



HAL
open science

La nébuleuse des intermédiaires de l'art actuel

Nathalie Moureau, Dominique Sagot-Duvaouroux

► **To cite this version:**

Nathalie Moureau, Dominique Sagot-Duvaouroux. La nébuleuse des intermédiaires de l'art actuel. Smartbe, L'artiste et ses intermédiaires, Mardaga, 2010, pp.55-67, 2010. hal-00532820

HAL Id: hal-00532820

<https://hal.science/hal-00532820>

Submitted on 17 Jan 2011

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La nébuleuse des intermédiaires de l'art actuel

Nathalie Moureau
Maître de conférences en sciences économiques, Université Montpellier III
Chercheur au LAMETA, université Montpellier I
Nathalie.moureau@univ-montp3.fr

Dominique Sagot-Duvaouroux
Professeur en sciences économiques, Université d'Angers
Directeur du GRANEM, Université d'Angers
Dominique.sagot-duvaouroux@univ-angers.fr

Si la centaine d'assistants employés par Jeff Koons fait voler en éclat le mythe de l'artiste solitaire auprès du grand public, la reconnaissance du rôle joué par les intermédiaires au sein du monde de l'art est bien plus ancienne chez les sociologues ou les économistes. Plusieurs d'entre eux se sont penchés sur les anonymes (ou non) qui gravitent autour de l'artiste et qui contribuent de près ou de loin à l'émergence de la création d'une œuvre puis à sa diffusion. Rappelons simplement les travaux essentiels d'Howard Becker qui, dans les années 1980, soulignait le poids des réseaux de collaboration et montrait comment les conventions partagées influençaient directement la nature de la création (artiste, public, collaborateurs techniques, diffuseurs, commanditaires etc.). Pour Howard Becker "chaque monde de l'art comporte tout un ensemble de pratiques caractéristiques, qui vont des méthodes conventionnelles de production jusqu'aux modes d'exposition, en passant par le choix des techniques et des matériaux, une transformation radicale de l'une quelconque de ces pratiques peut devenir le germe d'un monde nouveau"¹. Selon cette analyse, les modes de présentation de l'œuvre au public conditionnent dans une certaine mesure les productions. Ainsi pour la musique, un concert ne peut que difficilement excéder une certaine durée, de même pour les œuvres d'art, certaines formes sont proscrites sans quoi leur diffusion poserait problème. C'est donc tant en amont qu'en aval de la création artistique que des intermédiaires opèrent.

D'un point de vue économique, trois catégories d'intermédiaires sont centraux pour le fonctionnement du marché, les intermédiaires marchands (mise en contact de l'offre et de la demande), les intermédiaires financiers (qui produisent les œuvres ou les financent) et enfin les intermédiaires qui précisent la qualité de l'œuvre. Introduire cette dernière catégorie peut surprendre, nous allons toutefois nous attacher à montrer le rôle crucial qu'elle joue pour le bon

¹ Becker H., *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988, p. 311

déroulement des échanges sur certains segments de l'art actuel. Car le marché de l'art n'est pas homogène et tandis que sur certains segments, collectionneurs, salons et galeristes sont les interlocuteurs essentiels de l'artiste, sur d'autres les institutions entrent en jeu et occupent une place clef. Comment expliquer ces divergences ? En introduisant la question de la révélation de la qualité sur le marché, plus ou moins aisée à découvrir selon les œuvres. Dans un premier temps nous allons préciser cette question en mettant en évidence l'hétérogénéité des mondes de l'art et des conventions de qualité qui leur sont associées. Nous analyserons ensuite plus précisément sur chacun des segments de marché le rôle joué par les intermédiaires.

1) Des rôles différenciés selon les mondes de l'art

En quoi la révélation de la qualité requiert-elle des intermédiaires sur les marchés de l'art ? D'aucuns argumenteront et soutiendront que seule la rencontre avec une œuvre décide de son achat ou non. Mais cette rencontre n'est pas le fruit du hasard, et tous les travaux tant sociologiques² qu'économiques³, soulignent le rôle joué par le capital culturel dans la formation du goût. Sur le terrain, le constat est le même. Suzanne Pagé, ancienne directrice du musée d'art moderne de la ville de Paris note « Evidemment l'émotion spontanée n'existe pas. Elle a tout à voir avec un certain niveau de conscience »⁴. Le rôle dévolu à l'expérience et à la connaissance pour l'appréciation des œuvres sur le marché de l'art découle en grande partie de leur caractère faiblement fonctionnel. Tandis que pour un bien de consommation courante, la qualité peut être objectivée à partir de caractéristiques physiques et fonctionnelles (*e.g.* la puissance pour un aspirateur), en revanche sur quels critères se fonder pour évaluer la qualité artistique des aspirateurs de Jeff Koons ? Est-ce sur leur « qualité anthropomorphique », « érotique » ou encore doit-on prendre en considération l'idée que « l'aspirateur est une machine qui respire, qui a des orifices et des parties phalliques » comme l'a déclaré l'artiste dans le numéro spécial que le magazine *Beaux-arts* lui a consacré en 2009. On le pressent, la réponse n'est pas évidente. Sur le marché de l'art, l'évaluation de la qualité est de nature conventionnelle et dépend de règles communément admises et acceptées par les acteurs. Mais alors

