

# Le prix de l'inestimable

ANS LES REVUES

**CARNETS DU CAPS.** Le Centre de prévision et de stratégie dessine les possibles en 2030, et envisage les 15 sujets-clés, de la démographie aux us, en passant par le climat ou les conflits. rie, été-automne, prix non indiqué. — des affaires étrangères, Paris.)

**RAPPORTS DU GRIP.** Ce «Com-2017» propose une mise à jour des données mondiales concernant les militaires ainsi que la production et le d'armes. (N° 2017/7, octobre, 8 euros. es, Belgique.)

**TIONS.** Le corps est-il obsolète? L'in- artificielle est-elle comparable à un unélioré? Que peut être la biocitoyen- déologie transhumaniste en question a revue soutenue par les jésuites du N° 792, septembre-octobre, bimestriel, canadiens. — Montréal, Canada.)

**UTRES VOIX DE LA PLANÈTE.** — ison consacrée aux «fonds vautours», és privées qui rachètent à bas prix ces d'État afin d'en tirer le plus grand Argentine, Espagne, Grèce, Irlande, (N° 73, automne, semestriel, 5 euros. lgique.)

**D'HISTOIRE DE LA SHOAH.** Que le Martin Heidegger? Une lecture le Douguine en heideggerien. Theodor o et sa métaphysique de la catastrophe, abermas et la culpabilité allemande. octobre, semestriel, 25 euros. — Paris.)

**QUE.** Charles Péguy et sa «critique », par Jean-Luc Marion. Une réflexion poète Christian Prigent, sur la tension sion de l'écriture comme «aristocrac- le souhait de l'ouvrir à un «horizon que». (N° 846, novembre, mensuel, os. — Les Éditions de Minuit, Paris.)

**JRES.** Enquête sur la grande braderie strie française. L'impératif européen èret national dans l'esprit des dirigeants e, mais pas en Allemagne. (N° 69, mensuel, par abonnement : 5,50 euros — Paris.)

**ÉRÉE.** La revue du Syndicat de la magis- terroge l'infraction, récemment créée, ion de malfaiteurs terroriste. Si elle » poursuivre plus facilement ceux qui des attentats, son imprécision fait isque de criminalisation politique des ns sociaux. (N° 2, octobre, quadri- 12 euros. — La Découverte, Paris.)

**DROIT.** Comment l'Union euro- us-traite le contrôle migratoire à ses our les jeunes de Dakar, l'émigration ouvent comme la meilleure voie vers a : la «niche migratoire» des paysans du h, qui partent «ramasser les déchets en Inde. (N° 114, octobre, trimestriel, — Paris.)

**HRONIQUE D'AMNESTY.** Un n norme de plaidoyer, entend mettre le combat de ceux qui, partout dans t, luttent contre l'interdiction des ns volontaires de grossesse (IVG), reportages en Pologne, en Irlande, à au Salvador. (N° 372, novembre, 3,50 euros. — Paris.)

**CRITIQUE(S).** Un article sur les attentats insiste sur l'«occidentocen- : médias qui se désintéressent des vic- attaques terroristes lorsqu'elles sont Comment ne pas penser au cas de morand sur France Inter, capable de r une «matinale» après un attentat à ou à Barcelone, mais pas à Mogadiscio? obre, trimestriel, 4 euros. — Paris.)

**CROISSANCE.** Un entretien avec e Michéa titré : «On ne peut pas 1 fois la nature et le capitalisme». vec Bernard Riou à propos de son a, Vaincre Macron. (N° 144, novembre, euros. — Lyon.)

**RD!** Succès et échecs du syndicalisme aire au Canada: MM. Justin Trudeau Couillard, le nouveau négationnisme au Venezuela, la révolution dévoyée; e-Uni, M. Jeremy Corbyn séduisent les '71, octobre-novembre, bimestriel, anadiens par an. — Montréal, Canada.)

**UCHE.** La nouvelle formule de la Gauche anticapitaliste (section belge rmatonale) se propose de «rollerur le matériel explosif déposé dans le e demandant, par exemple, il suffit » planter soi-même des laites pour monde. (N° 1, automne, trimestriel, Bruxelles, Belgique.)

