

L'Art pour l'or

par Jean-Louis Fabiani

Comment l'art acquiert-il une valeur marchande ? Avant même le marché de la revente et des stratégies spéculatives, deux historiennes se concentrent sur le « premier marché ». Le moment décisif où l'œuvre quitte l'atelier, où l'artiste fixe son prix et touche son public.

À propos de : Sophie Cras et Charlotte Guichard, *Vendre son art. De la renaissance à nos jours*, Paris, Seuil, collection L'univers historique, 2025, 348 p., nombreuses illustrations, 23, 90 €.

Premier marché, premier contact

La question du marché ou des marchés de l'art est souvent laissée aux économistes et aux sociologues, comme s'il s'agissait d'un aspect secondaire de l'histoire de l'art, qui ne touchait pas au cœur de la production artistique. Du fait de leurs modes de collecte des données et des grilles d'analyse qu'ils appliquent, les chercheurs en sciences sociales s'intéressent en priorité aux transactions commerciales du second marché, celui de la revente des œuvres par leur premier acquéreur et aux stratégies spéculatives qui y sont attachées. L'objet principal est celui des variations de la cote des artistes dans la durée. Leurs outils sont l'observation des salles de vente aux enchères et les séries statistiques qui permettent de connaître les variations de la valeur des œuvres. Il est rare que la saisie de la relation initiale qui va transformer un produit symbolique en bien marchand fasse l'objet d'un intérêt spécifique : c'est

pourtant le moment décisif où la capacité d'agir de l'artiste est la plus importante. Dans leur livre, Sophie Cras et Charlotte Guichard se saisissent de processus à travers le traitement d'archives dont certaines ont déjà été exploitées, sans que l'on ait vraiment cherché à saisir les implications de la naissance d'un objet (dessin, peinture, sculpture ou toute autre forme) comme bien affecté d'une valeur qui pourra changer au cours du temps. Ce changement de statut, on le sait, n'affecte pas également toutes les œuvres : certaines sont destinées à rester dans l'atelier, d'autres à être données ou échangées avec d'autres artistes, ce qui ne les empêche pas d'entrer ultérieurement dans un cycle marchand.

Le livre s'ouvre sur une anecdote déjà citée, mais dont le cadre interprétatif renouvelé permet de mieux comprendre le sens de la transaction inaugurale. Manet avait répondu à la commande d'un tableau représentant une botte d'asperges par Charles Ephrussi, collectionneur et critique d'art, dont le prix avait été fixé à huit cents francs. L'acheteur ayant donné mille francs, le peintre lui fit parvenir la peinture d'une asperge isolée, en ajoutant : « Il en manquait une à votre botte ». Les autrices comparent judicieusement ce geste à celui d'un vendeur de fruits et légumes qui ajouterait un petit supplément gratuit au panier d'un bon client. L'ensemble du livre est fondé sur un principe : une des tâches de l'histoire de l'art est de ressaisir les chaînes d'action qui constituent la véritable « fabrique de l'art », comme elles le disent. Il s'agit d'une approche processuelle et interactionniste qui tente de capter à la source les conditions de l'échange et les savoirs pratiques, souvent tacites, qui y sont mis en œuvre.

Ce recentrement suppose qu'on resserre la focale sur le premier marché, ce moment où l'œuvre quitte son biotope originel, celui de l'atelier. L'intention de tout artiste, fût-elle ou fût-il réticent à la vision purement commerciale de l'art, est d'être reconnu : pour ce faire, il n'est d'autre médiation que la vente. En mobilisant les savoirs de l'anthropologie et de la sociologie, les autrices reconfigurent l'usage établi des sources de l'histoire de l'art et procèdent à une extension du périmètre de ce qu'elles appellent justement « l'agir artistique » en y incluant toute une gamme de compétences sociales, des « bricolages marchands et plastiques qui apparaissent au moment de la production des œuvres » (p. 13). Elles saluent au passage le travail pionnier de la sociologue Raymonde Moulin, qui dès 1967, dans son monumental *Le marché de la peinture en France*, avait associé approche économique et enquête ethnographique sur le monde de l'art approche économique. Elles inscrivent leur projet dans une temporalité longue, de la Renaissance à nos jours, ce qui peut paraître très ambitieux pour un livre plutôt compact. La construction n'est pas strictement

chronologique, car l'intérêt majeur est de mettre au jour des réseaux d'interaction en les analysant au plus près de leur forme séquentielle, et non pas de fournir une histoire de la transformation des structures de marché. Polanyi avait montré dans la *Grande transformation* (1944) que les marchés de village n'étaient en aucune manière la préfiguration de marchés nationaux ou internationaux, et qu'il y avait un saut qualitatif entre eux. Les autrices préfèrent donc parler des « agencements marchands », comme l'a proposé Michel Callon. Dans une perspective proche de la théorie de l'acteur-réseau (Callon, Latour et Law), il s'agit de porter l'attention sur les connexions et les attachements, et de distribuer l'agentivité de manière plus généreuse que dans les modèles de l'action traditionnels.