² Comme le constate Bourdieu « affrontés aux œuvres d'art légitimes, les plus démunis de compétence spécifique leur appliquent les schèmes d'appréciation universelle de l'ethos, ceux la même qui structurent leur perception des objets du monde : n'accordant qu'une attention secondaire à la forme, faute de pouvoir posséder les écrans éthiques qui empêchent de la percevoir en tant que telle et faute surtout de posséder les moyens de saisir les propriétés distinctives de manière et de style qui lui adviennent dans sa relation avec d'autres formes (c'est-à-dire dans et par la référence au champ des œuvres et à son histoire ils ne peuvent que s'attacher à la chose représentée, s'interrogeant sur ce qu'elle veut dire et lui refusant toute valeur si elle ne remplit pas sa fonction première, dire ce qu'elle a à dire, représenter ce qu'elle représente » dans Bourdieu P., *Goûts de classe et styles de vie, Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Octobre, 1976, p. 23. Voir aussi Bourdieu P., *La distinction, critique sociale du jugement*, Minuit, 1979

³ Becker H., Stigler G. (1977), *De Gustibus non Est Disputandum*, *American Economic Review*, 67 (2), p.76-90

⁴ Pagé S., *Sondage exclusif les Français et l'art* in *Beaux-Arts*, 100, 1992, p. 54

que pour un bien fonctionnel l'objectivité de la mesure de la qualité est reconnue de la même façon par tous les utilisateurs du bien, il n'en va pas de même ici⁵. Plusieurs mondes coexistent et fonctionnent en se référant à des conventions distinctes. Selon ces conventions, le rôle dévolu aux intermédiaires sera plus ou moins conséquent.

Nathalie Heinich⁶ distingue trois genres au sein de l'art actuel : l'art classique, l'art moderne et l'art contemporain. Ces trois appellations ne renvoient pas à un découpage historique de l'art mais bien à des œuvres actuelles relevant de critères de jugements distincts. Tandis que dans l'art classique les règles classiques de figuration, de perspectives et les canons esthétiques sont respectées, l'art moderne rompt avec les règles de la figuration classique mais respecte l'usage des matériaux traditionnels et exige une intériorité de l'artiste en gage d'authenticité de la démarche. Au contraire, l'art contemporain, qui est fondé sur la transgression des frontières qui définissent l'art pour le sens commun, est le genre de l'art actuel valorisé par les institutions. Cette classification, pour intéressante qu'elle soit, est ambiguë dans la mesure où elle renvoie non à trois mais à deux modèles économiques polaires. Le premier est organisé autour de la convention d'originalité⁷ et appuie la valeur artistique sur la reconnaissance de l'originalité de la démarche de l'artiste, ce qui nécessite de développer un discours sur la place de l'artiste dans l'histoire de l'art. Nous qualifierons ce modèle, de « modèle de l'art contemporain ». Le second modèle économique repose sur une convention de *mimesis* où la valeur tient à la conformité de l'œuvre à des modèles existants (la nature ou le travail des maîtres). Nous appellerons ce modèle, « modèle de l'art classique ». Les artistes du genre moderne se retrouvent à la frontière des deux, dans une sorte de no man's land et leur carrière économique comme leur notoriété dépendra de la façon dont ils arriveront à s'insérer en début de parcours au sein d'une économie plutôt qu'une autre.

Avec ces deux modèles, on retrouve ici l'idée d'Howard Becker de la coexistence de mondes de l'art distincts, chacun fonctionnant selon des conventions sociales qui leur sont propres et des modes d'évaluation distincts : « la valeur esthétique naît de la convergence de vues entre les participants à un monde de l'art à telle enseigne que si cette convergence n'existe pas, il n'y a pas non plus de valeur dans cette acception du terme ; (...) une œuvre a des qualités et, partant, une valeur quand

⁵ Cf. Sagot-Duvaurox D., *Incertitude qualitative et fonctionnement des marchés : l'exemple des œuvres d'art*, in Delamotte E. ed., *Du partage au marché, regards croisés sur la circulation des savoirs*, Editions du Septentrion, 2004, p.279-299

⁶ Heinich N., *Pour en finir avec la querelle de l'art contemporain*, L'Echoppe, Paris, 2000

⁷ Moureau N., Sagot-Duvaurox D., *Les conventions de qualité sur le marché de l'art, d'un académisme à l'autre?* in *Esprit*, Octobre, 1992, p.43-54 et Moureau N., Sagot-Duvaurox D., *Le marché de l'art contemporain*, Repères, la Découverte, 2006

l'unanimité se fait sur les critères à retenir pour la juger, et quand on lui a appliqué les principes esthétiques acceptés d'un accord commun »⁸.

