



WARHOL

6 JUIN 2026 – 24 JANV. 2027



FONDS POUR LA CULTURE
HÉLÈNE & ÉDOUARD LECLERC

GUIDE DU VISITEUR
VISITOR'S GUIDE

WARHOL

Amber Morgan
commissaire
de l'exposition /
curator

Andy Warhol préférait laisser les choses ouvertes à l'interprétation, affirmant : « Si vous voulez tout savoir sur Andy Warhol, vous n'avez qu'à regarder la surface de mes peintures, de mes films, de moi. Me voilà. Il n'y a rien dessous. » Ses œuvres peuvent ainsi être lues simultanément comme des célébrations de la culture populaire et des critiques du consumérisme. En surface, elles reflètent le rêve américain : un monde où le travail mène au succès, où la célébrité est accessible, où la production de masse favorise l'accès au plus grand nombre. Mais elles laissent aussi apparaître une tension sous-jacente, une forme de cynisme face à la consommation ostentatoire. En nous présentant des images familières, le pop art nous incite à regarder notre environnement autrement, en reconnaissant la dimension artistique et l'influence des images commerciales. Grâce à sa maîtrise des images, Warhol produit un commentaire de son époque dépourvu de discours, à la fois ambivalent et profond.

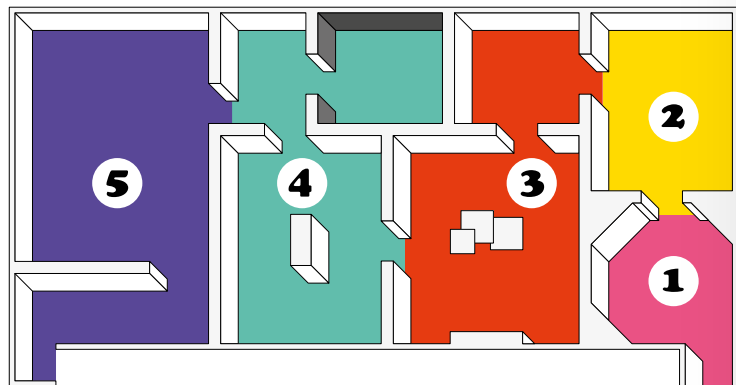
Couverture / Cover
Marilyn Monroe
(**Marilyn**), 1967
Sérigraphie sur papier
91,4 × 91,4 cm
The Andy Warhol
Museum, Pittsburgh
© The Andy Warhol
Foundation for the Visual
Arts, Inc. / Adagp,
Paris 2026

Andy Warhol preferred to leave things open to interpretation, claiming "If you want to know all about Andy Warhol, just look at the surface: of my paintings and films and me, and there I am. There's nothing behind it." As a result, his works can often be read simultaneously as celebrations of popular culture and critiques of consumerism. On the surface, there is a reflection of the American Dream, where hard work equals success and fame is attainable, where mass production leads to accessibility. But there is also a sense of underlying tension and cynicism of conspicuous consumption. By presenting us with familiar imagery, Pop Art encourages us to look at our world in new ways and consider the artistry and influence of commercial imagery. Warhol's deep understanding of the power of images creates insightful commentary without comment, both ambivalent and profound.

En partenariat avec / In partnership with
The Andy Warhol Museum
One of the four Carnegie Museums

Self-Portrait, 1986
Peinture acrylique et encre
sérigraphique sur lin
274,3 × 274,3 × 3,8 cm
The Andy Warhol Museum,
Pittsburgh
© The Andy Warhol Foundation
for the Visual Arts, Inc. /
Adagp, Paris 2026





Commissaire / Curator
Amber Morgan

Scénographie / Exhibition design
Jean-Julien Simonot



1

**De
Andrew
Warhola
à
Andy
Warhol**

2

**Travaux
de jeunesse**

3

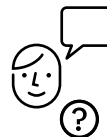
**La publicité
comme art**

4

**Quand
les portraits
deviennent
produits**

5

**Le mythe
américain**



Nos médiatrices
et médiateurs sont
présents en salle pour
répondre à toutes
vos questions.

Our exhibition staff
are available to answer
any questions.

