

FERRI



**ANDY WARHOL (1928 - 1987)**

Mick Jagger, 1975  
110,7 x 73,3cm

Sérigraphie en couleurs sur papier Arches Aquarelle, signée au crayon en bas à droite et justifiée 166/250 en bas à gauche, signée par Mick Jagger en bas à gauche. Édition à 250 + 50 AP + 3PP. Au dos cachet : Seabird Editions, Alexander Henrici imprimeur, New York. Seabird Editions, London

30 000 / 40 000 €

**Provenance**

· Achat dans une galerie de Spring Street, New-York, circa 1984.  
· Collection particulière.

**Bibliographie**

« Andy Warhol Prints, a catalogue raisonné, 1962-1987 », third edition revised and expanded by Frayda Feldman and Claudia Defendi, Feldman-Schellmann, München, 1997. Les sérigraphies proposées à la vente sont décrites et reproduites pages 88 et 89 de cet ouvrage.

CINQ PORTRAITS

**SÉRIGRAPHIÉS**

de **MICK  
JAGGER**

par **ANDY  
WARHOL**

**ANDY WARHOL (1928 - 1987),**

Mick Jagger, 1975, 110,7 x 73,4cm  
Sérigraphie en couleurs sur papier Arches Aquarelle,  
signée au crayon en bas à droite et justifiée 166/250 en  
bas à gauche, signée par Mick Jagger en bas à gauche.  
Édition à 250 + 50 AP + 3PP. Au dos cachet : Seabird  
Editions. Alexander Henrici imprimeur, New York. Seabird  
Editions, London.

30 000 / 40 000 €



**ANDY WARHOL (1928 - 1987)**

Mick Jagger, 1975, 110,5 x 73,3cm.  
Sérigraphie en couleurs sur papier Arches Aquarelle, signée au  
crayon en bas à droite et justifiée 166/250 en bas à gauche,  
signée par Mick Jagger en bas à gauche. Édition à 250 + 50  
AP + 3PP. Au dos cachet : Seabird Editions. Alexander Henrici  
imprimeur, New York. Seabird Editions, London

30 000 / 40 000 €



**ANDY WARHOL (1928 - 1987)**

Mick Jagger, 1975, 111 x 73,4 cm  
Sérigraphie en couleurs sur papier Arches Aquarelle,  
signée au crayon en bas à droite et justifiée 166/250 en  
bas à gauche, signée par Mick Jagger en bas à gauche.  
Édition à 250 + 50 AP + 3PP. Au dos cachet : Seabird  
Editions. Alexander Henrici imprimeur, New York. Seabird  
Editions, London

30 000 / 40 000 €



**ANDY WARHOL (1928 - 1987)**

Mick Jagger, 1975, 110,7 x 73,5 cm  
Sérigraphie en couleurs sur papier Arches Aquarelle,  
signée au crayon en bas à droite et justifiée 166/250 en  
bas à gauche, signée par Mick Jagger en bas à gauche.  
Édition à 250 + 50 AP + 3PP. Au dos cachet : Seabird  
Editions. Alexander Henrici imprimeur, New York. Seabird  
Editions, London

30 000 / 40 000 €



CINQ PORTRAITS SÉRIGRAPHIÉS  
DE MICK JAGGER PAR ANDY WARHOL

Le 17 décembre prochain, la maison de ventes Ferri proposera aux enchères une série de cinq sérigraphies signées Andy Warhol (au crayon en bas à droite) représentant le frontman des Rolling Stones, «Ladies and gentlemen»\* please welcome : Mick Jagger. Expertisées par le cabinet Brun et Perazzone, ces sérigraphies couleurs sur papier Arches Aquarelle format 110,7x73,4 cm signées en bas à droite Andy Warhol et en bas à gauche par Mick Jagger ont été effectuées en 1975 à New York. Elles représentent le chanteur disposé ce jour-là à poser sous la focale fixe du polaroid du roi du pop-art. Cinq poses, cinq attitudes, mais toujours le même esprit résumé par trois mots que nous connaissons tous. Le chanteur, depuis sa première scène au Marquee en 1962, jusqu'au concert donné il y a six semaines en hommage à leur batteur disparu en août dernier, représente les « swinging sixties ».