Comme il a été noté, l'existence de plusieurs registres d'évaluation de la qualité (plusieurs conventions) à de fortes implications quant au rôle dévolu aux intermédiaires sur le marché. Au sein du monde classique de l'art actuel, l'existence de critères objectifs préexistants permet une faible intermédiation (la définition de la qualité s'effectue de façon exogène aux échanges). En revanche au sein du monde de l'art contemporain, les dispositifs de légitimation requièrent l'intervention de nombreux acteurs appartenant pour partie au monde institutionnel et pour partie au monde marchand (la définition de la qualité s'opère de façon endogène au marché)⁹.

Pour illustrer cette divergence quant à la nécessité ou non d'intermédiation pour la révélation de la qualité selon les mondes de l'art, il est utile de se référer aux travaux de Roger de Piles et d'Alfred Bongard. Pour Roger de Piles¹⁰ il est possible d'évaluer la qualité artistique d'une œuvre à partir de ses caractéristiques intrinsèques. Quatre éléments sont ainsi retenus, la composition, le coloris, le dessin et l'expression. Le mérite global d'une œuvre est établi au regard de l'ensemble de ces critères. Ce type d'évaluation perdure pour les œuvres de type classique. En revanche pour l'art contemporain, le référentiel d'évaluation est en grande partie externe à l'œuvre. La démarche initiée en 1970 par Alfred Bongard avec la première publication du *kunst kompass* dans le magazine allemand *Capital* est assez emblématique de la logique alors à l'œuvre. Un certain nombre de points est attribué à différentes institutions, à des revues spécialisées (*Art in America*, *Flash art*, etc.) ou encore à de grands événements artistiques internationaux (biennale de Venise, etc.). La qualité du travail de l'artiste est alors fonction du nombre total de points qu'il a cumulé, selon qu'il est entré dans un musée ou non, qu'il a été présenté à une biennale ou non. On le voit, il y a un double déplacement dans l'évaluation de la qualité. D'une part, celle-ci n'est plus directement évaluable à partir de critères intrinsèques à l'œuvre mais se mesure plutôt à l'aune de la reconnaissance qu'a obtenu l'artiste auprès des acteurs du monde de l'art. D'autre part, il s'opère un glissement de l'évaluation de l'œuvre vers l'artiste : plutôt qu'une œuvre, c'est désormais une démarche entière que l'on apprécie, moyennant un processus de personnalisation de la valeur. On comprend alors que le rôle dévolu à l'intermédiation change d'un modèle à l'autre.

⁸ Becker H., *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988, p. 150

⁹ Cf. Moulin R., *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 1992 et Moureau N., Sagot-Duvauroux D. *Le marché de l'art contemporain*, Repères, la Découverte, 2006

¹⁰ *Cours de Peinture par Principes composé par Mr. de Piles*, Paris: chez Jacques Estienne, 1708

2) Les intermédiaires du modèle de l'art contemporain

Au sein du modèle de l'art contemporain, les trois catégories d'intermédiaires sont représentées (ceux qui révèlent la qualité, ceux qui financent et ceux qui vendent). C'est sur ce segment de marché que leur rôle est le plus large et le plus stratégique¹¹. Ils contribuent à la définition de la qualité de l'œuvre qui passe par la personnalisation de la valeur artistique¹². Ils en assurent souvent la production. Enfin ils participent à la valorisation marchande du travail. Parfois, ce sont les mêmes individus qui assurent ces trois fonctions, occupant ainsi une place centrale dans ce modèle. Le rôle et la place de ces intermédiaires varient au fur et à mesure que l'artiste évolue dans son parcours. Si les réseaux institutionnels s'avèrent déterminants en début de la carrière pour attacher une qualité artistique au nom de l'artiste, ils sont relayés dans un second temps par les intermédiaires marchands (galeries, ventes aux enchères).

Au sein du modèle de l'art contemporain, lorsqu'un travail est présenté pour la première fois à un tiers, la qualité n'est pas définie. L'artiste va devoir capter l'attention d'une série d'intermédiaires dont le rôle consiste à construire un discours, une analyse sur son travail, à le situer dans l'histoire de l'art et à le recommander à d'autres intermédiaires. Comme le note Nathalie Heinich, « cet art contemporain qui a tant élargi les frontières de l'art n'est accessible qu'à ceux qui ont réussi à rentrer dans ce monde aux frontières bien délimitées, dans lequel on ne pénètre plus par la contemplation des objets (...) mais par les récits qui les trament, c'est-à-dire par les personnes qui les racontent ».¹³

Ce processus commence dès l'Ecole des Beaux-Arts. Bénédicte Martin¹⁴ a montré comment l'étudiant des Beaux-arts apprend à construire un discours sur son œuvre et est évalué sur la cohérence qu'il sait lui conférer. Il le fait avec le soutien de ses professeurs qui sont les premiers intermédiaires de son travail.

