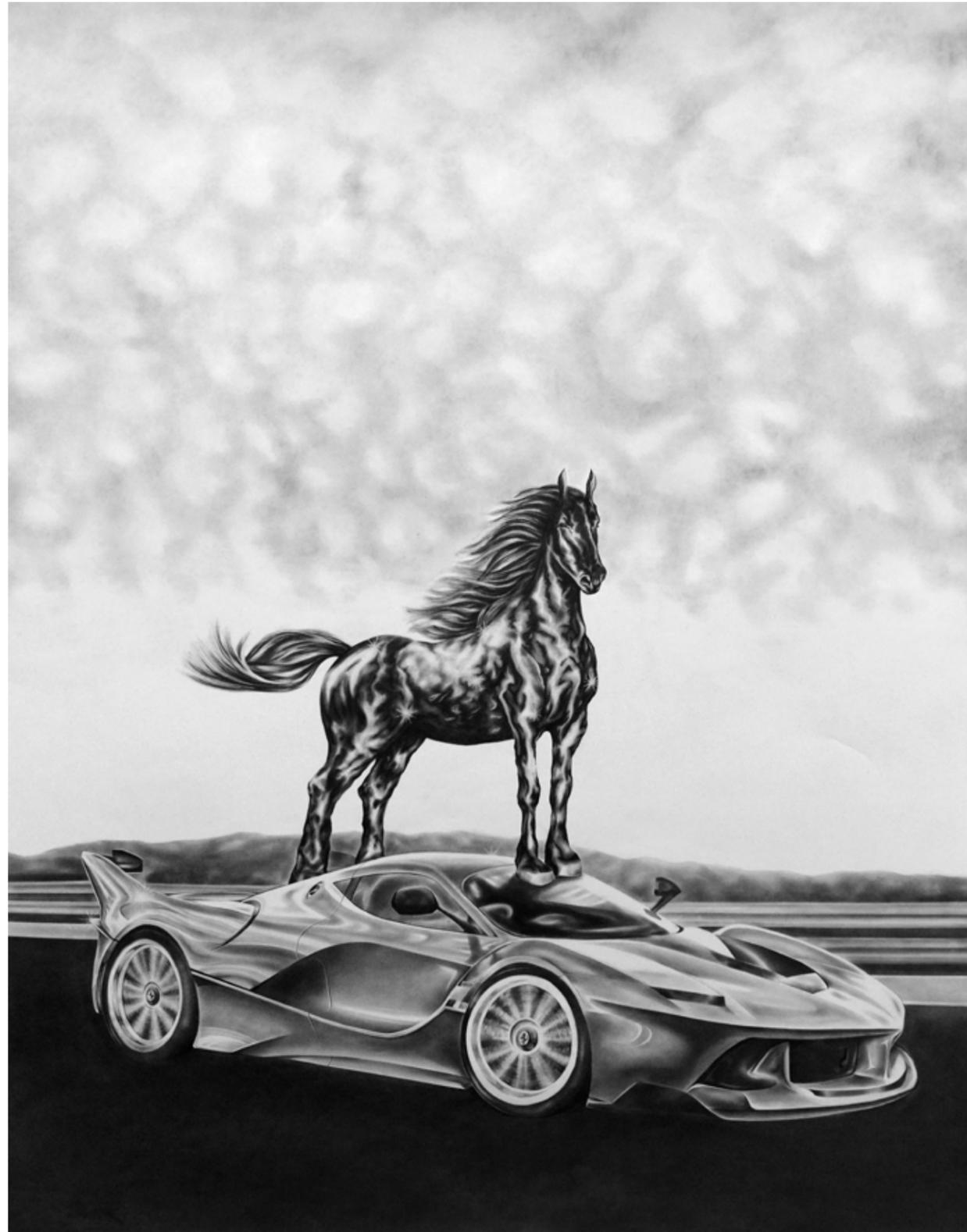


FERRARIIIIIIIII

Graphite sur papier Fabriano 220g, contrecollé.
139,5 x 176 cm

« Nous déclarons que la splendeur du monde s'est enrichie d'une beauté nouvelle : la beauté de la vitesse. Une automobile de course avec son coffre orné de gros tuyaux tels des serpents à l'haleine explosive... Une automobile rugissante, qui a l'air de courir sur de la mitraille, est plus belle que la Victoire de Samothrace. » Filippo Tommaso Marinetti

Plus adepte de la lenteur, est ce qu'une voiture est plus belle qu'un cheval?



2019

INFINITE WATER FOUNTAIN

Eau contrex, résine époxy, colle à carrelage, mousse polyuréthane, polystyrène, acrylique, pigment, graphite, mousse plastique, bouteille de contrex, pompe.
119 x 49 x 61 cm

Infinite water fountain montre un cycle de l'eau où la source démarre dans une bouteille de plastique et coule à l'infinie sur des rochers recouverts de pétrole.

La fontaine de cascades de caillou est un objet paradoxal au même titre que les eaux minérales. L'un présente une nature artificielle comme un archétype de décoration zen, et l'autre représente la pureté de l'eau alors qu'elle engendre sa pollution.

Le message original de Contrex « le plus important dans cette eau c'est ce qu'on ne voit pas » prend un nouveau sens dans cette sculpture.



DANIEL DANS LA FOSSE AUX LIONS, RUBENS

Graphite sur papier Fabriano 220g, contrecollé.
160 x 224 x 4 cm

Daniel dans la fosse aux lions peinte par Rubens représente le Saint Daniel qui fut jeté aux lions par deux fois car sa croyance en Dieux n'était pas celle du pouvoir. Il sort de ces épreuves indemne protégée par sa foi.