Maître Alexandre Ferri animera la vente des cinq sérigraphies vendues séparément 30 000/40 000 euros pièce, salle 7 à Drouot.

Elles ont été achetées à New-York en 1987 par Yannick Noah.

\* titre d'une série de sérigraphies effectuées par Andy Warhol en 1975 les visages d'hommes et de femmes travesti(e)s (accrochées en 2015 à la fondation Vuitton).



Clic' flash kiss print peow !!  
and pop' off course... quelques mots  
très brefs pour poser efficacement le  
décor du New-York arty des années  
soixante.

Même période de l'autre côté de  
l'Atlantique à Londres, c'est le  
'swinging London' ou 'swinging  
sixties'. « Sixties » tout court : une  
époque haute en couleur où le LSD était  
encore légal, où Marie Quant dénudait  
les cuisses des londoniennes jusqu'à  
dix centimètres (et pas un de plus, les  
règles sont strictes) au-dessous des  
fesses avec sa petite révolution textile,  
la minijupe ; où la jeunesse s'engageait  
dans les mouvements protestataire,  
revendiquant une place dans la vie  
politique, et où les fans s'effondraient  
en larmes lorsqu'ils approchaient leurs  
idoles à moins de deux mètres. Effluves  
d'alcool et de genévrier émanant des  
distilleries de gin et odeur iodée de l'air  
marin charrié par la Tamise... C'était  
l'époque de la Radio Caroline ("Good  
Morning England"), qui diffusait depuis  
les eaux internationales les morceaux  
censurés par la BBC. Premier titre  
envoyé sur les ondes hertziennes  
depuis le bateau pirate :  
"Not fade away", des Rolling Stones.  
Traduction « Ne jamais disparaître ».  
Message reçu. 5/5.

Andy Warhol se chargera  
personnellement d'assurer la bonne  
diffusion du message. Il fait partie du  
réseau humain et technique, artistique  
et mécanique qui contribuera à la  
construction de la légende. Il y  
participe depuis sa 'Factory' new-  
yorkaise avec ses process maîtrisés,  
son propos avant-gardiste et son  
sens de l'esthétique sûr. Andy Warhol  
produira plusieurs centaines de séries  
représentant le sex-symbol sulfureux  
dont cinq seront mises aux enchères  
le 17 décembre prochain par la maison  
Ferri.

# ANDY WARHOL MICK JAGGER

---

Naître dans une banlieue ouvrière de Pittsburgh au début de la grande dépression avec une santé fragile et une personnalité atypique (ce qui conduit inévitablement à l'ostracisation et aux railleries des camarades de classe) \_ manquer en somme, d'amour, de confort et de santé \_ c'est s'engager de deux choses l'une : soit sur les rails d'une existence prolétaire sombre et pénible, soit dans un combat sans merci dans le but de prendre sa revanche sur la vie. Andy Warhol embrasse l'option numéro deux. Il passera chaque heure alitée et fiévreuse de son enfance (il souffre d'une pathologie affectant son système nerveux central qui le contraint à rester régulièrement en convalescence à la maison), et chaque heure anxieuse à l'école à préparer son entrée en scène. Sortir du ghetto deviendra son unique objectif, sa seule intention. De glamour, de beauté et de célébrité, c'est cela le rêve de Warhol.

Quant au jeune Londonien efflanqué et androgyne qui longe le quai de la gare de Dartford un matin d'octobre 1961... à quoi rêve-t-il, lui? A quel songe est-il brusquement arraché par la bourrade d'un ancien camarade de classe, un certain Keith Richard, que le hasard met sur sa route ce jour d'automne, après des années sans nouvelles. De réussite comme Warhol ? Sans doute, car le jeune Michael Philip Jagger vient de rentrer à la London School of Economics. Sa rencontre quelques semaines plus tard avec Brian Jones lui offrira bien plus que la meilleure mention du plus prestigieux master en sciences économiques et politiques. Dans quelques mois, il deviendra la figure emblématique de toute une période, de toute une génération, d'une décennie hyper créative qui fera briller le Royaume-Uni sur tous les continents dans le domaine de la mode et de la musique.