¹¹ Pablo Helguera, inspiré par le modèle américain, compare le monde de l'art contemporain à un jeu d'échec. Les artistes sont figurés par les pions (la pièce à la fois la moins et la plus importante du jeu, en tous les cas, présente en nombre élevé). La Reine, pièce la plus puissante correspond aux collectionneurs (ou au Ministère de la culture dans un pays comme la France). Les commissaires d'expositions sont les tours dont le pouvoir tient, selon l'auteur, à l'étroitesse de leurs relations avec la reine (c'est-à-dire les collectionneurs et/ou le Ministère de la culture). Les galeries sont les cavaliers. Leur trajectoire non linéaire leur permet des effets de surprise et de se déplacer vite d'un point à un autre de l'échiquier mais c'est une pièce vulnérable. Les critiques d'art dont les fous qui se déplacent toujours de biais. Ils sont difficiles à supprimer s'ils agissent de concert. Voir Pablo Helguera, *The Pablo Helguera Manual of con.tem.po.ra.ry art*, Jorge Pinto Books inc. New-York, 2007

¹² Pour reprendre une expression de Heinich N., *Faire voir, l'art à l'épreuve de ses médiations*, Les impressions nouvelles, collection Réflexions faites, 2009

¹³ Heinich, N., Idem, p.197

¹⁴ Martin B. (2005), L'évaluation de la qualité sur le marché de l'art contemporain. Le cas de l'insertion des jeunes artistes plasticiens, Thèse pour le doctorat en sciences économiques, Université de Paris X Nanterre

Outre une aide à la construction de ce discours sur l'œuvre, les professeurs (souvent critiques ou artistes) ouvrent la porte aux premiers relais institutionnels indispensables à la reconnaissance artistique du travail, qu'il s'agisse d'un commissaire d'exposition dans un centre d'art, d'un membre d'une commission d'achat (Fonds Régional d'Art Contemporain), d'un animateur d'une galerie associative ou encore d'un artiste représenté par une galerie. Le réseau social du professeur, autant que la capacité du jeune artiste à s'approprier le réseau de son maître et à construire le sien propre, sont des éléments déterminants de la réussite de cette première épreuve du parcours. Si le relais s'effectue sans heurts, si les choix initiaux des professeurs sont confirmés par ce deuxième cercle de légitimation, l'artiste peut alors avoir une reconnaissance rapide. L'obtention d'une exposition dans un centre d'art contemporain local, l'achat d'une pièce par un fonds d'art contemporain, l'octroi d'une aide à la création de la part d'une collectivité publique, sont autant d'événements qui contribuent à favoriser l'entrée de l'artiste dans une galerie commerciale. Les signaux de qualité se renforcent les uns les autres pour élargir les opportunités de financement de l'artiste : résidence à l'étranger, mise à disposition d'un atelier, soutien de collectionneurs, etc.

A ce stade, où l'artiste n'a généralement qu'une reconnaissance locale, certaines galeries associatives « tremplin » occupent une place déterminante¹⁵. Lieux de légitimation régionaux, parfois reconnus à l'extérieur de la région, elles peuvent jouer un rôle de passeur vers le marché national voire (cas plus rare) international. Notons que ces galeries se préoccupent peu de la vente. Financées en majorité par les collectivités locales, elles assument un rôle de production d'œuvres (financement) et de légitimation (édition de catalogue, organisation d'exposition, parfois édition d'une revue).

Bien sûr, l'artiste n'est pas un acteur inactif dans ces premières phases de légitimation. Il peut mettre en place des activités qui accroissent sa visibilité et la probabilité d'être repéré. Collectifs d'artistes, associations d'action artistique sont autant d'outils qui lui permettent de s'insérer dans les réseaux de l'art contemporain.

Passée cette phase d'émergence, le parcours de l'artiste peut prendre des voies sensiblement différentes.