De Andrew Warhola à Andy Warhol

Andrew Warhola, que l'on connaîtra sous son nom d'artiste Andy Warhol, naît le 6 août 1928 à Pittsburgh, en Pennsylvanie. Ses parents, Andrej et Julia Warhola, ont émigré depuis l'actuelle Slovaquie, animés, comme de nombreuses familles, par la recherche d'un travail et l'espoir d'un avenir meilleur pour leurs enfants. Grâce à leurs efforts, le jeune Andrew peut intégrer le Carnegie Institute of Technology de Pittsburgh (aujourd'hui Carnegie Mellon University), où il se forme comme concepteur graphique et obtient un Bachelor of Fine Arts en 1949. Il s'installe peu après à New York et s'impose rapidement comme illustrateur publicitaire, sous un nom plus américanisé : Andy Warhol. Mais la transition de Warhola à Warhol n'est pas encore tout à fait achevée. Andy Warhol aspire à devenir un artiste à part entière, et à mesure que sa carrière se développe, il façonne progressivement son image publique : des lunettes de soleil associées au style *mod* des années 1960 jusqu'aux perruques argentées des années 1980, désormais iconiques. Son nom et son visage deviennent alors indissociables de son œuvre.

From Andrew Warhola to Andy Warhol

The artist we know as Andy Warhol was born Andrew Warhola on August 6th, 1928 in Pittsburgh, Pennsylvania.

Warhol's parents, Andrej and Julia Warhola, immigrated from the European region now known as Slovakia to this industrial American city which attracted many immigrant families searching for opportunities to work and provide a better future for their children. Through their efforts, young Andrew was able to attend Carnegie Institute of Technology (now Carnegie Mellon University) in Pittsburgh where he earned Bachelor of Fine Art in Pictorial Design in 1949. He moved to New York City shortly after and quickly found success as a commercial artist, under the more Americanized name Andy Warhol. But the evolution from Warhola to Warhol was not quite complete—Andy Warhol aspired to be a fine artist, and as his career evolved so did his image, from the mod 60s sunglasses look to the iconic fright wigs of the 1980s. The name Andy Warhol immediately conjures up one of these familiar representations of the artist; his visage inseparable from his work.



Self-Portrait in Drag, 1981
Polaroid™ Polacolor 2
10,8 × 8,6 cm
The Andy Warhol Museum,
Pittsburgh

© The Andy Warhol Foundation
for the Visual Arts, Inc. /
Adagp, Paris 2026

À partir de 1981, Andy Warhol travaille à une série d'autoportraits intitulée *Self-Portrait in Drag*. Cette démarche résulte d'une fascination constante de l'artiste pour le genre et le travestissement : dès les années 1960, ses films underground mettaient en scène des figures transgenres comme *Candy Darling*, tandis que sa série *Ladies and Gentlemen* (1974-75) célébrait des drag queens new-yorkaises. Ses *Self-Portrait in Drag* sont réalisés avec le photographe Christopher Makos lors de la conception du projet *Altered Image* dans lequel Andy Warhol se métamorphose en Lady Warhol. Il y arbore simultanément des attributs féminins glamour comme une perruque blond platine et un maquillage appuyé, et masculins, avec une chemise blanche et une cravate. Cette dissonance visuelle interroge les frontières du genre et prolonge une réflexion que Warhol menait depuis ses débuts.

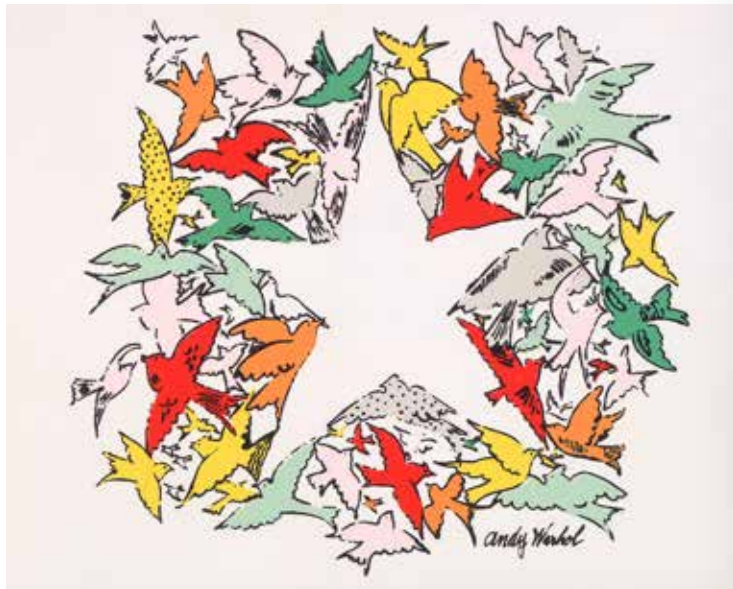
In 1981, Warhol started to work on a series of self-portraits called *Self-Portrait in Drag*. This development reflected the artist's constant fascination for gender issues and cross-dressing: as early as the 1960s, his underground films featured transgender figures like *Candy Darling* while his series *Ladies and Gentlemen* (1974-1975) celebrated New York Drag Queens. His *Self-Portrait in Drag* were made with the assistance of photographer Christopher Makos during the conception of the project *Altered Image*, in which Andy Warhol transformed into Lady Warhol. In them, he is seen sporting glamorous feminine attributes like a platinum blond wig and heavy make-up and masculine ones like a white shirt and a tie. This visual disparity questions the boundaries between genders and sustains a reflection Warhol had been considering since the launch of his career.

