

L'émergence de nouveaux marchés de l'art

Catherine Choron-Baix et Franck Mermier



Éditeur

Editions de la maison des sciences de
l'homme

Édition électronique

URL : <http://>

transcontinentales.revues.org/1312

ISBN : 978-2-7351-1599-0

ISSN : 1775-397X

Référence électronique

Catherine Choron-Baix et Franck Mermier, « L'émergence de nouveaux marchés de l'art »,

Transcontinentales [En ligne], 12/13 | 2012, document 1, mis en ligne le 30 août 2012, consulté le 30
septembre 2016. URL : <http://transcontinentales.revues.org/1312>

Ce document a été généré automatiquement le 30 septembre 2016.

Tous droits réservés

L'émergence de nouveaux marchés de l'art

Catherine Choron-Baix et Franck Mermier

- 1 Dominée ces dernières années par le « duo-pôle » États-Unis-Europe¹, la scène artistique contemporaine s'est ouverte récemment à un certain nombre de pays dits « périphériques » qui sont entrés à leur tour dans l'économie internationale de l'art. De Dubaï à Shanghai, en passant par Marrakech, Rio de Janeiro ou São Paulo, les foires et biennales d'art contemporain se succèdent à un rythme soutenu et dessinent une nouvelle géographie de la production artistique basée sur des polarités inédites.
- 2 Des centralités régionales se constituent et irriguent des marchés de l'art longtemps restés à la marge, qui se raccordent ainsi aux flux mondialisés des échanges symboliques, de l'économie du désir et des investissements financiers. Si les États-Unis et l'Europe concentrent toujours la majorité des foires internationales d'art contemporain², la part des artistes non-occidentaux, notamment asiatiques, a fortement augmenté ces dernières années³.
- 3 L'irruption d'une « nouvelle génération d'acheteurs en quête de reconnaissance sociale »⁴ a bouleversé les frontières du marché de l'art avec l'apparition de nouveaux collectionneurs dans des pays tels que le Brésil, la Chine, l'Inde ou la Russie. Au sein de la péninsule Arabique, Dubaï est devenu, depuis 2008, le premier marché de l'art au Moyen-Orient. Ce phénomène invite à questionner à nouveau la dimension politique des pratiques de collection.
- 4 Ce numéro veut rendre compte des conditions et des processus d'apparition d'un marché de l'art dans ces pays, de leur positionnement sur les plans régional et international et des conséquences de leur participation à l'économie artistique mondiale sur la création et le statut de l'artiste. Il vise aussi à enrichir la réflexion sur le rôle de la culture, comme étant constitutive d'une nouvelle économie symbolique produisant à la fois des symboles et des espaces et servant à représenter la ville à une échelle nationale mais aussi mondiale⁵. Les entrepreneurs culturels et les artistes contribuent à renforcer la dimension transnationale des espaces urbains, à en faire des points d'ancrage et de

commutation des flux culturels et à les rattacher à une échelle globale par le biais des médias, des styles de vie et de leur transformation en marchés de la culture⁶.