La périodisation en question

Le parti-pris analytique implique que l'on puisse convoquer tour à tour des interactions prises dans des conjonctures historiques très différentes, non pas qu'elles soient toutes construites de la même façon, mais parce qu'on peut analyser, au plus près des relations concrètes, le plus souvent de personne à personne, la diversité des stratégies et l'élaboration des compétences dans une logique de négociation permanente. Il y a selon les autrices une « continuité des problèmes » qui interdit de placer la question de la périodisation au cœur de la méthode. De ce fait, elles s'interdisent toute approche sérielle aussi bien que toute tentation d'exhaustivité. La richesse de l'analyse est à ce prix : une suspension du cadre général de l'histoire de l'art et de sa division en moments isolables et relativement homogènes est nécessaire pour que la méthode fondée sur les agencements et les attachements porte vraiment ses fruits. Le lecteur peut en concevoir quelques frustrations, qui s'atténuent rapidement lorsqu'elle ou il constate que les configurations historiques spécifiques réapparaissent dans l'analyse des situations particulières. Les artistes ont des problèmes communs à travers l'histoire, qu'on pourrait résumer ainsi : comment accéder à un espace de vente et à la reconnaissance qu'il offre, mais les réponses qu'ils leur donnent diffèrent largement en fonction des cadres structurants au sein desquelles l'échange est configuré, sans pour autant que le poids de la structure donne lieu à des interactions répétitives ou stéréotypées. L'ouvrage est divisé en sept chapitres qui sont autant de mises à l'épreuve de la proposition inaugurale. L'attention est constamment fixée sur la dimension matérielle de la production et de l'acquisition d'œuvres d'art : matériaux, main-d'œuvre, mécanismes de formation du prix,

évaluation des coûts de fabrication sont au centre de l'investigation. C'est une leçon pour les sociologues, qui restent souvent prisonniers de catégories qui leur interdisent d'accéder à la vie matérielle de leur objet et s'en tiennent à des unités stylistiques ou à des notions vagues comme celle de « révolution symbolique ». Les autrices prennent leurs distances avec le modèle canonique de Bourdieu qui envisage deux grands types de relation à l'œuvre d'art : « De nombreux sociologues, écrivent-elles, au premier rang desquels Pierre Bourdieu, ont fait de la distinction entre le « commercial » et le « non commercial » une opposition structurante de l'économie des biens symboliques. Tandis que le premier se caractériserait par la recherche du « succès immédiat et temporaire » à travers une logique de diffusion et l'ajustement à une demande préexistante, le second privilégierait le « succès différé et durable » à travers une production qui « ignore ou défie les attentes du public constitué ». Dans la pratique, toutefois, on serait souvent bien en peine de distinguer strictement l'un de l'autre, tant les artistes, au fil de l'histoire, marient de mille manières leur sensibilité aux opportunités marchandes et à leur engagement créatif » (p. 156). Malgré la modestie affichée du propos, qui se limite à un espace de la « pratique », c'est la manière de faire dominante de faire de la sociologie de la culture en France qui est invalidée, en tant qu'elle impose une cage de fer structurale à des interactions qui ne se laissent jamais saisir sous une forme pure. À ce titre, le chapitre six, consacré à « l'appel au public », montre clairement que la recherche d'une audience anime même les plus radicaux des artistes : appuyé sur une analyse de l'émergence de l'*exhibition* payante en Angleterre au XVIIIe siècle, il illustre la diversité des stratégies artistiques pour toucher des publics que les institutions tiennent en captivité. En 1855, Gustave Courbet montre ses tableaux les plus significatifs, dont l'*Enterrement à Ornans*, dans un pavillon construit pour l'occasion à Paris, en vue de créer un nouveau public, dans une perspective ouvertement révolutionnaire. L'analyse de l'orchestration de la carrière internationale de Rosa Bonheur, dont les œuvres font de véritables tournées en Angleterre, puis aux États-Unis, et qui finit par recevoir Buffalo Bill dans son village de Thomery, est fort instructive. Les autrices remarquent « qu'elle a parfaitement saisi l'importance d'élargir son public à des acheteurs moins fortunés » (p. 252). Elle signait ainsi de sa main les gravures éditées par les marchands. Ce chapitre éclaire de diverses façons l'action individuelle et collective des artistes confrontés aux incertitudes du marché et désireux de ne dépendre ni de l'État ni des marchands : sociétés coopératives, galeries alternatives et communautés féministes témoignent de ces capacités d'auto-organisation.