Les récits moralistes qui accompagnent cette peinture sont destinés à ridiculiser l'idolâtrie et à montrer que ceux qui adorent le vrai Dieu seront protégés dans les périodes de difficulté. Dans cette version la croyance de Daniel ne l'a pas protégé, aucun ange n'a fermé la gueule des lions. Cette image refuse l'idolâtrie sans vendre de meilleure croyance.



LAYS NATURE

Paquet de chips Lay's, borax, poudre d'aluminium, résine époxy thermique, résine époxy, pigment, colorant alimentaire, tissus, tige d'acier.
17 x 11 x 26 cm

Cette géode cristallisée artificiellement dans un paquet de chips semble être un objet rapporté d'un futur hypothétique. Les géodes se forment sur des millions d'années à partir d'une poche d'air ou de gaz enfermée dans une roche et il n'y a que de l'air dans les paquets de chips.



2020

EXCALIBUR COCKTAIL APERICUBE

Résine polyester, pigment, résine époxy, acrylique,
plâtre.

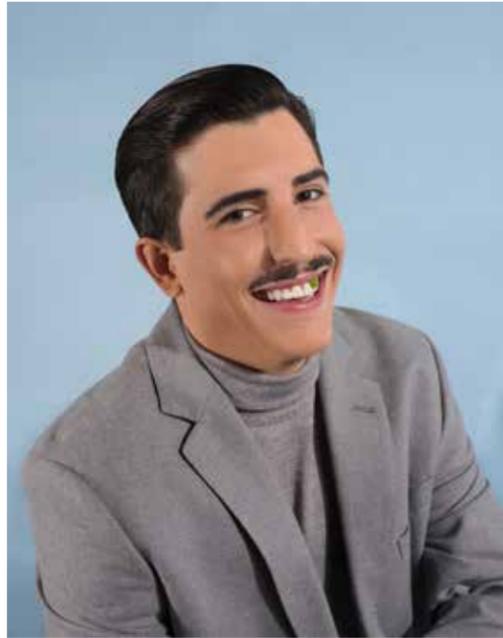
111 x 27 x 27 cm

Excalibur l'épée magique et légendaire du roi Arthur à la réputation de pouvoir trancher toute matière. Dans cette version elle prend la forme d'une épée à cocktail enfoncée dans son rocher apéricube.

Une sculpture grandiose d'un apéritif ridicule.



CURRICULUM VITAE



LEO LUCCIONI
(b.1994, France)
leoluccioni.com

CONTACT

W leoluccioni.com
M leofrancoisluccioni@gmail.com

T +32 495362651
+ 33 621919147

A Leo Luccioni
77, Rue Garibaldi
1060 Saint-Gilles
Bruxelles, Belgique

EDUCATION

2017 Master Printmaking
La Cambre, École
Nationale Supérieure des
Arts visuels
Bruxelles, BE

SOLO EXHIBITIONS

2020 Robinson without Vendredi
Nada Housse
Stems Gallery
Jun, New-York, US

Egrogorien
Everyday Gallery (YYY)
Sep, Anvers, BE

Hyperstition
Centre Intermonde
Jan, La Rochelle, FR

2019 Nul si découvert
Hotel de ville de Paris
Nov, Paris, FR

2018 SALE
Moonens Foundation
Jun, Brussels, BE

GROUP EXHIBITIONS

2020 Digestive disaster,
lucky star
Stems Gallery
Jan, Brussels, BE

Prix Louis Schmidt
Salle Allende
Jan, Brussels, BE

TUMULUS
Everyday Gallery (YYY)
Feb, Anvers, BE

PETANQUE CLUB
SILENCE
boulodrome Charle Picqué
Jun, Brussels, BE

2019 Printfighter
galerie 100 Titres
Apr, Brussels, BE

In Real Life
Everyday Gallery (YYY)
May, Anvers, BE

Satellizing
Verbeke Foundation
Jun, Kemzeke, BE

App'art
Galerie Terrain vagh
Jul, Paris, FR

Petroll
Artcontest
Espace Vanderborgh
Oct, Brussels, BE

2018 Variations On Raw
la Quincaillerie
Jan, Brussels, BE

ATT & D
Bozar
Jan, Bruxelles, BE

AFTERSHAVE
Moonens Foundation
Feb, Brussels, BE

Le Redoublement
Gallery Artink
Mar, Brussels, BE

OVERPRINT
Centre de la Gravure et
d'image imprimée
Apr, La Louvière, BE

KOMASK
Royal academy of fine arts
Apr, Anvers, BE

ART&SWAP
Jun, Buenos Aires, AR

Prix DACOS
Museum la Boverie
Oct, Liège, BE

Triennale des coups de
cœur
Hotel Van de Velde
Oct, Brussels, BE

LA TOTALE
Studio-Orta-Les moulins
Oct, Boissy le Châtel, FR

À l'oeil
Molière Project curaté par
Laurent de Meyer
Nov, Brussels, BE

2017 Performance International
Printmaking Union
Tate Modern
Jan, London, UK

Prix Médiatine
La Médiatine
Feb, Brussels, BE

Annihilation
Lethaby gallery
Mar, London, UK

International Printmaking
Biennial
musée de la Boverie
Mar, Liège, BE

Gallery SMM
YIA art fair
Apr, Brussels, BE

Young contemporary
Off Course art fair
Apr, Brussels, BE

Burnworld, Waterworld,
Marketworld
Jun, Brussels, BE

Beside, too
PMK
Jun, Brussels, BE

2016 DÉCAMPER
La Vallée
with Thomas Perroteau
Mar, Brussels, BE

ARTAGON
Région francophone
Feb, Brussels, BE

Pathfinder
PMK
Jun, Brussels, BE

SKETCH MY MIND
with Louis Tamlyn
Brussels, BE