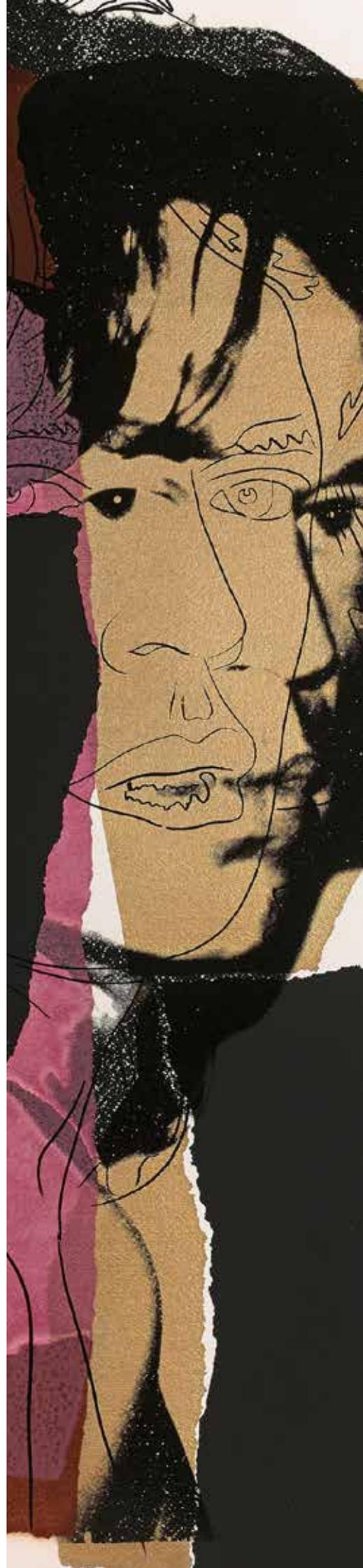


## LA FASCINATION DE WARHOL POUR JAGGER, L'ICÔNE ROCK

---

Lorsque Mick Jagger retrouve en 1975 le roi du pop art dans sa Factory pour la réalisation de ces sérigraphies, les deux hommes se connaissent déjà. Trois ans plus tôt, Mick écrit à Andy pour lui demander de se charger de la conception de la pochette controversée du neuvième album des Stones « Sticky fingers ». Ce qui plût au Roi du pop-art ? Tout. Son physique, sa silhouette longiligne, son regard de mauvais garçon, son attitude, ses traits androgynes, et ses lèvres. Ces lèvres canonisées par le graphiste John Pashes avec son « Tongue and lips logo », qui fera de cette bouche la bouche la plus vue et la plus reconnaissable au monde. Voilà ce qui suscite la fascination d'Andy Warhol pour l'icône rock.

*« De glamour,  
de beauté  
et de célébrité,  
c'est cela le rêve  
de Warhol. »*





## “LOVE, SISTER IT’S JUST A KISS AWAY” \*

Les contrastes créés par Warhol dialoguent à merveille avec les contrastes physiques du chanteur : une bouche sensuelle, féminine et charnue que l’on pourrait confondre, si l’on masquait le reste du visage, avec la bouche de Jean Shrimpton, la mannequin iconique de l’époque. De cette bouche tendre et juvénile sort une voix d’une toute autre nature : nerveuse, braillarde et grinçante à crever n’importe quel smog londonien. Une voix que l’on imagine plus volontiers s’échapper d’une altercation entre non-educated-delinquents de l’est-end, que de l’enceinte d’un poste de radio juste derrière un titre de Marianne Faithfull (une des quatre mille conquêtes revendiquées par le chanteur..).