Si son travail se prête à une exploitation marchande et qu'il est soutenu par une galerie de promotion d'envergure nationale, les réseaux institutionnels et marchands se rencontrent pour élargir les opportunités de gains. Le réseau social des intermédiaires nationaux peut offrir à quelques artistes la possibilité de s'insérer dans le monde de l'art contemporain international. Dans

¹⁵ Ces galeries n'ont pas vocation à conserver les artistes, elles leur fournissent un tremplin en leur offrant souvent leur première exposition Cf. de Vries M., Martin B., Melin C., Moureau N., Sagot-Duvaouroux D., *Diffusion et valorisation de l'art contemporain en région*, Ministère de la culture, 2009

ce marché de l'avant-garde médiatisé¹⁶, les acteurs centraux sont les conservateurs des grands musées, quelques commissaires d'exposition en charge des événements principaux de l'art contemporain (biennale de Venise, documenta Kassel, etc.), quelques grandes galeries aux moyens financiers conséquents qui sont susceptibles de produire des œuvres à forte visibilité médiatique et enfin une poignée de collectionneurs dont les choix sont en permanence observés et imités. Notons le rôle central joué par des intermédiaires « multicasquettes » (collectionneurs, hommes d'affaires, marchands, commissaires d'exposition ou propriétaires de musées tels que Charles Saatchi ou François Pinault) depuis la première grande crise spéculative de la fin des années 1980. Le magazine *Art Review* publie chaque année le Top 100 des acteurs les plus influents de la scène internationale de l'art contemporain (voir encadré 1). En majorité américains, anglais, allemands ou suisses, ce sont pour près d'un tiers des collectionneurs, pour 20 % des galeristes, 15 % des « curators ». Les artistes y occupent également une place substantielle (19%). Ils peuvent recommander à leurs galeries des artistes ou contribuer à faire évoluer les règles du marché. Leur notoriété leur permet de s'affranchir progressivement des intermédiaires chargés d'établir les hiérarchies artistiques.

¹⁶ Cf. Pflieger S., Rouget B. et Sagot-Duvaurox D., *Le marché de l'art contemporain, prix et stratégies*, La documentation Française, 1991

Encadré 1. Fonctions des membres du top 100 d'Art Review (évolution 2002-2007)

Year	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Architect	3%	4%	5%	5%	4%	2%
Advisor	2%	3%	1%	1%		
Art fair		3%	2%	1%	2%	3%
Artist	12%	16%	21%	19%	24%	19%
Auction	6%	6%	3%	3%	3%	5%
Barmaid	1%					
Collector	19%	17%	19%	20%	21%	31%
Critics	1%	1%			2%	2%
Curator	19%	17%	19%	20%	20%	15%
Gall/dealer	26%	23%	23%	26%	22%	22%
Dentist		1%				
Fabricator	1%					
Legal	2%			1%		
Politician	2%					
Publisher	3%	1%	2%	2%		
Real estate	3%	2%				
Restaurateur		1%				
Sheikh						1%
Website		1%	1%		1%	

Encadré 2 Les dix premiers membres du Top 100 de Art Review 2007

- 1 François Pinault, F, Collectionneur (« multi casquettes »)
- 2 Larry Gagosian, USA, galeriste
- 3 Nicholas Serota, GB, Directeur de la Tate Gallery
- 4 Glenn D. Lowry, USA, directeur du Moma
- 5 Eli Broad, USA, collectionneur
- 6 Damien Hirst, GB, artiste
- 7 Charles Saatchi, GB, collectionneur (« multi casquettes »)
- 8 Jay Jopling, GB, galeriste
- 9 Steven Cohen, USA, collectionneur
- 10 David Zwirner, USA, Galerie

Cette forte médiatisation ne concerne toutefois qu'une minorité d'artistes ayant su s'imposer tant dans les réseaux institutionnels que marchands.

La majorité des artistes ne connaîtront pas cette notoriété internationale. Au sein de ce second groupe, une fois passées les premières épreuves de reconnaissance, les plus chanceux convertissent leur renommée en poste de professeur dans une école des beaux-arts. Outre la garantie d'un revenu régulier, ils deviennent à leur tour des intermédiaires pour leurs plus jeunes condisciples et participent ainsi aux premières sélections du parcours d'épreuve des jeunes artistes. D'autres s'inscrivent dans une économie institutionnelle de l'art, à dominante locale¹⁷. Au sein d'un collectif ou d'une galerie associative qu'ils ont contribué à créer, ils démarchent les collectivités publiques et les institutions pour financer leurs projets. Prestataires de services de création sur un

¹⁷ Cf. de Vries M., Martin B., Melin C., Moureau N., Sagot-Duvaurox D., *Diffusion et valorisation de l'art contemporain en région*, Ministère de la culture, 2009

territoire, leur travail ne prend pas nécessairement la forme d'une œuvre commercialisable. Interface entre le milieu artistique et les services culturels des collectivités locales, ils deviennent eux-aussi des intermédiaires pour des artistes sortant des écoles. D'autres enfin (la majorité ?) s'orientent vers des carrières très éloignées de leur formation initiale, faute d'avoir pu trouver des intermédiaires légitimant leur travail.

Le tableau 1 présenté ci-dessous offre une synthèse du rôle joué par les intermédiaires au cours des différentes phases du parcours de l'artiste.