**E... & PSEUDO-SCIENCES.** Faut- de nos assistées? La revue s'applique ire des angosses infondées et peu mais semble oublier certaines réalités elles de la «malbouffe» industrielle. n sur la mobilisation des scientifiques : la science? (N° 322, octobre-décem- riel, 5 euros. — Paris.)

uvez, sur notre site Internet, ection plus étoffée de revues : nde-diplomatique.fr/revues

Un petit tableau attribué à Léonard de Vinci vendu 385 millions d'euros en novembre dernier ; «Les Femmes d'Alger», de Pablo Picasso, adjudgé en 2015 pour 160 millions d'euros : les placements spéculatifs ont investi le domaine de l'art. Loin des projecteurs, des dizaines de milliers d'œuvres «ordinaires» se vendent chaque année. Ce marché obéit à des règles bien particulières.

PAR FRANZ SCHULTHEIS \*

**C**OMMENT se forment les prix sur le marché de l'art? L'observation des tarifs répertoriés dans les bases de données commerciales — Artprice, par exemple — donne l'irrésistible impression d'un marché mondial, optimal et transparent de 1,58 milliard de dollars (juillet 2016 - juin 2017) où ne jouent que l'offre et la demande. Pourtant, quiconque se demande comment on évalue concrètement ces biens «inestimables» s'enfonce dans un mur de brouillard. Pour tenter d'y voir plus clair, notre équipe de sociologues a enquêté durant trois ans auprès des acteurs et des partenaires de l'une des manifestations-phares de cet univers : la foire Art Basel, cette «olympiade de l'art» qui se déroule chaque année à Bâle, à Miami Beach et à Hongkong (1).

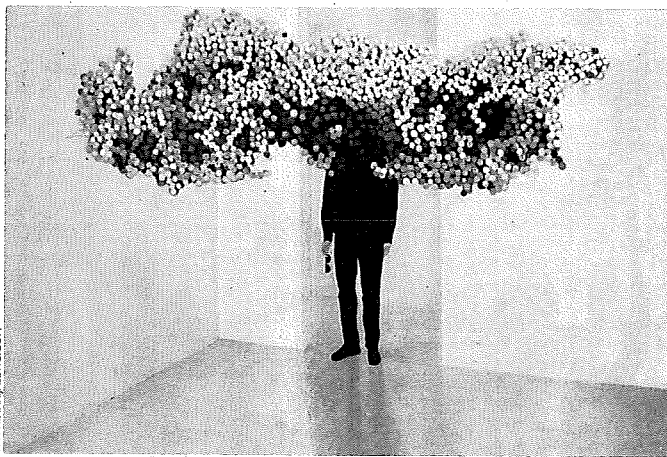
Afin de saisir la logique à l'œuvre, il faut porter son regard au-delà — ou plutôt en dessous — des transactions à grand spectacle et à gros budget mises en scène par les stars du secteur, comme l'achat en mai dernier d'une toile de Jean-Michel Basquiat pour 99 millions d'euros, et s'intéresser aux autres : la masse des professionnels «ordinaires» du marché primaire (où l'œuvre achevée trouve un premier acquéreur, essentiellement par l'intermédiaire d'un galeriste) et ceux du segment inférieur du marché secondaire (pour les reventes, notamment aux enchères). Les entretiens effectués avec ces derniers font apparaître un éventail de règles implicites.

D'abord, les prix ne sont pas sujets à discussion : pas de rabais, pas de tarif promotionnel. Une contrainte dont les professionnels s'accommodent en général d'autant plus volontiers qu'elle sert leurs intérêts, ainsi qu'en témoigne une galeriste : «On a l'exemple d'un grand collectionneur en Autriche qui possède ses propres musées et qui opère dans l'art de la même façon que dans les domaines où il a fait fortune. Sa collection ne se compose que d'œuvres de troisième ou de quatrième catégorie, parce qu'il réclame 30 % de rabais à chaque marchand qu'il approche. En conséquence, il ne récupère que les biens invendus, car aucun galeriste ou marchand n'ira brader de 30 % un catalogue qu'il peut vendre ailleurs au prix fort.»

Ensuite, les prix ne doivent jamais baisser. La directrice d'un grand musée privé allemand raconte que pendant le pic de 2006-2008, période hautement spéculative tant dans le domaine de la finance que dans celui de l'art, «tout le monde avait peur que les articles ne se vendent pas. Car, quand une œuvre ne trouve pas preneur aux enchères, elle est cramée... L'intérêt du marchand, c'est de soutenir la cote de son artiste, il va donc se dire : "Si personne ne veut de ses tableaux, je les rachète moi-même aux enchères, je les stocke, et dans deux ou trois ans je les remets en vente." Chacun veut sauver son marché». Une stratégie largement répandue.