Travaux de jeunesse

Nombreux sont les artistes qui rêvent de s'imposer sur la scène artistique new-yorkaise. Le talent de Warhol comme illustrateur publicitaire lui confère très tôt un avantage décisif. Dans l'Amérique de l'après-guerre, la publicité est un secteur en plein essor, et Warhol parvient rapidement à vivre de son travail. Il compte parmi ses clients des magazines de mode prestigieux tels que *Vogue* et *Glamour*, des marques de luxe comme Tiffany & Co. ou I. Miller Shoes, ainsi que divers éditeurs de livres et maisons de disques. Warhol est également chargé de concevoir l'identité visuelle de Fleming-Joffe, entreprise de maroquinerie pour laquelle il réalise aussi bien le papier à en-tête que l'avent peint à la main en devanture du magasin. Si ses premières œuvres conservent une esthétique fantaisiste et artisanale, Warhol expérimente déjà des modes de reproduction à travers ses techniques de la *blotted line* et du tamponnage. Il s'oriente ainsi progressivement vers des procédés mécaniques, qui vont bientôt constituer le socle de sa pratique artistique.

Early Works

Making it big in New York is a dream for many artists, and Warhol's talent as a commercial artist gave him an early start. Advertising was big business in post-war America and Warhol was soon able to support himself financially. His clients ranged from high-profile fashion publications such as *Vogue* and *Glamour*, luxury brands Tiffany & Co. and I. Miller Shoes, and numerous book publishers and record companies. Warhol was responsible for the visual identity of Fleming-Joffe, a leather goods company, designing everything from their company letterhead to a hand-painted awning that hung in front of their storefront. While Warhol's early works maintain a whimsical, hand-made aesthetic, he was experimenting with forms of reproduction in his blotted line and stamping techniques. He became increasingly interested in mechanical processes which would eventually form the basis of his fine art practice.



Merry Christmas and a Happy New Year («Star of Wonder»),

années 1950

Lithographie offset
sur papier cartonné
12,7 × 16,2 cm

The Andy Warhol Museum,
Pittsburgh

© The Andy Warhol Foundation
for the Visual Arts, Inc. /
Adagp, Paris 2026

Né de parents immigrés slovaques de confession byzantine catholique, Andy Warhol grandit dans une foi qu'il conservera toute sa vie et qui transparaît dans plusieurs pans de son œuvre. La période de Noël lui était ainsi particulièrement chère, et les cartes de vœux occupaient une place singulière dans son parcours : c'est en partie grâce à ses illustrations pour la librairie du MoMA que la maison Tiffany & Co. le repère et lui commande ses cartes de vœux au milieu des années 1950, alors qu'il s'impose comme illustrateur commercial reconnu.

La carte présentée ici, réalisée pour l'occasion de Noël, témoigne de ce chapitre discret mais fondateur de sa carrière. Longtemps considérées comme de simples objets éphémères, ces cartes sont aujourd'hui devenues des pièces de collection recherchées.

Born into a family of Slovak immigrants of Byzantine Catholic culture, Andy Warhol grew up in a faith he held onto throughout his life and which shows in some parts of his work. He particularly cherished the Christmas period, and greeting cards occupied a special place in his career: it was partly thanks to his illustrations for the MoMA library that Tiffany & Co noticed him and commissioned him for its Greeting cards in the middle of the 1950s, as he established himself as a renowned commercial illustrator.

Created on the occasion of Christmas, the card presented here bears witness to that unostentatious but fundamental chapter in his career. Considered for a long time as mere ephemeral objects, those cards have become sought-after collector's items today.

La publicité comme art

Le pop art s'empare d'objets immédiatement reconnaissables par tous, en particulier des produits de consommation courante, ce qui lui confère une dimension plus démocratique et égalitaire que son prédécesseur, l'expressionnisme abstrait. Là où ce dernier a souvent été perçu comme élitiste, le pop art adopte la position inverse, en privilégiant des images accessibles et familières. Les œuvres de ce courant artistique se prêtent à des lectures ambivalentes : elles peuvent être interprétées comme une critique de la société de consommation, mais aussi comme une forme de célébration de l'efficacité visuelle et du design industriel. Pour Warhol, le pop art s'inscrit dans la continuité directe de ses débuts dans l'illustration publicitaire. Lorsqu'il se tourne vers les beaux-arts, son sens aigu de l'impact visuel demeure central. Des logos immédiatement reconnaissables, comme ceux de Campbell's ou de Brillo, doivent leur efficacité à leur pouvoir d'attraction et à leur capacité à marquer les esprits ; Warhol lui-même s'est efforcé d'apporter cette identité visuelle marquée aux enseignes qui l'ont sollicité. Pour Warhol, le brouillage des frontières entre art commercial et beaux-arts semble inévitable.