**Tableau 1 Les poids des intermédiaires
selon les phases de reconnaissance de l'artiste (modèle contemporain)**

	Phase d'émergence	Phase de reconnaissance	Phase de consécration
Fonctions dominantes de l'intermédiation	Légitimation artistique par la production d'un discours sur le travail de l'artiste Production d'œuvres destinées aux institutions locales (centres d'art...) Intermédiation marchande faible	Elargissement de la légitimation artistique aux acteurs institutionnels et marchands nationaux et internationaux Production d'œuvres destinées aux institutions et au marché international Intermédiation marchande et institutionnelle convergentes	Légitimation artistique acquise, marquée par la présence de l'artiste dans les grands musées et les grandes collections ; organisation de rétrospectives Diversification de l'intermédiation marchande (1 ^{er} et 2 ^{ième} marché)
Principaux intermédiaires	Professeurs des écoles d'art ; Responsables de centres d'art et jeunes commissaires d'exposition ; Galeries associatives tremplin	Galeries privées de promotion ; Foires ; Conservateurs et curators de grandes institutions ; Collectionneurs Ventes aux enchères	Galeries de promotion et de négoce ; Foires ; Ventes aux enchères Grandes institutions (rétrospectives)

3) Les intermédiaires du modèle de *l'art classique*

Au sein du modèle classique, le travail d'intermédiation est très simplifié. Comme la qualité est inscrite dans l'œuvre, dans son potentiel décoratif ou émotionnel, le rôle de « l'intermédiation qualité » est limité. Le collectionneur n'attend pas du critique ou de la galerie qu'ils construisent un discours sur l'œuvre mais plus simplement qu'ils opèrent un travail de sélection des artistes en cohérence avec ses goûts. Le rôle de l'intermédiation financière est

également réduit, peu d'œuvres monumentales sont produites¹⁸. Au final, seuls les besoins d'une intermédiation marchande se font ressentir. Comment cette intermédiation s'opère-t-elle ?

L'artiste qui s'inscrit dans ce modèle est souvent autodidacte, il a suivi des cours de peinture ou de sculpture dans des ateliers privés mais n'a pas eu accès au réseau institutionnel dont bénéficient ceux qui sortent des écoles d'art. S'il entend exposer son travail, il ne peut compter que sur son propre réseau amical et/ou familial. Les commerces (restaurants, hôtel, commerces de meubles...) forment souvent ses premiers intermédiaires. De même, les lieux d'exposition municipaux sont souvent utilisés pour les premières expositions, ainsi que divers salons et manifestations régionales. Ces lieux sont fréquemment conseillés aux artistes par les élus locaux.

La diffusion du travail des artistes passe aussi par la réalisation d'un site internet offrant une large palette de leur production. Ces artistes sont incités à auto-organiser leur promotion à travers la constitution d'associations dont le but principal est d'organiser des manifestations (salons, portes ouvertes, journées) durant lesquelles leur travail est rendu public. Les plus confiants frappent aux portes des galeries soutenant un travail proche du leur ou prospectent les galeries *via* le net. Quelques sites de galeries en ligne proposent en effet des œuvres originales et uniques avec une visée décorative s'adressant à un public peu familier des galeries d'art contemporain considérées comme élitistes (Cf encadré 3 présentant la publicité de *Tracker d'art*). Les créations proposées au sein de ce monde peuvent relever de pratiques artistiques traditionnelles, comme par exemple des peintures abstraites effectuées à la peinture à l'huile et à la feuille d'or ou plus actuelles avec par exemple l'art graffiti. Dans les deux cas, l'œuvre est définie comme une création unique, originale, à usage décoratif pour « toute personne qui cherche à se démarquer en remplaçant ses affiches par un tableau original et unique », cet achat « permettra de se démarquer en personnalisant son intérieur, bureau ».

**Encadré 3 Contacter une galerie via le Net
Un exemple type, Tracker d'art (Toulouse)**

¹⁸ Hormis le cas de la sculpture, pour lequel les marchands ne jouent généralement pas un rôle d'intermédiaire financier. Les œuvres sculpturales sont souvent réalisées suite à des appels d'offre de la part des collectivités publiques. Ou alors c'est l'artiste qui assure la production en contrepartie de quoi le pourcentage retiré par la galerie est moins important

« La société Tracker D'art est née en 2005 à l'initiative d'un peintre pour répondre à un besoin croissant de jeunes artistes de la région Midi-Pyrénées désireux de diffuser leurs œuvres et de les promouvoir auprès du grand public. Les réseaux existant parfois confidentiels et élitistes ne sont pas toujours faciles d'accès, tant pour l'artiste que pour son client potentiel. C'est à partir de ce constat qu'est né Tracker d'art qui offre ainsi à un grand nombre d'artistes en devenir, la possibilité d'exposer leur travail et ainsi d'offrir à un large public une vaste palette de styles : figuratifs, abstrait, urbain art, pop art...