Autre règle : le produit de la vente se divise à parts égales entre l'artiste et le galeriste, le plus souvent sur la foi d'un simple accord verbal. Mais, «quand un artiste inconnu accède subitement à la notoriété, explique un galeriste de Zurich, il n'est pas rare qu'il se dise : "Maintenant que mon travail est reconnu, pourquoi ferais-je cadeau de la moitié de mes gains à mon galeriste?"». Les tarifs himalayens qui prévalent dans les grandes foires internationales de Paris, de Zurich ou de Londres ne représentent qu'une part minime — quoique surexposée — du total des transactions mondiales. Selon le gérant de l'une des plus grosses sociétés d'enchères allemandes, le prix moyen des œuvres échangées dans les salles des ventes et écoulées par les galeries ne dépasse pas 3 000 euros (2). Ce qui détermine les montants, c'est d'abord un mélange de flair et d'expérience. Comme le dit une collaboratrice : «C'est difficile à expliquer... On finit par développer une sorte de sixième sens.»

\* Sociologue. Auteur, avec Erwin Single, Raphaëla Kéféler et Thomas Mazzurana, d'Art Unlimited? Dynamics and Paradoxes of a Globalizing Art World, Transcript, Bielefeld, 2016.



MARIJA ŠEVIĆ. — «Alone With the Art Market» (Seule face au marché de l'art), 2010

Qui veut estimer un objet «inestimable» tout juste sorti de l'atelier de l'artiste dispose d'une large palette de critères. Les données matérielles, d'abord : le matériau et le temps de travail investis dans la fabrication de l'œuvre. «Quand vous passez deux semaines entières à réaliser votre tableau, à raison de six à huit heures par jour, vous pouvez calculer à peu près le coût horaire de votre travail, observe un peintre. Il est dérisoire. Là-dessus, vous ajoutez le prix des matières premières. Puis l'idée que vous mettez dans tout ça. Celle-là, personne ne vous la paie.»

Pour un même artiste, les différences de prix ne s'expliquent ni par l'offre, ni par la demande, ni même par la qualité des œuvres, mais uniquement par leur format. Comme le précise un galeriste suisse, «quand les tableaux sont de même taille, leurs prix doivent être à peu près identiques eux aussi. C'est à moi d'y veiller. En fait, il existe un facteur : on multiplie la hauteur par la largeur, ça nous donne une surface que l'on multiplie par le coefficient propre à l'artiste.»

Se pose-t-il désormais une question épineuse : comment régler le niveau des prix sur un marché mondialisé où les acteurs des pays émergents occupent une place croissante? Après sa première participation à la Foire internationale d'art contemporain (FIAC) de Paris, une galeriste mexicaine se trouve «sidérée» par les prix. «De retour à Mexico, j'ai dit : "Je vais devoir tripler les miens si je veux en faire partie." Vous devez mettre la barre très haut. En trois ans, un artiste qui démarre à 5 000 dollars se retrouve coté à 100 000, c'est absurde. Pour nous, c'est d'autant plus compliqué que nous avons un marché local. Je ne peux quand même pas dire à mes artistes que tout à coup ils valent 100 000 dollars. La concurrence, maintenant, porte sur qui sera le plus cher. C'est le jeu. Difficile de s'aligner quand on ne fait pas partie des gros joueurs.» Comme nombre d'acteurs venus des régions émergentes, la jeune femme peine encore à se frayer un chemin à travers les paradoxes du florissant marché de l'art planétaire, ce «monde inversé», dit-elle, où un tarif exorbitant vaut garantie de qualité.

**E**T QUE PENSE l'acheteur de la formation des prix? Quelle logique leur trouve-t-il? Nous avons soumis ces questions à un large échantillon de collectionneurs. «Oui, je voudrais bien le savoir moi aussi, dit l'un d'entre eux en souriant. En fait je n'y comprends rien. Il y a quelque temps, je me suis procuré un tableau de X. À l'époque il coûtait 300 000 euros, aujourd'hui il en vaut 1,5 million. Je ne l'ai pas acheté parce qu'il était cher, mais parce que personne n'en voulait. J'ai aussi fait l'acquisition d'une sculpture en bois de Y. Pour 2 000 euros, je crois. Puis il y a eu une exposition à New York, et ça se vend maintenant à 36 000 euros.»