Advertising as Art

Pop Art depicts things everyone recognizes, particularly grocery store items, making it more democratic and egalitarian than its predecessor Abstract Expressionism. Where Abstract Expressionism was sometimes criticized as being elitist, Pop Art was the opposite by being accessible and familiar. These works can be interpreted as critical of mass consumption, but they can also be seen as celebrating good design. For Warhol, Pop Art builds on his early career of designing commercial advertisements. As he expanded into fine art, his sense of the visual impact of good graphic design remained a constant. Recognizable logos such as Campbell's or Brillo are successful in part because they are attractive and memorable; Warhol himself had worked to bring that sharp visual identity to his commercial clients. Blurring the line between commercial and fine art seemed inevitable to Warhol.

Le motif de la chaussure occupe une place particulière dans l'œuvre d'Andy Warhol : c'est en partie par des illustrations de chaussures qu'il se fait remarquer dans les années 1950, attirant l'attention de *Vogue* et *Harper's Bazaar*.

En 1980, après une période dominée par la sérigraphie, Andy Warhol renoue avec la peinture à travers la série *Diamond Dust Shoes*. Il pulvérise les œuvres de poudre de diamant industrielle — du verre pilé que l'artiste choisit d'appliquer en spray — conférant à chaque toile un éclat glamour. L'ajout de cette matière transforme l'œuvre en objet de luxe, écho direct à la fascination d'Andy Warhol pour la culture consumériste.

Diamond Dust Shoes, 1980
 Peinture acrylique et encre
 sérigraphique avec poussière
 de diamant sur toile
 178 x 229 cm
 Collection particulière
 © The Andy Warhol Foundation
 for the Visual Arts, Inc. /
 Adagp, Paris 2026



Shoes occupy a special place in Andy Warhol's body of work: it was partly thanks to illustrations of shoes that he was noticed in the 1950s, attracting the attention of *Vogue* and *Harper's Bazaar*. In 1980, after a period dominated by silk-screen, the artist went back to painting with the series *Diamond Dust Shoes*. He sprinkled his works with industrial diamond powder – crushed glass the artist chose to apply like spray paint – gracing each painting with a sparkle of glamour. The addition of that material transforms the work into a luxury item, a direct echo to the fascination Warhol had for consumerism.



Campbell's Soup I: Cream of Mushroom,
Published Edition, 244/250, 1968
Sérigraphie sur papier, 88,9 × 58,4 cm
The Andy Warhol Museum, Pittsburgh
© The Andy Warhol Foundation
for the Visual Arts, Inc. /
Adagp, Paris 2026

Au début des années 1960, Andy Warhol cherche un nouveau sujet artistique centré sur les objets du quotidien. Alors qu'il envisageait une série inspirée des bandes dessinées, il apprend que Roy Lichtenstein travaille déjà sur ce sujet — il se tourne alors vers la boîte de soupe Campbell's.

Peintes à la main à l'acrylique, avec pochoir pour en parfaire les contours, les 32 toiles représentent chacune une variété différente — tomates, champignons, nouilles au poulet, cheddar... Lors de leur première exposition à la galerie Ferus de Los Angeles en 1962, elles sont alignées sur des étagères, imitant les rayons d'un supermarché. Accueillie froidement, l'œuvre impose pourtant une idée simple et radicale : un objet banal devient art dès lors qu'on l'accroche à un mur.

Accueillie froidement, l'œuvre impose pourtant une idée simple et radicale : en accrochant un objet banal à un mur, l'artiste brouille les frontières entre le quotidien et l'art.

At the beginning of the 1960s, Andy Warhol sought a new art theme centered on objects from everyday life. As he considered a series inspired by comics, he heard that Roy Lichtenstein was already working on one, so he turned to Campbell's Soup Cans instead.

Hand-painted with acrylic, with a stencil to keep the lines clean, each of the 32 canvases represents a different variety – tomatoes, mushrooms, chicken noodles, cheddar cheese. During their first exhibition at the Ferus gallery in Los Angeles in 1962, they were lined up on shelves, echoing the shelves in a supermarket. Coldly received, the work imposed nevertheless a simple but radical concept: as soon as it is hanging on a wall, an everyday object turns into an art object.

