

L'art, l'argent et la mondialisation

Jean-Noël Bret

24 octobre 2013

Le thème de « L'art, l'argent et la mondialisation » a fait l'objet d'un colloque organisé par Jean-Noël Bret qui eut lieu les 29 et 30 octobre 2009 dans la salle de conférences de l'Alcazar – Bibliothèque de Marseille à Vocation Régionale. Les actes en ont été publiés aux éditions L'Harmattan en juin 2013.

L'idée était de proposer au grand public une approche sociologique et économique du marché de l'art à partir du constat de Raymonde Moulin, la fondatrice de la sociologie du marché de l'art dans les années 1960, selon qui « La difficulté d'analyse des marchés de l'art ne relève pas seulement de la dénégation de l'économie, généralisée dans les mondes de l'art. Elle naît de l'incertitude et de l'asymétrie d'information qui caractérise les marchés de l'art » (Raymonde Moulin, *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, Flammarion, 2009. 3^e édition).

Cela explique que les économistes et les sociologues ne soient généralement pas très bien reçus par « les mondes de l'art ». Néanmoins, devant un monde qui a changé, il devient de plus en plus évident que l'histoire de l'art, et celle de l'art d'aujourd'hui en particulier, ne peut plus se passer de leur regard d'experts et de leur analyse. Ils sont en effet les mieux placés pour nous éclairer sur les contextes économiques et sociaux qui constituent le cadre et les conditions mêmes de la création dans un monde où les valeurs sont en pleine mutation.

Nous nous sommes donc adressé d'abord à Nathalie Moureau, économiste spécialisée dans l'étude du marché de l'art pour partager la direction scientifique de cette rencontre à laquelle ont participé quelques-uns des plus éminents spécialistes de ces questions en France à l'heure actuelle, notamment Françoise Benhamou, économiste de la culture, Nathalie Heinich, auteur de très nombreux ouvrages dont son célèbre *Le triple jeu de l'art contemporain*, paru en 1998, Alain Quemin, auteur du fameux *Rapport Quemin* qui dressait en 2001, à la demande du ministère des Affaires étrangères, un tableau de la place de l'art et des artistes français dans le monde, Harry Bellet, critique d'art au journal *Le Monde* et Marc Jimenez, philosophe, directeur du laboratoire d'esthétique de l'université Paris I, Panthéon-Sorbonne.

En illustration du propos, la projection d'un power point s'ouvre sur l'image de l'œuvre d'art déclarée la plus chère du monde en 2007. Œuvre de l'artiste britannique Damian Hirst, c'est un crâne (factice mais l'effet est là) serti de 8 000 diamants, prétendument vendu 106 millions de dollars. Le bruit en fait alors évidemment le tour du monde mais le critique d'art Ben Lewis révélera un peu plus tard que c'est une mystification car, l'œuvre ne trouvant pas d'acquéreur, elle a été achetée par un groupe d'investisseurs constitué autour de Damien Hirst, qui y participait lui-même, dans le but de faire monter artificiellement sa cote sur le marché international de l'art. Ce genre de manipulations et l'écho médiatique qu'elles recherchent entrent dans les stratégies de l'artiste et sont des pratiques que n'ignore pas un marché de l'art où communication et spéculation riment volontiers avec divertissement (*entertainment*) et un certain cynisme comme le montre une photo de l'artiste s'affichant hilare auprès d'un autre crâne bariolé de couleurs.

La flambée du marché de l'art, avec les prix records atteints par certaines œuvres, connaît une explosion à partir des années 1980, en particulier avec la vente chez Christie's à Londres d'un tableau, les *Tournesols* de Van Gogh, pour la somme alors jamais atteinte de 40, 80 millions d'euros. Les œuvres de Van Gogh, rares sur le marché, viennent occuper la première place des records chaque fois qu'il s'en présente en vente. Ce fut encore le cas quelques années plus tard pour les *Iris* puis pour un *Portrait du docteur Gachet*.

A l'heure actuelle, l'œuvre d'art la plus chère du monde est un tableau de Paul Cézanne, *Les joueurs de cartes*, cinquième version du sujet traité par l'artiste, la dernière restée en main privée, vendu 190 millions d'euros en 2011 à la famille royale du Qatar. Comme il s'agit d'une transaction privée, le prix reste cependant incertain, seuls les prix de ventes aux enchères, qui sont connus avec certitude, peuvent faire réellement l'objet d'analyses précises par les économistes et sociologues de l'art.