Pour qui ?

Pour toute personne qui cherche à se démarquer en remplaçant ses affiches par un tableau original et unique qui permettra de se démarquer en personnalisant son intérieur, bureau, etc. Le marché de l'art n'est pas réservé à une seule élite, il devient accessible à tous et permet la promotion de jeunes artistes en devenir.

Pourquoi ?

La revalorisation du temps libre, l'envie d'authenticité sont des notions qui encouragent chacun à valoriser son intérieur par l'acquisition à un moindre coût d'œuvres originales. Vous avez ainsi la possibilité de personnaliser votre environnement et d'en faire profiter votre entourage. Chaque œuvre bénéficie d'un certificat d'authenticité.

Où sommes nous ?

Tracker d'art c'est aussi un espace de vente au cœur de Toulouse où sont exposés plus de 60 artistes peintres, sculpteurs, sérigraphes... De plus, nous proposons à la location une sélection d'œuvres d'art pour les particuliers et les entreprises désireuses de faire évoluer la décoration leur lieu de vie, de travail ou leur espace client. »

Source : <http://www.trackerdart.com/www/concept.php>

De cette première étape, l'artiste attend d'attirer l'attention d'un intermédiaire professionnel (galerie, salon régulier) qui le qualifiera comme professionnel et lui permettra de fixer un prix conforme aux règles du marché.

Ce n'est qu'une fois que la machine est lancée et le *curriculum vitae* plus fourni que d'autres acteurs entrent vraiment en jeu. Ce peuvent être des agents qui organisent des expositions chez des particuliers ou présentent le travail des artistes dans des salons ou d'autres galeries. Ces dernières jouent essentiellement un rôle de point de vente¹⁹. Elles repèrent, à travers la presse spécialisée ou dans un salon, un artiste qui correspond au style qu'elles défendent ou au créneau sur lequel elles se sont positionnées. Elles peuvent contacter l'artiste directement ou procéder par des échanges avec des consœurs. Si l'artiste n'est pas déjà représenté sur le territoire de chalandise de la galerie, celle-ci lui propose un contrat de représentation exclusive dans un rayon d'une cinquantaine de kilomètres autour de la ville où elle est installée. Elle s'emploie alors, comme tout bon commerçant, à convaincre sa

¹⁹ Cf. de Vries M., Martin B., Melin C., Moureau N., Sagot-Duvaurox D., *Diffusion et valorisation de l'art contemporain en région*, Ministère de la culture, 2009

clientèle de l'intérêt du travail présenté : qualité de la facture et de la technique, originalité du style, réputation attestée par le nombre d'autres galeries le défendant ou par des articles de presse. Un même artiste peut ainsi être représenté par une dizaine de galeries réparties sur le territoire national, voire international.

Notons toutefois que dans ce réseau, les intermédiaires sont rarement reliés entre eux dans une stratégie de promotion et de valorisation commune. L'artiste constitue le point central autour duquel s'organise la diffusion. C'est lui qui est en relation avec ses différentes galeries « point de vente » entre lesquelles il n'existe pas ou peu de contacts.

D'une façon globale, si les artistes reconnaissent le travail fourni par les galeries pour développer leur marché sur la région, ils regrettent leurs limites pour ce qui concerne le marché national et plus encore international. C'est fréquemment un collectionneur qui occupe cette position de passeur. Ce peut être un touriste en vacances chez un ami collectionneur qui a découvert le travail de l'artiste dans une galerie régionale, ou un collectionneur étranger de passage dans la région. Dans ces deux cas, il n'est pas rare que le collectionneur recommande l'artiste à la galerie qu'il fréquente habituellement. Celle-ci prendra alors contact avec l'artiste afin de devenir son dépositaire. Comme la peinture de genre est fortement représentée sur ce marché, sans doute la position de la France, premier pays touristique du monde et territoire d'inspiration privilégié des artistes, n'est pas étrangère au succès que peuvent rencontrer ces artistes à l'étranger (référence à la peinture et la sculpture de la fin du XIXe siècle, référence aux paysages français).

Notons que si les institutions sont absentes ou presque de ce monde, sauf lorsqu'il s'agit d'accueillir au sein du musée local les « grands noms » d'une école locale aujourd'hui ignorée mais jadis médiatisée, en revanche les enchères constituent un mode potentiel de diffusion du travail des artistes. Le pourcentage d'œuvre ravalées est toutefois élevé et les prix bien moindres qu'en galerie.

Le tableau 2 offre une présentation synthétique du rôle joué par les intermédiaires au cours des différentes phases de la carrière d'un artiste.