Quand les portraits deviennent produits

La célébrité ne se réduit pas à l'image d'une personne : elle en propose une version éditée et soigneusement mise en scène. Ces personnalités lissées sont transposées en images standardisées par le procédé de sérigraphie employé par Warhol. Les défauts s'effacent, les imperfections sont camouflées et l'individu est réduit à ses traits les plus reconnaissables. Pour Warhol, le portrait n'a pas vocation à représenter fidèlement un modèle, mais à le montrer sous son meilleur jour : « J'essaie toujours de mettre la personne en valeur. » Mais il veille également à ce que chaque sujet se conforme à l'esthétique du pop art : tendance et séduisante, intensément colorée. Dès que le public a découvert les Marilyn Monroe déclinées en rose et vert criards, l'utilisation des couleurs naturelles dans la réalisation de portraits n'a plus été une exigence.

When Portraits become Products

Celebrity is more than just the image of a person. A celebrity gives us an edited, curated version of themselves. Their flattened personas are translated into flattened images through Warhol's process of screen printing. Blemishes are removed, imperfections obscured, and the person is reduced to their most recognizable features. For Warhol, portraiture wasn't used to depict a person honestly, but favorably; "I always try to make the person look good."¹ But he also made them look like Pop Art—trendy and desirable in vibrant colors. Once the public saw Marilyn Monroe in lurid pinks and greens, the requirement for portraiture to be rendered in natural color was dropped.

Ce portrait de Jackie Kennedy naît du traumatisme collectif provoqué par l'assassinat de John Fitzgerald Kennedy le 22 novembre 1963. Réalisée dans les semaines qui suivent le drame, cette œuvre s'inscrit dans une série de plusieurs portraits que Warhol consacre à la première dame des États-Unis.

L'image représente Jackie souriante à Dallas, peu avant l'attentat. John Fitzgerald Kennedy, présent sur la photo originale, en a été délibérément effacé. Toute la force de l'œuvre repose sur ce contraste entre l'insouciance du moment et la tragédie que le spectateur connaît. Le choix du bleu n'est pas anodin : couleur associée à la Vierge Marie dans l'iconographie chrétienne, il confère à Jackie une dimension d'icône presque sacrée, entre immortalité et recueillement.

L'œuvre se situe ainsi à la croisée de deux axes majeurs chez Warhol : sa fascination pour les icônes féminines et sa réflexion sur les drames américains, explorée dans la série *Death and Disaster*.

This portrait of Jackie Kennedy originated in the collective trauma caused by the assassination of John Fitzgerald Kennedy on 22 November 1963. Made in the weeks following the dramatic event, that work appears within a series of several portraits that Warhol made of the First Lady of the United States.

The image represents Jackie in Dallas, smiling, a moment before the assassination. John Fitzgerald Kennedy, present on the original photograph, has been purposely erased. The whole dynamic of the work lies in that contrast between the insouciance of the moment and the tragedy the spectator is familiar with. The choice of blue is not innocent: associated with the Virgin Mary in Christian iconography, the color blue confers on Jackie the dimension of an icon verging on the sacred, between immortality and reverence.

This work holds a place between two major themes in Warhol's career: his fascination for feminine icons and his reflection on American tragedies, explored in the series *Death and Disaster*.



Jackie, 1964
 Peinture acrylique et encre
 sérigraphique sur lin
 50,8 × 40,6 cm
 Musée de Grenoble
 © The Andy Warhol Foundation
 for the Visual Arts, Inc. /
 Adagp, Paris 2026



Marilyn Monroe (Marilyn), 1967

Sérigraphie sur papier

91,4 × 91,4 cm

The Andy Warhol Museum,
Pittsburgh

© The Andy Warhol Foundation
for the Visual Arts, Inc. /
Adagp, Paris 2026

La mort de Marilyn Monroe en août 1962 agit sur Warhol comme une révélation : la frontière entre la femme et le mythe vient de s'effacer définitivement.

La célébrité, poussée à son paroxysme, devient une forme d'immortalité. L'œuvre est réalisée quelques semaines seulement après les funérailles de l'actrice, à partir d'une photo promotionnelle du film *Niagara* (1953).

Les couleurs franches – jaune, bleu, rose, rouge – reflètent Marilyn dans son rôle de star absolue, que le regard ne peut ignorer. La version de 1967 est issue d'un portfolio dans lequel Warhol décline le motif en aplats colorés intenses. Par la suite, l'artiste travaillera de nouveau à partir du visage de Marilyn Monroe à plusieurs reprises. Il réalise par notamment *Reversal Series* à la fin des années 1970 où il travaille à partir du négatif photographique, inversant les contrastes et les couleurs. Cette série ouvre la voie à d'autres portraits de femmes iconiques, comme *Reigning Queens* en 1985.