- 5 Il ne faudrait cependant pas succomber à une vision irénique des échanges culturels car, comme nous le rappelle Jackie Assayag, « les réseaux qui orientent et canalisent ces “flux” dépendent de pôles de pouvoir et de rapports de force géopolitiques liés à l’“archipel mégapolitain mondial” formé d’un ensemble de villes qui contribuent à la direction du monde »⁷. Caractérisant le processus de mondialisation, cette « intensification des interactions et des interconnexions produit des relations qui transcendent les frontières géographiques et politiques traditionnelles »⁸, et reconfigure les centralités aux échelles nationale et régionale. Un des effets de la mondialisation du marché de l’art est bien de recomposer les hiérarchies entre les pays et les sites urbains : en arrière-plan, les rivalités pour la suprématie culturelle ne peuvent être appréhendées qu’en relation avec les contextes historiques propres à chaque ensemble régional ou « aire culturelle ».
- 6 L’émergence et le développement d’un marché de l’art à Dubaï sont directement liés à la position de cet émirat dans la Fédération des Émirats arabes unis mais participent de la concurrence entre les États de la péninsule Arabique pour asseoir leur prééminence dans l’espace arabe. Abu Dhabi a attiré les grands musées internationaux (Louvre, Guggenheim) et des universités prestigieuses (Sorbonne, New York University), avec un objectif de promotion autant économique que culturelle sous couvert de visée éducative. Au Brésil, la compétition entre São Paulo et Rio de Janeiro concerne leur rôle et leur statut dans l’ensemble national, mais aussi en Amérique latine, tandis qu’en Inde, « l’art contemporain est devenu l’un des nouveaux emblèmes de la modernité culturelle des métropoles indiennes »⁹. De fait, la dimension transnationale du marché de l’art interroge la multiplicité des échelles de la globalisation¹⁰ et ce, de manière spécifique, en introduisant une dimension symbolique qui ne peut être analysée qu’en relation avec des localités singulières et leurs modes de relation avec les collectifs signifiants dans lesquels elles s’insèrent.
- 7 Comme le montrent les exemples ici traités, il faut la réunion d’un certain nombre de facteurs favorables pour qu’émergent de nouveaux marchés de l’art. La multiplication des espaces de promotion, institutionnels mais aussi et surtout alternatifs, est parmi les plus évidents. En Turquie, en Thaïlande, ou au Kenya, la croissance du nombre des institutions et des collectionneurs témoigne de la formation d’un champ artistique moderne, plus ou moins émancipé des académies anciennes.
- 8 On note cependant de manière récurrente dans les pays « périphériques » une faiblesse des politiques publiques pour le développement de l’art et le fort relais pris en la matière par l’initiative privée. En Inde, par exemple, la libéralisation économique, accélérée par les réformes de 1991, entraîne une rapide augmentation des galeries privées et la progressive professionnalisation du marché de l’art. Delhi et Mumbai (Bombay) sont devenus des capitales de l’art contemporain indien mais d’autres centres urbains, comme Bangalore, Chennai et Kolkata, étoffent cette nouvelle cartographie artistique. À Dubaï, depuis le milieu des années 2000, le paysage urbain et social est marqué par l’apparition de nouveaux acteurs impliqués dans les domaines artistiques et culturels et par celle de nouveaux espaces dédiés à la création. Suivant le modèle international, les villes de ces pays tentent de mettre en place des quartiers artistiques. Villas de particuliers ou boutiques de centres commerciaux jusqu’aux hangars et aux usines reconverties, comme le 798 à Pékin, constituent de

nouvelles polarités dont l'organisation demeure toutefois le plus souvent fragmentée et multipolaire, en l'absence de soutien de l'État.

