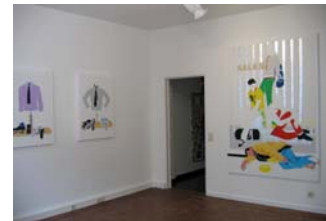


## *SHOP TILL YOU DROP*

Sous couvert d'un slogan publicitaire, Eric Adam (La Louvière 1960) nous présente le tableau comme vitrine du monde, un système de consommation qui se met en scène, une réflexion cruelle et drôle sur notre société. Sans provocation, il pointe du doigt une réalité choquante mais avec ce regard sans complaisance qu'il a toujours porté sur le monde qui l'entoure.

L'artiste nous a habitué à ses mises en abyme des dérives de la société contemporaine: les icônes déchues qu'il détourne (*Fake*) ou qu'il démystifie sans complaisance tout en les sauvant de la disparition (*Remastered Stroke*), l'homosexuel qu'il égratigne à travers son désir d'être reconnu comme tel au risque d'y perdre son identité (*The Making of*), les Roads, quintessence de nos paysages contemporains, illusion d'un départ vers un ailleurs, l'actualité qui transforme ses toiles en sonnettes d'alarme pleines d'ironies (*Bad News from the World*).

Cette fois-ci, Eric Adam utilise la mise en scène de nos modes de consommation dans sa mise en abyme : les jeux de reflets confondent l'homme qui regarde la vitrine, le mannequin regardé et le spectateur qui se retrouve dans la même condition que le sujet représenté. En nous plaçant ainsi, nous, spectateur au centre même de la construction intellectuelle de sa peinture, il nous renvoie notre propre image : sociale, politique, d'amateur d'art. Il nous représente, dans nos contradictions et nos désirs. En bref, il nous montre du doigt.



Ce jeu de profondeur nous place face à une nouvelle perspective de la réalité. Toutes ces petites choses, ces détails du quotidien qui nous échappent, prennent soudain un sens différent, critique et contrasté : cette musulmane voilée qui croise la devanture d'un sex-shop de la rue de Brabant, ce jeune homme à l'attitude mimétique devant la devanture d'une boutique de vêtement, ces mannequins décapités qui devraient nous donner froid dans le dos, ce sans-abri, personnage emblématique de nos rues commerçantes, au-delà du regard duquel, pourtant seul regard humain qui lui est proposé, le passant passe, par indifférence...ou par peur de la mort.

Incontestablement, la vitrine, au même titre que le magazine (*The Face*) est une représentation d'un monde idyllique qui nous plonge entre réalité et virtualité, canalise, commercialise nos rêves. Chacune d'entre elles est un monde en soi, typé auquel, l'espace d'un instant, le passant a l'impression d'appartenir. La peinture, objet monnayable au même titre que les marchandises exposées dans les vitrines, participe du même système. Un système auquel l'artiste ne peut se soustraire...Si ce n'est en créant un trouble dans la convention narrative.

# JOZSA GALLERY



*Shop till you drop, 2008*  
200 x 140 cm



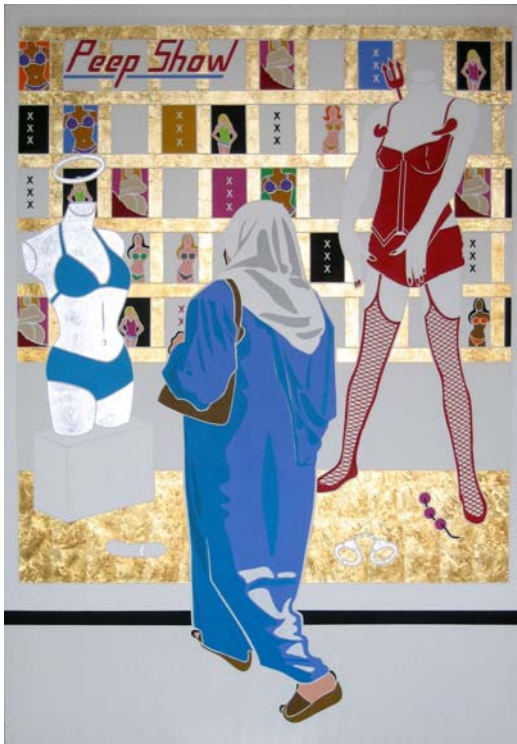
*Lucky Kid, 2008*  
200 x 100 cm



*Sales, 2008*  
200 x 140 cm



*Les Jours D'Hiver, 2009*  
200 x 140 cm



*Peep Show, 2009*  
200 x 140 cm