**Tableau 2 Le poids des intermédiaires
selon les phases de reconnaissance de l'artiste (modèle classique)**

Marché de l'art classique	Phase d'émergence	Phase de reconnaissance	Phase de consécration
Fonctions dominantes de l'intermédiation	Pré-tri des artistes Distinction professionnels/amateurs	Vente des œuvres et établissement d'une cote Elargissement de la clientèle par une diversification des points de vente Promotion de l'originalité du style par différenciation avec les artistes positionnés sur le même créneau	Internationalisation du marché Développement de produits dérivés
Principaux intermédiaires	Les artistes eux-mêmes La presse locale Les ateliers de pratiques amateurs « Galeries Internet »	Galeries point de vente Salons Collectionneurs Journaux spécialisés	Galeries point de vente y compris étrangères Ventes aux enchères Revue spécialisées Musées locaux

Conclusion

La pluralité des conventions artistiques qui régit d'une part la production de l'artiste contemporain et d'autre part celle de l'artiste classique n'a pas pour seule conséquence de déboucher sur la production d'œuvres très différenciées mais induit en aval des organisations sociales et économiques distinctes. Tandis qu'au sein du modèle contemporain le poids des « intermédiaires qualité » est central dans le parcours des artistes, en particulier en début de carrière, dans le modèle classique, ce sont les intermédiaires marchands qui occupent une position dominante. Au delà de ces modèles polaires, qu'en est-il des artistes produisant un art qualifié de moderne selon Nathalie Heinich ? Quels sont leurs intermédiaires ? Comme nous l'avons mentionné, il n'existe pas d'organisation du marché qui leur soit propre, et ce seront les premiers pas qu'ils feront au sein d'une organisation marchande plutôt qu'un autre, en fonction de leur réseau relationnel initial, qui seront déterminants pour la suite, et conduiront à ce que leur carrière se développe dans un modèle plutôt qu'un autre. Plutôt que l'œuvre, c'est alors la personnalité de l'artiste qui fait la différence.

Bibliographie

- Becker H., Stigler G. (1977), « De Gustibus non Est Disputandum », *American Economic Review*, 67 (2), 76-90.
- Benhamou F., Moureau N., Sagot-Duvaurox D. (2001), *Les galeries d'art contemporain : La documentation Française*, collection Questions de culture, 174 p. plus annexes.
- Bourdieu P. (1976), « Goûts de classe et styles de vie », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Octobre, 18-43.
- Bourdieu P. (1979), *La distinction, critique sociale du jugement*, Minuit, 670 p.
- Bourdieu P. (1988), « l'institutionnalisation de l'anomie », *Cahiers du Musée National d'Art moderne*, 24.
- Bowness A. (1989), *The Condition of Success. How the Modern Artist Rises to Fame*, Thames and Hudson, Londres.
- de Vries M., Martin B., Melin C., Moureau N., Sagot-Duvaurox D. (2009), *Diffusion et valorisation de l'art contemporain en région*, Ministère de la culture.
- Heinich N. (1998), *Le triple jeu de l'art contemporain*, Minuit, Paris.
- Heinich N. (2000), *Pour en finir avec la querelle de l'art contemporain*, L'Echoppe, Paris, 2000.
- Heinich N. (2009), *Faire voir, l'art à l'épreuve de ses médiations*, Les impressions nouvelles, collection Réflexions faites.
- Helguera P. (2007), *The Pablo Helguera Manual of con.tem.po.ra.ry art*, Jorge Pinto Books inc. New-York.
- Martin B. (2005), *L'évaluation de la qualité sur le marché de l'art contemporain. Le cas de l'insertion des jeunes artistes plasticiens*, Thèse pour le doctorat en sciences économiques, Université de Paris X Nanterre.
- Moulin R. (1992), *L'artiste, l'institution et le marché*, Flammarion.
- Moureau N. (2000), *Analyse économique des biens d'art*, Economica.
- Moureau N., Sagot-Duvaurox D. (1992), "Les conventions de qualité sur le marché de l'art, d'un académisme à l'autre ?", *Esprit*, Octobre, pp.43-54,
- Moureau N., Sagot-Duvaurox D. (2006), *Le marché de l'art contemporain*, Repères, la Découverte.
- Pflieger S., Rouget B. et Sagot-Duvaurox D. (1991), *Le marché de l'art contemporain, prix et stratégies*, La documentation Française.
- Sagot-Duvaurox D. (1993), "Hiatus : Autonomie de l'art et fonctionnement du marché de la peinture contemporaine", in *L'art aujourd'hui*, éditions du Félin.
- Sagot-Duvaurox D. (2004), « Incertitude qualitative et fonctionnement des marchés : l'exemple des œuvres d'art », in Delamotte E. ed., *"Du partage au marché, regards croisés sur la circulation des savoirs"*, éditions du Septentrion, 279-299.