Marilyn Monroe's death in August 1962 was a revelation for the artist: the boundary between the woman and the myth had definitely been erased. Fame, pushed to its climax, becomes a form of immortality. This piece, from a promotional photo for the film *Niagara* (1953) was made only a few weeks after the actress' funeral.

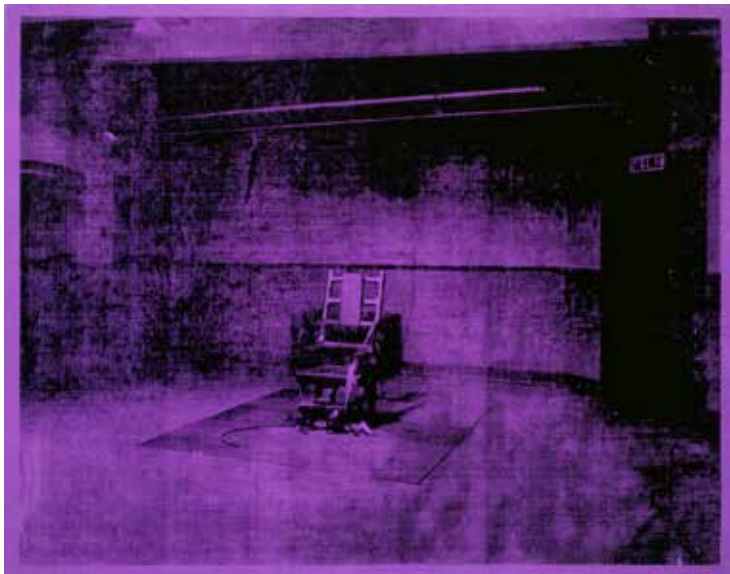
The bold colors – yellow, blue, pink, red – highlight Marilyn in her role as absolute star that the gaze cannot ignore. We are presenting here the 1967 version, from a portfolio in which Warhol played on the motif with areas of intense flat colors. Afterwards, Warhol used the face of Marilyn Monroe several times in his work. He made, for example, *Reversal Series* at the end of the 1970s in which he proceeded from a negative, reversing contrasts and colors. This series opens the way for other portraits of iconic women, like *Reigning Queens* in 1985.

Le mythe américain

Avec le portrait, Warhol réduit les visages à leurs traits les plus immédiatement reconnaissables. De la même manière, une grande partie de son œuvre peut être envisagée comme un portrait de l'Amérique telle qu'il la percevait, réduite à ses éléments les plus superficiels, à ses symboles les plus directs. Le pop art américain est le reflet de la société de consommation; l'identité américaine est intimement liée à des images comme celles de Coca-Cola et de Hollywood. Même certaines de ses icônes les plus emblématiques, telle la Statue de la Liberté, deviennent des raccourcis visuels des USA, aussi immédiatement identifiables que le symbole du dollar. Cette logique associe étroitement mercantilisme et prospérité, mais elle laisse aussi apparaître, en creux, les excès de la consommation de masse. Fidèle à son approche, Warhol présente ces images sans commentaire; pourtant, une tension sous-jacente affleure, comme l'écho de rêves inaboutis: « Ce qui me manque, c'est l'époque où l'Amérique avait de grands rêves pour l'avenir. Chaque année apportait une découverte scientifique ou une invention, et tout le monde pensait que le futur serait encore plus merveilleux. Cela nous enthousiasmait pour l'Amérique, parce que nous étions ceux qui menaient le monde avec ces inventions fantastiques et ces découvertes scientifiques. Nous allions être les premiers à atteindre le futur. Aujourd'hui, on dirait que plus personne n'a de grands espoirs pour l'avenir. Nous semblons tous penser que le monde sera simplement le même qu'aujourd'hui, mais en pire. » Mais même face à l'effritement de cet optimisme dans les années 1980, Warhol conserve une forme d'espoir, affirmant: « L'Amérique est vraiment *the Beautiful*. »