En vente publique le record appartient donc actuellement à une peinture d'Edvard Munch, *Le Cri*, l'une des quatre versions de ce tableau célèbre dont une autre version a fait l'objet d'un vol très spectaculaire au musée d'Oslo il y a quelques années. Il a été vendu 92 millions d'euros chez Sotheby's à New York en 2012.

Au palmarès des meilleures ventes c'est Picasso néanmoins qui revient le plus souvent sur le devant de la scène, disputant régulièrement à Van Gogh la première place. Son *Nu au plateau de sculpteur*, de 1932, s'est vendu 81,80 millions d'euros en 2010. Mais si la flambée des prix atteint les œuvres historiques d'artistes disparus, elle n'ignore pas non plus, bien au contraire, l'œuvre d'artistes vivants. Ainsi un tableau de Gerhard Richter, *Abstraktes Bild (809-4)*, s'est-il vendu 26,4 millions d'euros en 2009. Le record pour un artiste vivant.

Si l'on regarde maintenant l'échantillon supérieur des 320 œuvres d'art les plus chères du monde sur la période 2008 – 2012, on constate que l'année 2009 a connu une très forte chute du marché, de l'ordre de 70 à 80 % par rapport à l'année précédente. Cela était lié, bien entendu, à la crise financière internationale qui a touché la planète au dernier trimestre 2008. Mais dès l'année 2010 le volume du marché retrouvait son niveau antérieur indiquant bien que les œuvres d'art constituent une valeur refuge et même spéculative puisque, alors que la crise économique était loin d'être terminée au plan mondial, le volume des ventes repartait rapidement à la hausse et les prix de l'art ne cessaient de s'envoler (92,5 et 47,5 millions de dollars, hors frais, pour Giacometti, 61,5 M\$ pour Modigliani, 56,5 M\$ pour Warhol, 45 M\$ pour une peinture chinoise du XIVe siècle, 40,2 M\$ pour Turner, et 38 M\$ pour Lichtenstein en 2010. En 2012, à côté du record détenu par Munch, Rothko atteignait 77,5 et 67 millions de dollars, Bacon et Lichtenstein 40, Andy Warhol et Claude Monet 39, et Li Keran, peintre chinois du XXe siècle, 40,3).

Selon Artprice, première base de données pour le marché de l'art, le chiffre d'affaire global du marché de l'art mondial, toutes périodes confondues, représente en 2012-2013 un total de 10 milliards de dollars sur lequel la part de l'art contemporain qui ne cesse d'augmenter est de 13 %. Quelques artistes très médiatisés, aux stratégies commerciales remarquablement efficaces, y occupent les premières places. Ce sont en particulier Jeff Koons qui, le premier, eut les honneurs du château de Versailles pour une exposition de ses œuvres au caractère ludique, innocemment enfantines, qui contrastent vivement avec les œuvres érotiques de sa série *Made in Heaven* réalisées avec son épouse d'alors, la Cicciolina, actrice pornographique italienne largement médiatisée, notamment pour s'être présentée les seins nus au Parlement de son pays où elle était parvenue à se faire élire ; Takashi Murakami, artiste japonais, autre pensionnaire de Versailles, qui, avec une science parfaite des mondes de la communication d'aujourd'hui, a organisé autour de lui toute une entreprise de production de ses images kitsch où fusionnent très astucieusement les traces du Pop Art américain et du manga japonais ; Maurizio Cattelan, enfant terrible de l'art contemporain qui, dans la logique des effets de surprise propres à son travail, vient de déclarer après avoir connu une monumentale exposition rétrospective de son œuvre au musée Guggenheim de New York, telle qu'aucun artiste ou presque n'oserait en rêver, vient de déclarer qu'il se retirait de la scène artistique ; Wim Delvoye enfin, connu en particulier pour son élevage de porcs, en Chine, qui sont tatoués et vendus à des collectionneurs, jusqu'au jour où, la bête ayant assez grossi, elle est abattue et dépouillée de sa peau dont le tatouage encadré vient alors orner l'appartement du collectionneur. Il a tatoué aussi quelques bêtes du logo de la marque de luxe Louis Vuitton, rivalisant ainsi avec Murakami qui en a « relooké » les sacs à main et décoré les vitrines du magasin sur la cinquième avenue à New York, avant d'y laisser, cette année, la place à Daniel Buren.