Fixer le prix d'une œuvre

L'ouvrage offre une analyse originale de la question fondamentale de la formation du prix des œuvres, revisitée à partir de la grille analytique des agencements et des attachements. Des exemples très variés (Frida Kahlo, Albrecht Dürer, Artemisia Gentileschi) permettent de voir à l'œuvre la manière éloquente dont les artistes déploient leurs revendications : les correspondances entre artistes et commanditaires constituent un gisement fécond qui révèle l'aptitude des premiers à influencer sur le prix de leurs œuvres au cours d'interactions serrées. Il faut insister ici sur l'inscription temporelle de ces modalités, qui dépendent de cadres plus larges. À la fin du Moyen-Âge, les œuvres n'ont pas encore de prix alors que le travail de l'artiste en a un, sous une forme le plus souvent contractualisée. Pendant plusieurs siècles, marché des œuvres et marché des artistes vont rester intriqués : nombre de jours travaillés et nombre de figures dans le tableau coexistent dans la formation du prix. Le développement du marché de l'art dans sa définition moderne a lieu à partir du milieu du XVIIIe siècle, en Europe comme en Chine : les prix « s'affichent de manière plus transparente et indépendante des acheteurs » (p. 52) et une normalisation du système de fixation s'instaure à l'aide de deux variables, le taux (i.e. la cote) et le point, dont le nombre correspond à une surface standard. On peut demander aux autrices si le processus de standardisation qu'elles présentent avec clarté ne doit pas conduire à marquer plus fermement une césure temporelle avec des formes plus anciennes, qui ne nécessite plus les ressources des négociations prémodernes. Cette interrogation peut être confortée par le fait que les coûts de production, tant en matériaux qu'en main-d'œuvre, sont au centre des contrats médiévaux, ils tendent à s'invisibiliser dès la période suivante. Il y a bien un *trend* de longue durée à partir de la Renaissance : l'émergence de la figure de l'artiste, en contraste avec celle de l'artisan, rend son travail de plus en plus difficile à mesurer, malgré la standardisation de la fixation des prix. Ce n'est qu'au XXe siècle que les artistes ont obtenu le contrôle de la reproduction de leurs travaux et la garantie des revenus qu'ils pouvaient en tirer. Au cours des siècles précédents, la situation a été d'une grande fluidité, souvent au désavantage des créateurs.

Attachements et affects

Le marché de l'art n'est pas un marché comme les autres. Les autrices montrent ici clairement leur parti : les représentations vectorisées de l'histoire de l'art, qu'il s'agisse de l'émergence de l'artiste comme créateur absolu, de son autonomisation ou du passage d'une société de cour à une société dominée par la relation marchande, est abandonnée au profit d'une constante : « la persistance d'une grammaire de l'attachement » au cours de l'histoire. Qu'entendre par là ? Le mécénat de la Renaissance aussi bien que la montée en puissance de la relation exclusive entre le galeriste et son artiste sont animés par l'intensité de formes qu'on pourrait appeler amicales, ou à tout le moins chargées d'affects, quel que soit le degré d'asymétrie des deux parties. L'ultime chapitre, intitulé curieusement « Imaginaires spéculatifs », traite de ce qu'on appelle ordinairement la financiarisation de l'art. Conformément à la méthode d'ensemble, c'est l'artiste et non le marché qui est le moteur de l'analyse : les imaginaires sont bien ceux de l'artiste, bien que les historiennes s'appuient sur une analyse précise de l'émergence et du développement de fonds d'investissement spécialisés dans le domaine depuis les années 1960. Ici la pratique du retour en arrière, qui a donné d'heureux résultats au cours du livre, est plus discutable. Le lecteur n'arrive pas à savoir en quoi l'analyse du Rococo qui suit l'exposé des transformations récentes du marché et qui porte sur la conversion de gains financiers en œuvres précieuses apporte à la discussion : c'est de l'imaginaire des détenteurs de fortune et non des artistes qu'il s'agit ici.

Il est difficile de rendre compte de la richesse de ce livre. La lecture en est facile, alors que la conceptualisation sur laquelle il s'appuie est aussi complexe que maîtrisée. L'ensemble est fort bien illustré, avec de nombreuses illustrations en pleine page. On note l'importance donnée aux artistes femmes (Frida Kahlo, Artemisia Gentileschi, Berthe Morisot, Diane Arbus, Adèle d'Affry, Angelica Kaufmann, Cecilia Beaux, Rosa Bonheur, Margaret Harrison). L'ouvrage peut être approprié de deux façons : d'abord, par son parti-pris théorique et méthodologique, il constitue un modèle pour toutes les disciplines qui ont à traiter de formes symboliques en ce qu'il part toujours de l'expérience des artistes et de leur capacité d'agir, et il offre une approche processuelle des modes d'émergence et de stabilisation des œuvres. Ce travail s'inscrit dans une approche continuiste qui s'affranchit de la linéarité chronologique. Il bouscule nos approches routinières et les facilités d'une épistémologie du discontinu aux décisions souvent arbitraires. À ce titre, il procure du bonheur aux chercheurs en les réveillant de leurs routines analytiques sans provocation excessive. Ensuite, la qualité de

l'écriture et la beauté de la mise en page en font un ouvrage dont le grand public pourra faire son miel. Une vraie réussite.

Publié dans lavedesidees.fr, le 23 juillet 2025.