The American Myth

With portraiture, Warhol reduced individual faces to their most recognizable features. Similarly, much of Warhol's body of work could be thought of as a portrait of America as the artist saw it, reduced to the most superficial elements, the most direct symbolism. American Pop Art reflects American consumerism; the American identity is intrinsically tied to things like Coca-Cola and Hollywood. Even some of our most valued icons, like the Statue of Liberty, become shorthand symbols of America, as quickly readable as the U.S. dollar sign. Commercialism points to prosperity, but also excessive consumption. In typical Warhol fashion, the images are presented without comment, but there is an underlying sense of tension, perhaps hinting at dreams unfulfilled: "One thing I miss is the time when America had big dreams about the future... Every year there'd be a new scientific discovery or a new invention, and everyone would think the future was going to be even more wonderful than ever. This would make us all excited about America because we were the ones leading the world with these fantastic inventions and scientific discoveries, and we were going to be the first people to get to the future. Now it seems like nobody has big hopes for the future. We all seem to think that it's going to be just like it is now, only worse." But even as Warhol faces the fading optimism of 1980s, he maintains hope, saying "America really is *The Beautiful*."



Little Electric Chair, 1964-1965

Peinture acrylique et encre
sérigraphique sur lin
55,9 × 71,1 cm
The Andy Warhol Museum,
Pittsburgh

© The Andy Warhol Foundation
for the Visual Arts, Inc. /
Adagp, Paris 2026

Réalisée entre 1964 et 1965 dans le cadre de la série *Death and Disaster*, *Little Electric Chair* s'inscrit dans un contexte de controverse autour de la peine de mort aux États-Unis, notamment après l'exécution de Caryl Chessman, qui alimenta ces tensions. Ce dernier fut condamné à mort en 1960 pour enlèvements, ce qu'il a toujours nié. La chaise électrique, symbole par excellence de la peine de mort américaine au xx^e siècle, devient ici le sujet d'une œuvre réalisée à peine deux ans après les premiers portraits de Marilyn.

Au centre de la composition, la chaise trône dans une pièce vide. Les sangles servant à attacher les condamnés y sont visibles — détail qui transforme l'objet en véritable allégorie de la mort. Malgré des couleurs saturées, l'atmosphère reste froide et oppressante. Le panneau « SILENCE », visible sur le mur, s'adressait à l'origine aux témoins de l'exécution — Warhol en fait un avertissement au spectateur lui-même, qu'il place en position de témoin silencieux et involontaire.

Made between 1964 and 1965 in the series *Death and Disaster*, *Little Electric Chair* appeared in the context of controversy around the death penalty in the United States, especially after the execution of Caryl Chessman, which fed those tensions. The latter was sentenced to death in 1960 after a kidnapping, which he always denied. The electric chair, the ultimate symbol of American death penalty in the 20th century, became the subject of a work made barely two years after Warhol made his first Marilyn portraits. In the center of the composition, the chair has pride of place in an empty room. The straps used to tie the convicted prisoners are visible – a detail that transforms the object into an absolute allegory of death. In spite of the saturated colors, the atmosphere remains cold and oppressive. Visible on the wall, the 'SILENCE' sign was originally addressed to the witnesses of the execution – Warhol changed it into a warning sign to the spectator, whom he placed in the position of a silent and unwitting witness.

Le Fonds Hélène & Édouard Leclerc pour la Culture

Installé dans l'ancien couvent des Capucins de Landerneau, le FHEL a accueilli plus de 2 millions de visiteurs depuis son ouverture en 2012. En tête des établissements culturels du Grand Ouest français, c'est aujourd'hui une visite incontournable pour les amateurs d'art, ainsi que pour un public toujours plus varié et nombreux, de tous âges et de tous horizons.

Créé à l'automne 2011, le FHEL est un fonds de dotation (régi par la loi Lagarde) animé par un conseil d'administration et présidé par Michel-Édouard Leclerc. À l'initiative de plusieurs membres de la famille Leclerc, adhérents et anciens adhérents du Mouvement E. Leclerc, rejoints aujourd'hui par d'autres, ce fonds est entièrement financé par des actions de mécénat privé.

Established in the old convent of the Capuchins in Landerneau, the FHEL has welcomed more than 2 millions visitors since its opening in 2012. Foremost of the cultural institutions in French Grand Ouest, it is today an essential place to visit for art lovers as well as for a public increasingly varied and numerous, of all ages and backgrounds.

Created in autumn 2011, the FHEL is an endowment fund (under the Lagarde law) led by a board of directors under the presidency of Michel-Édouard Leclerc. At the initiative of several members of the Leclerc family, adherents and ex adherents of the Mouvement E. Leclerc, joined today by others, this fund is entirely financed by private patronage.



Visite commentée de l'exposition
Henri Cartier-Bresson, 2024



Visite commentée
de l'exposition Animal!?, 2025



Vue de l'exposition Ernest Pignon-Ernest,
2022



Vue de l'exposition Sur les traces de Tolkien
et de l'imaginaire médiéval.
Peintures et dessins de John Howe, 2023

Pour les publics Service for the public

À tout moment de la journée et pour toute question, les visiteurs peuvent s'adresser à nos médiatrices et médiateurs présents en salle.