- 9 L'implantation de lieux de création et de consommation culturelles peut certes représenter une première étape pour la « gentrification » et signifier l'importance de l'art dans la politique économique urbaine¹¹, elle est aussi à rattacher à cette « culture frontalière de l'hybridité »¹² qui crée des espaces interstitiels d'expression et de création. Ce dernier phénomène participe des discontinuités culturelles propres à la ville mais aussi à la « prolifération subalterne de la différence » liée à la mondialisation¹³.
- 10 À Dubaï, la nouvelle centralité culturelle de cette ville dérive en effet de son rôle économique émergent dans le marché de l'art mais relève aussi de l'action conjuguée des artistes et des entrepreneurs culturels moyen-orientaux à la recherche d'un espace refuge de création et d'intermédiation. Les contraintes politiques et commerciales dans leurs pays d'origine, ou celles liées aux conditions de séjour dans les pays occidentaux, leur ont fait, pour certains, élire cette ville comme lieu de résidence alors qu'elle est surtout perçue comme un lieu de passage. À l'intérieur de pays aussi immenses que le Brésil et l'Inde, l'articulation entre le marché mondial et les scènes artistiques locales les plus innovantes a tout à la fois renforcé le statut de capitales culturelles des grands centres urbains (Delhi, Mumbai, Rio de Janeiro, São Paulo) et l'émergence de milieux artistiques alternatifs et/ou contestataires.
- 11 On voit donc bien comment les interventions et les financements du secteur privé se substituent à l'action des pouvoirs publics et deviennent décisifs dans la constitution de scènes artistiques locales comme dans la définition des valeurs artistiques contemporaines. Des « académies informelles »¹⁴ naissent dans ces pays comme aux États-Unis et en Europe. Regroupant les acteurs institutionnels, marchands, voire critiques du monde de l'art, elles sont aujourd'hui les instances de légitimation de l'art mondialisé. L'entrée des beaux-arts aux Émirats arabes unis, par exemple, se fait à l'initiative d'une série d'experts et de marchands d'art pour la plupart formés dans les grands centres occidentaux. Ceux-ci exposent les œuvres d'artistes moyen-orientaux dans des espaces privés inusités comme les hôtels, pour des entrepreneurs de la région qui commencent à s'intéresser à ces formes d'expression nouvelles et à la valeur marchande qu'elles représentent.
- 12 La prolifération de territoires de création démarqués de l'art « officiel » et la validation des œuvres par les académies informelles contribuent donc à décroquer les milieux artistiques, à élargir leur espace de diffusion et la marchandisation de leur production. Ces effets ont à leur tour un fort impact sur le renouvellement des formes d'expression artistique, sur leur hiérarchisation, sur les modes de consécration ou d'institutionnalisation des artistes.
- 13 Dans les nouveaux régimes d'expressivité qui se font jour sur les scènes « périphériques », l'utilisation des origines et des identités locales en tant que matériaux de création est importante. Elle entretient un « exotisme » affiché comme valeur et largement médiatisé par les institutions du monde occidental. Ainsi, les comités d'acquisition spécialisés de musées tels que la Tate Modern, le British Museum ou le Guggenheim ont renforcé la visibilité d'artistes issus de la scène culturelle arabe, qui représentent de fait une manne croissante pour les galeries d'art et les sociétés de ventes aux enchères. Il en va de même pour les artistes issus des scènes asiatiques, indienne, chinoise, thaïlandaise ou vietnamienne.

- 14 Mais l'aspect contestataire est également souvent présent dans les productions des artistes « périphériques ». Il peut être, selon les contextes, un atout ou un écueil pour l'accès à ces nouveaux marchés de l'art. Apprécié par une certaine critique occidentale qui érige ces créateurs en porte-parole ou en témoins de leur société, il génère des modes de réception et d'interprétation des œuvres qui ont un caractère politique évident ; sous couvert d'universalisation de la modernité artistique, se perpétue en réalité une vision hiérarchique de l'art qui reproduit le grand partage entre « eux » et « nous ».
- 15 La question soulevée par Raymonde Moulin¹⁵, en 2009, d'une double homogénéisation du jugement et de la créativité, reste entière. Malgré l'effacement des distances géographiques, le marché de l'art mondial demeure largement sous le contrôle du pôle dominant, politique, économique et culturel, des États-Unis et de l'Europe. Il produit certaines formes de répétition des procédés et des œuvres. Les artistes s'engagent tous dans le même type de production, faisant une large place aux performances, aux installations, à la vidéo et au multimédia, tandis que les publics adaptent leurs goûts à ces canons.
- 16 Est-il dès lors envisageable que se mettent en place des dynamiques régionales durables, susceptibles de progressivement atténuer, voire d'annuler cette hiérarchie et cette espèce d'uniformisation ?
- 17 La tenue de foires internationales d'art contemporain constitue, il est vrai, un levier visant à asseoir l'autorité des marchés émergents et à les établir en nouvelles centralités. Avec la Biennale de Sharjah ou la foire Art Dubai, où s'exposent les œuvres de différents marchés nationaux, du Liban, de Syrie, d'Iran, et d'Égypte, les Émirats arabes unis s'affirment comme plate-forme marchande de l'art au Moyen-Orient. Du côté de l'Asie, cinq capitales sont classées parmi les dix premières places de marchés aux enchères d'art contemporain : Pékin est en seconde position derrière New York pour la vente d'œuvres contemporaines.
- 18 Il reste que, dans la majorité des pays concernés par cette montée d'un marché de l'art contemporain, manquent de véritables infrastructures publiques capables d'assurer sa consolidation et sa réputation à l'échelle mondiale. Aussi, la reconnaissance par le marché international et donc par le « duo-pôle » Europe-États-Unis reste-t-elle pour les artistes de ces pays un passage obligé qui n'est pas une ambiguïté. Comme le rappellent Youssef Nabil et Shirin Neshat, cités dans l'un des articles de ce volume¹⁶, le risque d'une assignation identitaire et d'une « orientalisation » de leur culture est réel ; ils dénoncent l'illusion du multiculturalisme pourtant tellement proclamé par les milieux occidentaux du marché de l'art.
- 19 De fait, les nouveaux marchés de l'art parviennent avec peine pour l'instant à inspirer et à imposer de nouvelles valeurs économiques et esthétiques. Sans doute faut-il attendre que les artistes de ces régions du monde puissent former de nouvelles académies locales où s'inventent des stylistiques et des productions spécifiques pour que se mette en marche une véritable émancipation économique et artistique du système actuel.