La technique, qui use largement d’effets de contrastes, semble taillée sur mesure pour le chanteur. Le style et l’approche rentrent dans une sorte d’osmose avec le sujet Jagger \_ l’objet Jagger pourrait-on dire sans abus de langage. Car l’homme devient rapidement un produit artistico-médiatique, construit et nourrit de fantasmes ; objet de fantasmes aussi. Il devient une marque subversive de contre-culture, pourtant rapidement consommée partout dans le monde.

Papier déchiré, aplats colorés, tracés francs et contours appuyés, tous les éléments de la marque de fabrique de Warhol sont là. Les traits à l’encre mettent en valeur les traits du visage : courbe des lèvres, ligne du menton, jaw-line. La résine orange translucide surligne et fait ressortir fluo le regard blessé du mauvais garçon. Les couleurs ?

Accordons nous le droit d’interpréter : le rouge de John Pasches, le brun de « Brown sugar » le noir de « Paint it black » et le bleu... « Have you seen [him] dressed in blue » ?

Nos cinq sérigraphies sont en quelque sorte l’œuvre d’un alchimiste ; les matières qui s’y cognent \_ glamour, scandale, sensualité, éléments bruts, érotiques, noirs, gris, résine, encres et solvants \_ deviennent précieuses suite aux manipulations de l’enfant timide et marginal devenu producteur télé, directeur de magazine, réalisateur et manager de music (il produit le premier album du Velvet Underground).

\* Titre : “Gimme Shelter”, album *Sticky Fingers* : pochette Andy Warhol / lyrics Keith Richard & Mick Jagger

## LA SÉRIGRAPHIE : UNE MÉTHODE DE PRODUCTION DE MASSE POUR TOUCHER L'ÉLITE

---

Le processus de fabrication de Warhol est ouvertement et largement inspiré des méthodes déployées par l'industrie de masse et le marketing de grande distribution, (simplification picturale, production en série, appropriation de l'esthétique publicitaire). Pour lui, art et industrie font un, et il le revendique. La modernité technologique d'alors (appareil photographique instantané, techniques d'agrandissement, d'impression et de reproduction...) lui permet de développer un univers graphique inédit, une marque de fabrique, un style unique dont il fait double usage. D'abord il s'investit de la mission de rappeler aux consommateurs, à la 'masse' (pour laquelle il n'avait aucun mépris, au contraire), la beauté des objets qui les entourent. Ensuite \_ et ici réside une partie du génie de l'artiste \_ il emploie les méthodes de production de masse pour toucher l'élite. Et les 'happy fews' désireux d'obtenir leurs portraits signé Warhol n'auront qu'à contacter, en s'acquittant au passage de la coquette somme de 25 000 dollars, la « Andy Warhol Entreprise ». Mais avant de se retrouver en 110 x 75 sur le mur d'un collectionneur ou sur l'estrade d'une salle de vente, sinon devant les quelques 3 923 visiteurs qui parcourent chaque jour les collections du MOMA, l'image sort d'abord au format 7,9 x 7,9 de l'appareil photo polaroid de M. Warhol. Puis, épaulé par son acolyte Alexander Henrici, il lance la chaîne de production.



# VENTE

## VENTE AUX ENCHÈRES PUBLIQUES

**HÔTEL DROUOT, SALLE 7**

**VENDREDI 17 DÉCEMBRE - 14 H**

### EXPOSITIONS PUBLIQUES

Hôtel Drouot, Salle 7

Mercredi 15 décembre – 11h/18h

Jeudi 16 décembre – 11h/20h

Vendredi 17 décembre – 11h/12h

### CONTACT ÉTUDE

[ferri.cp@ferri-drouot.com](mailto:ferri.cp@ferri-drouot.com)

### RELATIONS PRESSE

#### **Artcento**

Pauline Boddaert

[pauline.boddaert@artcento.com](mailto:pauline.boddaert@artcento.com)

### EXPERT

Irénée BRUN

[brun.perazzone@gmail.com](mailto:brun.perazzone@gmail.com)



CONCEPTION - RÉDACTION

**ARTCENTO**

**FERRI**