

Art et Marché. La Crise à l'horizon global-local / glocal

Nous (Pierre Calame, Yu Shuo et moi-même) tenons à une réflexion sur la place de l'artiste dans la cité.

Il est indispensable de commencer par (re)définir la notion de marché. Il convient de se rappeler que cette notion signifie d'abord (en français) « convention portant sur la fourniture de marchandises, de services, de valeurs ». Dans le champ artistique, c'est un abus de langage qui réduit cette notion aux seules tractations ayant lieu en salles de ventes et en galeries.

Un autre automatisme de pensée consiste à considérer que la seule demande artistique est celle des spéculateurs et des collectionneurs. Cet automatisme résulte aussi d'un conditionnement de la pensée, d'une incitation à la fascination pour la spéculation et la croissance exponentielle des chiffres.

La croissance exponentielle et la crise qui en découle sont spectaculaires, elles fonctionnent donc comme *spectacle* qui occulte de très nombreuses pratiques. Je souhaite attirer l'attention sur le travail de Jochen Gerz (voir <http://www.gerz.fr/>), qui s'inscrit dans le tissu social et urbain d'une trentaine de sites européens alors qu'il n'a aucune importance dans ce qui est appelé marché de l'art.

Toute œuvre d'art peut marquer l'histoire. A court terme celles qui se vendent cher entrent dans des collections visibles au public, leurs images sont diffusées. Les « stars du marché » ont donc une responsabilité envers l'imaginaire et la conscience collective. En Chine leurs cotes sont connues d'un large public, alors qu'en Europe les artistes ne savent pas toujours qui vend le plus cher. Pour la première fois, quelques artistes chinois ont donc aujourd'hui la capacité d'influer sur l'imaginaire non seulement de la Chine mais du monde. Comment assument-ils cette responsabilité ?

En France, on a battu en 2008 le record de fréquentation des manifestations artistiques et culturelles, la crise a provoqué l'effondrement des achats de quelques personnes et favorisé la demande d'art de la population.

A propos de l'offre et de la demande, il convient donc de poser les questions : offre de qui ? Demande de qui ?

Cette table ronde réunit des représentants de trois entités ou pôles : marché (4), institutions (3 ou 4), artistes (3 ou 4). Ces trois pôles sont en interaction, cela ne signifie pas qu'ils aient l'habitude de dialoguer. Deux pôles ne sont pas représentés : le public (ceux qui regardent), les collectionneurs (ceux qui achètent). Deux questions sous-tendent toutes les étapes de la table ronde :

- A) En quoi cette interaction diffère-t-elle dans le contexte européen et dans le contexte chinois ?
- B) Le clivage le plus important se situe-t-il entre la Chine et l'Europe ou entre ces trois pôles ?

Proposition de plan de travail pour les quatre demi-journées de la table ronde Salonique des 13 et 14 mars 2009 :

- 1 Chaque participant propose une définition de la notion de marché, de la notion de crise et de l'interaction artiste / marchand / institution
- 2 Changement de rôles, chacun se met dans la peau d'un autre (par exemple un artiste chinois se met dans la peau d'un marchand européen) et donne son point de vue de la situation
- 3 Hypothèses sur les attentes du public et des collectionneurs
- 4 Propositions pour une amélioration des échanges et la diffusion de l'art

François Bossière, 28 février 2009