Le marché de l'art: mondialisation et nouvelles technologies [Raymonde Moulin]

Autor(en): **Ripoil, David**

Objekttyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Traverse : Zeitschrift für Geschichte = Revue d'histoire**

Band (Jahr): **9 (2002)**

Heft 1

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

RAYMONDE MOULIN
LE MARCHE DE L'ART: MONDIALISATION ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

PARIS, FLAMMARION, 2000, 127 PAGES, 6,25 EUR

Fondatrice du Centre de sociologie des arts (EHESS/CNRS), Raymonde Moulin est la figure majeure d'une discipline qu'elle a largement contribué à créer. Parmi les nombreuses publications qui jalonnent une carrière déjà trentenaire, ce sont surtout *Le marché de la peinture en France* (1967), *L'artiste, l'institution et le marché* (1992) et *De la valeur de l'art* (1995) qui l'ont fait connaître. S'intéressant essentiellement aux relations entre le champ artistique et le marché, il lui restait à fournir sur cette vaste question une synthèse destinée à un public élargi: avec *Le marché de l'art: mondialisation et nouvelles technologies,* c'est désormais chose faite.

Paru dans la collection *Dominos* de Flammarion, cet ouvrage ne déroge pas aux règles fixées par l'éditeur: format de poche, texte court, annexes nombreuses – incluant glossaire, bibliographie, adresses – à quoi s'ajoutent des illustrations en couleur (ce qui en définitive fait d'un *Dominos* une sorte de *Que sais-je?* plaisant). Le texte, d'une clarté toute pédagogique, se divise en deux parties égales, respectivement un «essai» et un «exposé», mais aux visées différentes: la première forme plutôt la synthèse d'une recherche aboutie; la seconde est davantage une analyse établie sur des données récentes; à la clôture de l'exposé s'oppose ainsi le caractère plus circonstanciel de l'essai.

La première partie est consacrée aux rapports entre deux types de valeurs: celles, esthétiques, décrétées par le monde de l'art et celles, monétaires, fixées par le marché. Ces relations font l'objet d'une analyse comparative dans les marchés de l'art ancien et moderne d'une part et celui de l'art contemporain d'autre part, en fonction de la conjoncture économique générale de ces 20 dernières années. Premier constat: si l'art, ancien et moderne, se caractérise par des valeurs relativement stables – celles-ci étant objectivées par le temps et le consensus social –, le marché de l'art contemporain se distingue, lui, par une très forte instabilité, autrement dit une extrême vulnérabilité aux effets de conjoncture. Afin de saisir les mécanismes qui sont en jeu, Raymonde Moulin met en évidence les rôles de tous ceux qui, de près ou de loin, participent à l'évaluation de la valeur artistique: l'expert, cet «agent réducteur d'incertitude», les responsables de musées, ces «experts de l'Etat», les galeries-leaders et les mégacollectionneurs qui, de concert parfois, fixent les tendances dominantes; les instances majeures de validation de l'art, à savoir les foires internationales et les musées d'art contemporain, sont également évoquées. Cette partie se termine par une brève analyse de la spirale spéculative dont l'art contemporain a été l'objet dans les années 1980, qui met en lumière des comportements de type boursier au sein du marché de l'art.

Plus en phase avec un phénomène économique actuel, la seconde partie de l'ouvrage traite des transformations du marché de l'art sous l'effet de la mondialisation des réseaux et des échanges. Il apparaît que sous l'influence de la nouvelle économie et malgré la «déterritorialisation» qui l'accompagne, le marché a fait ces dernières années l'objet d'une forte concentration, et cela au bénéfice de deux maisons de vente, Christie's et Sotheby's. En concurrence intense l'une avec l'autre, ces dernières ne cessent de développer de nouvelles stratégies en vue d'augmenter leur emprise sur le marché: rachat de galeries, d'organes de presse, de sites internet et de banques de données. L'auteur évoque en outre le succès des

systèmes de vente aux enchères en ligne, systèmes mis en place par chacune des deux firmes. Ce sont ensuite les handicaps et atouts du marché français face à cette nouvelle économie qui sont passés en revue: l'analyse porte surtout sur la législation en matière de fiscalité, de protection du patrimoine et de vente publique, toutes choses qui freinent la dynamique du marché dans un contexte de mondialisation (étant entendu que dans un marché mondial, l'œuvre d'art se déplace naturellement vers les lieux où la demande est la plus forte et la fiscalité la moins pénalisante). Cette analyse met en évidence le dilemme de l'Etat législateur face à la libre circulation des biens artistiques qu'exige le marché mondial pour vivre et se développer. Enfin, Raymonde Moulin évoque les défis que l'extension quasi sans limite du concept d'art – ainsi que l'émergence de nouveaux supports comme la vidéo – opposent à un marché construit sur le principe d'unicité et d'originalité des biens. Cette dernière partie, certainement trop brève, souffre malheureusement d'un manque d'articulation avec les problématiques traitées antérieurement.

C'est peu dire que Raymonde Moulin maîtrise son sujet et sait le rendre passionnant. Ses analyses montrent en définitive que le marché en question, s'il est certainement moins beau que l'art dont il fait le commerce, n'en exerce pas moins un poids décisif sur la création de la valeur artistique. Contrastant avec la dénégation généralisée de l'économie dans les milieux de l'art, sa démonstration n'en est que plus éclairante.

David Ripoll (Genève)