Des moments de médiation sont proposés toute la journée à horaires réguliers à l'ensemble de nos publics. Ils se déroulent sur réservation, via le site internet du FHEL.

Pour toute demande concernant les groupes et les scolaires merci de contacter:
mediation@fhel.fr

Le FHEL dispose de deux fauteuils roulants (à réserver au préalable au 02 29 62 47 78) ainsi que de boucles magnétiques et tables à langer.



Visite de l'exposition *Animal!?*, 2025

For all queries, the visitors are welcome to talk to our staff in the exhibition rooms.

Guided group tours are arranged every day at regular hours and available to the public. They must be booked in advance, on the website of the FHEL.

For all requests concerning groups and students please contact:
mediation@fhel.fr

The FHEL places at the public's disposal two wheelchairs (to be booked in advance on 02 29 62 47 78), audio induction loops and baby-changing tables.

Autour de l'exposition Around the exhibition

La programmation culturelle associée à l'exposition **WARHOL** propose plusieurs rendez-vous, au FHEL et/ou diffusés en ligne.

Rencontres

« Des Idées au Fonds »

Un cycle de conférences, tables-rondes, lectures, concerts...

Performances

« Prolongations »

Un programme confié à Christian Alandete, curateur.

Samedi 3 octobre :
performance de Carole Douillard
Samedi 28 novembre :
performance de Julie Béna

Ce programme propose de jouer les prolongations dans les différents sens du terme pour offrir à nos publics d'autres modes d'approches de l'exposition par le biais de la performance.

Pour connaître les dates des événements à venir, consultez notre site internet www.fonds-culturel-leclerc.fr



Table ronde avec Enrest Pignon-Ernest et JR, animée par Pauline Ignacio. Exposition *Ernest Pignon-Ernest*, 2022.

The cultural programme associated with the **WARHOL** exhibition will propose several events, at FHEL and/or online.

Meetings "Des Idées au Fonds"
A cycle of conferences, round tables, readings, concerts

Performances "Prolongations"
A programme assigned to Christian Alandete, curator.

October 3: performance by Carole Douillard
November 28: performance by Julie Béna

This programme proposes to play into extra time in the various senses of the word to offer our public other modes of approach to the exhibition through performances.

For information on the dates of the coming events, see our internet site www.fonds-culturel-leclerc.fr



FONDS
HÉLÈNE & ÉDOUARD LECLERC
POUR LA CULTURE

AUX CAPUCINS
29800 LANDERNEAU

Tél: +33 2 29 62 47 78
contact@fhel.fr



Horaires

.....
Du 6 juin 2026
au 24 janvier 2027
10h – 18h
Ouvert tous les jours
sauf les 1^{er} novembre,
24, 25, 31 décembre
et le 1^{er} janvier

Tarifs

.....
Plein tarif: 10€
.....
Tarif réduit: 7€
.....
Gratuité (sur justificatif):
jusqu'à 18 ans inclus,
demandeurs d'emploi,
bénéficiaires des minima
sociaux, personnes
en situation de handicap,
étudiants, enseignants,
titulaires de la carte ICOM.

Opening time

.....
From 6 June 2026
to 24 January 2027
10 a.m. - 6 p.m.
Open every day except
for 1 November,
24, 25, 31 December,
and 1 January.

Ticket prices

.....
Adult: €10
.....
Reduced price: €7
.....
Free (with proof
of entitlement): 18 and
under, unemployed, visitors
on benefits, registered
disabled, students, teachers,
ICOM cardholders.



Visiter Landerneau

Landerneau est
une ville chargée
d'histoire. Le pont habité en est
le joyau. Au détour de chaque rue,
la riche histoire de Landerneau
est inscrite dans la pierre.
Landerneau is a town steeped in
history. The jewel in its crown is
the pont de Rohan, an inhabited
bridge. Around every corner,
Landerneau's rich history is
etched into the stones.

www.ville-landerneau.fr

La présentation du ticket
plein tarif de l'**Abbaye de Daoulas**,
du **Château de Kerjean**,
d'**Océanopolis**, de **Passerelle**
centre d'art contemporain de
Brest et du **Musée de Pont-Aven**
donne droit à une entrée
à tarif réduit au FHEL.

Presentation of an adult ticket
for the Abbaye de Daoulas,
the Château de Kerjean,
the Océanopolis aquarium,
the Passerelle (Brest) art centre
and the Musée de Pont-Aven
entitles a discounted entrance
ticket to the FHEL.