NOTES

1. Alain Quemin, *L'art contemporain international : entre les institutions et le marché (Le rapport disparu)*, Nîmes, éd. Jacqueline Chambon/Artprice, 2002.
 2. Alain Quemin, « Le marché de l'art : une mondialisation en trompe-l'œil », *Questions internationales*, n° 42 : « L'art dans la mondialisation », mars-avril 2010 : 49-57.
 3. Muriel De Vrièse, « La structure et le fonctionnement du marché mondial de l'art », *Questions internationales*, n° 42 : « L'art dans la mondialisation », mars-avril 2010 : 61-68.
 4. Nathalie Moureau et Jean-Yves Leroux, « Le rôle des grands collectionneurs dans la formation de la valeur artistique », *Questions internationales*, n° 42 : « L'art dans la mondialisation », mars-avril 2010 : 47-48.
 5. Sharon Zukin, *The Culture of Cities*, Malden, Blackwell, 1995 : 1-2 et 8.
 6. Ulf Hannerz, *Transnational Connections. Culture, People, Places*, Londres/New York, Routledge, 1996 : 127-139.
 7. Jackie Assayag, *La mondialisation vue d'ailleurs. L'Inde désorientée*, Paris, Seuil, 2005 : 279.
 8. Marc Abélès, *Anthropologie de la globalisation*, Paris, Payot, 2012 : 40.
 9. Voir l'article de Christine Ithurbide dans ce numéro.
 10. Saskia Sassen, *La globalisation. Une sociologie*, Paris, Gallimard, 2009 : 23.
 11. Sharon Zukin, op. cit. : viii-ix.
 12. Homi Bhabha, *The Location of Culture*, Londres, Routledge, 2004 : 225.
 13. Stuart Hall, *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*, Paris, Éditions Amsterdam, 2007 : 382.
 14. Raymonde Moulin, *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 1992.
 15. *Le marché de l'art, Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, Flammarion, 2009
 16. Voir l'article de Safia Belmenouar.
-

AUTEURS

CATHERINE CHORON-BAIX

Institut interdisciplinaire d'anthropologie du contemporain (IIAC), Laboratoire
d'anthropologie urbaine (LAU)
choron-baix@ivry.cnrs.fr

FRANCK MERMIER

Institut interdisciplinaire d'anthropologie du contemporain (IIAC), Laboratoire
d'anthropologie urbaine (LAU)
franckmermier@yahoo.fr