Communication et art contemporain s'accordent volontiers pour la promotion des produits et images de luxe. Bernard Arnault, président-directeur-général de la société LVMH, rivalise sur ce terrain avec François Pinault, magnat de l'art contemporain, propriétaire de la société de ventes aux

enchères Christie's ainsi que du Palazzo Grassi et de la Douane de mer à Venise où il a créé deux impressionnants centres d'art contemporain, fers de lance de sa communication. Damien Hirst comme Maurizio Cattelan eux-mêmes ont d'ailleurs été lancés sur le marché par Charles Saatchi, le premier publicitaire du monde des années 1980, immense collectionneur et galeriste qui a propulsé sur le devant de la scène toute une génération de jeunes artistes britanniques à travers des expositions à sensation en Europe et aux Etats-Unis.

Le bond en avant de la Chine sur le plan international, ces dernières années, a eu également des répercussions très spectaculaires sur le marché de l'art. Sa part y est passée de deux ou trois pour cent à plus de quarante pour cent au cours des dix dernières années. Il s'agit cependant d'un marché essentiellement interne, l'art et les artistes chinois, à quelques exceptions près, figurant assez peu sur le marché occidental.

Enfin, pour ce qui est de la répartition par siècles des œuvres d'art ayant fait les meilleurs prix entre 2008 et 2012, on constate que le volume des ventes d'œuvres du seul XX^e siècle est trois fois supérieur à celui de l'ensemble des œuvres du XIV^e au XIX^e siècle réunis. Cela tient bien sûr, pour une part, au fait que les œuvres modernes ou contemporaines sont beaucoup plus nombreuses sur le marché mais aussi au fait qu'elles offrent des perspectives de plus-values beaucoup plus importantes, devenant ainsi beaucoup plus sujettes à la spéculation. Aucune œuvre des siècles précédents (à l'exception du *Cri* de Munch qui date de 1895) n'atteint en effet des prix records comparables à ceux d'œuvres du XX^e siècle, à tel point que le tableau le plus cher du XVII^e siècle, un Rembrandt vendu 29,3 millions de dollars (hors frais), se situe bien au-dessous du prix record de Gerhard Richter, artiste encore vivant et dont la notoriété n'est tout de même pas comparable.

Confirmant cette prééminence des œuvres modernes et contemporaines sur le marché, l'analyse du même échantillon 2008-2012 indique que les six artistes dont les œuvres ont fait le plus gros chiffre d'affaire sont, en ordre d'importance décroissante, Picasso, Bacon, Warhol, Giacometti, Monet et Richter.

Analysant le marché de l'art dans *Le Monde de l'argent* du 14 octobre 2013, la journaliste Roxana Azimi écrivait « [...] " Bien sûr, le marché a toujours raison : à long terme, parce qu'il s'aligne sur l'histoire de l'art, et à court terme, parce qu'il n'y a plus personne pour le contredire ! ", s'exclame Stéphane Corréard. Le directeur du Salon de Montrouge, par ailleurs expert pour la maison de ventes Cornette de Saint-Cyr, est volontiers provocateur. Mais il n'a pas totalement tort. Si le marché occupe un tel espace, c'est qu'il n'existe plus d'autre instance de légitimation valide.

Désargentés, les musées ont perdu de l'audace, au point que le Centre Pompidou montrera bientôt les chouchous des gros collectionneurs, Jeff Koons et sans doute Anselm Kiefer. De son côté, le domaine de la critique d'art a perdu de sa superbe au profit des courbes des bases de données Artnet ou d'Artprice. Les artistes eux-mêmes songent parfois plus à faire carrière qu'à faire œuvre. " *Aujourd'hui, l'art est devenu avec le football et la télé-réalité l'une des seules possibilités d'ascension sociale rapide* ", constate Stéphane Corréard. [...] ».

Le dernier mot revient aux artistes qui sont aussi parfois les premiers à s'indigner de cette course folle de la spéculation qui les dépasse (c'est le cas de Gerhard Richter) et dont on sait qu'elle peut déboucher sur un effondrement, véritable krach du marché, comme ce fut le cas au début des années 1990. Barbara Kruger, artiste américaine dont le travail se présente sous forme de grandes affiches publicitaires noir et blanc dont les slogans inscrits en rouge expriment sa pensée déclare ainsi, paraphrasant le célèbre « Je pense donc je suis » de Descartes, « *I shop therefore I am* » (« J'achète, donc je suis »).