Chez lui, comme chez la plupart de nos interlocuteurs, la fierté de posséder des objets sans valeur matérielle intrinsèque se mesure en données strictement comptables. À cette Bourse du capital symbolique, il y a plus de perdants que de gagnants, souligne un consultant néerlandais : «Après dix années passées à investir dans l'art, beaucoup revendent leur collection sans faire de profit. Si vous achetez à l'intuition, vous ne vous enrichirez pas.» En effet, «le marché de l'art est manipulé par les gros joueurs. Ils savent comment intervenir et où placer leur argent. Ils font des opérations auxquelles le commun des mortels ne comprend rien. Prenez X (un célèbre industriel et collectionneur français) : un beau jour, il décide de miser sur un jeune artiste. Il lui achète quinze œuvres et en choisit une qu'il va aussitôt remettre sur le marché, à l'occasion d'une grande vente de Christie's

L'astuce, c'est qu'il demande à un ami d'encherir. Il lui dit : "Fais grimper le prix aussi haut que tu peux et je te rembourserai." Résultat, une œuvre de jeunesse à 10 000 euros se retrouve cotée à 200 000. Les habitués se doutent bien qu'il y a quelque chose qui cloche, mais d'autres pensent : "Bon sang, dire que l'année dernière j'aurais pu acheter ce machin pour 10 000 euros et qu'aujourd'hui ça vaut vingt fois plus..." Alors ils se jettent sur cet artiste, et voilà : la prophétie autoréalisatrice s'accomplit». Quand bien même cette histoire appartiendrait aux mythes et légendes de l'art contemporain, les témoignages faisant état de pratiques commerciales opaques ou frelatées reviennent si souvent chez nos interlocuteurs, quels que soient les pays où ils exercent ou leur position sur le marché de l'art, que l'on est tenté de leur accorder un certain crédit.

**L**ES MÉCANISMES mis au jour dans ces récits agissent de manière souvent fort subtile en amont même de la vente. Ce ne sont nullement des phénomènes secondaires, mais des usages parfaitement typiques d'un marché très atypique, où se révèlent les survivances de formes anciennes d'inclusion et d'exclusion sociales. «Ce qui se passe, c'est qu'aujourd'hui cette culture si coïvoitée ne se vend pas. Elle s'attribue et se transmet, note un collectionneur suisse bien établi. Vous devez faire partie intégrante du système pour satisfaire à ces critères d'attribution, sans quoi il ne vous reste plus qu'à vous payer votre culture vous-même. C'est ce qui explique certains prix aux enchères : les acheteurs, dans ces cas-là, sont ceux qui ne font pas partie du système. Les objets d'art, ils se les disputent comme des chiffonniers.» Il justifiera cette pratique d'exclusion par un adage de son cru : «Qui veut acheter de la culture doit avoir de la culture.»

Au bout du compte, la culture serait donc «ce bien que l'argent seul ne peut acheter»? Du point de vue des galeristes, en tout cas, les arguments en faveur d'une stratégie de sélection des clients ne manquent pas. La propriétaire d'une prestigieuse galerie londonienne justifie ainsi la ligne de démarcation entre acteurs légitimes et illégitimes du marché : «Est-ce qu'il m'arrive de refuser une vente à quelqu'un qui vient me voir? Oui, cela m'arrive. Les prix du marché primaire sont généralement très inférieurs à ceux du marché secondaire, et certains collectionneurs profitent de ces prix pour des raisons purement spéculatives. Je ne vois pas pourquoi je devrais leur vendre mes œuvres.»

Alors que le marché ordinaire représente pour Max Weber un monde qui n'a de «considération que pour les choses, aucune pour les personnes (3)», il en va tout autrement du marché de l'art, où l'acheteur fait au contraire l'objet d'une attention soutenue. On n'attend pas seulement de lui qu'il soit solvable, mais aussi qu'il se montre digne de confiance, avisé dans ses choix et disposé à acquérir une œuvre pour d'autres raisons que le seul appât du gain. Pour le galeriste et pour l'artiste, il s'agit de s'assurer par exemple que le client ne va pas se précipiter aux enchères pour y revendre à bon prix le tableau qu'il vient d'acheter — ou, pis, qu'il échoue à trouver preneur, au risque d'abîmer sérieusement la cote de l'artiste.

(1) Cf. Franz Schultheis, Erwin Single, Stephan Egger et Thomas Mazzurana, When Art Meets Money, Encounters at the Art Basel, Buchhandlung Walter König, Cologne, 2015. Les entretiens ont été réalisés sous condition d'anonymat.

(2) Le prix médian des 57 100 œuvres (peintures, sculptures, installations, dessins, photographies, estampes, vidéos) adjudgées en salles des ventes entre juillet 2016 et juin 2017 était de 1 314 dollars selon Artprice.

(3) Max Weber, Économie et société, tome 1, Les Catégories de la rationalité, Paris, 1971.